

Convergência e conversação em rede: estudo da memória afetiva no rádio expandido¹

Francisca D'ALTOÉ²

Mário Abel Bressan JÚNIOR³

Universidade Do Sul de Santa Catarina, Santa Catarina, SC

RESUMO

Neste artigo objetiva-se compreender de que maneira a memória afetiva pode ser analisada em conexão com os conceitos de convergência e conversação em rede, tendo como objeto de estudo a *fan page* do programa de rádio *Pretinho Básico*. Pretende-se apresentar os *posts* publicados pela página como espaço de rememoração social, reforçados pela estratégia digital de ‘marcar’ outros usuários em determinada publicação, cuja necessidade está em compartilhar a informação com alguém que possa se identificar com determinada lembrança. Os resultados mostram que esta estratégia de rememorar algo afetivo torna a página do programa mais popular – trazendo novos acessos – e fortalece o conceito de convergência, onde o consumidor é também participante da formação do conteúdo.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Memória; Memória Afetiva; Afeto; Convergência.

INTRODUÇÃO

O rádio é um meio de comunicação que desde a sua concepção estabeleceu uma relação bastante interativa com seu público alvo. Parte da cultura da localidade pertencente, o veículo sempre ocupou espaço de destaque. Possibilitou reflexões importantes e graças a ele, os cantos mais remotos do país tiveram acesso a informação, música e entretenimento.

Com os adventos tecnológicos cada vez mais digitais e multimídia, a radiodifusão passa por um momento de adaptação. Porém essas novidades não inibem a capacidade de reinvenção e reprogramação das estratégias radiofônicas. Por esses motivos, pensa-se aqui, em estudar as redes sociais de um programa de rádio e verificar se a interação ali

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina, SC. Membro do Grupo de Pesquisa Marc – Memória, Afeto e Redes Convergentes. e-mail: franciscadaltoe@gmail.br.

³ Doutor em Comunicação Social (PUCRS). Docente do programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina, SC. Líder do Grupo de Pesquisa Marc – Memória, Afeto e Redes Convergentes. e-mail: marioabelbj@gmail.com

presente pode configurar um espaço de rememoração dos seus ouvintes/internautas. Reforçando a importância dos conceitos de rádio expandido, convergência, conversação em rede e memória.

O trabalho se propõe a analisar os comentários feitos em alguns dos vídeos postados na plataforma digital *Facebook*, por meio da *fan page* do programa *Pretinho Básico*. Foram selecionados os vídeos postados na *playlist* ‘Melhores Momentos’, durante o ano de 2019, e que alcançaram, até o dia 31 de março de 2019, mais de 100 mil visualizações. Todos os comentários disponibilizados pelo *Facebook* foram computados e analisados.

Objetivo geral da pesquisa é verificar se é estabelecida alguma relação afetiva entre os ouvintes internautas nessas postagens. Dessa maneira, busca-se também, identificar de que forma essa memória afetiva é expressa e se a convergência e a conversação em rede podem contribuir para a consolidação do rádio expandido como local de rememoração.

Pretende-se, ao fim da análise, encontrar respostas para algumas perguntas, uma delas relacionada ao tipo de conteúdo veiculado: o humor e as nossas memórias. De que maneira os conteúdos que visam nos transmitir doses controladas de humor, podem nos impulsionar a um compartilhamento de memória? Além disso, é interessante questionar, de que forma essas estratégias digitais de compartilhamento de informação e de conteúdo, auxiliam o rádio a expandir seu conteúdo e fortalecem sua capacidade de adaptação em tempos de convergência. Por fim, busca-se estabelecer um parâmetro para a conversação em rede nos comentários feitos na *playlist* ‘Melhores Momentos’.

RÁDIO EXPANDIDO: CAMINHOS DA CONVERGÊNCIA E DA CONVERSAÇÃO EM REDE

Mobilidade, imediatismo, abrangência e empatia com o locutor. Essas são algumas das características do rádio enquanto veículo de comunicação de massa definidas por Zuculoto (2012), tais particularidades estão sendo reinventadas com o passar das décadas. Desde seu início no Brasil, em 1924, como lembra Ferrareto (2001), o rádio enfrentou desafios técnicos e editoriais. Quebrou barreiras geográficas, sociais e econômicas. Não era mais preciso saber ler para ter acesso a informação, não era preciso sair de casa, e tão pouco se exigia que cessasse uma atividade para poder ouvir o rádio.

Ele se tornou um dos moradores das casas, ocupando lugar de destaque nas salas das famílias. Na década de 1940, como menciona Ferrareto (2001), o veículo era praticamente, um elemento do cotidiano no Brasil. Por meio das suas ondas *hertzianas*, informou, instigou e problematizou inúmeras questões nas cidades, no campo e nas zonas mais remotas do país.

Com o passar dos anos e o aprimoramento do desenvolvimento tecnológico, outros meios de comunicação foram surgindo e ganhando espaço na vida da população. Intensificando a disputa no bolo publicitários e das técnicas de jornalismo da época. A saída foi se reinventar. Contra a televisão, a disputa foi acirrada. O rádio saiu de cena e perdeu seu lugar nas salas dos brasileiros. Entreter as famílias agora era papel da televisão.

Buscando seu novo espaço, o veículo fez duas grandes apostas: aparelho menores, que possibilitassem a ilusão de que o locutor se comunicava especificamente com cada ouvinte e durante a programação de praticamente todas as emissoras, a prestação de serviço foi destaque no segmento. O rádio explorou a sua capacidade de empatia.

Mais tarde, com a chegada da internet, foi a hora de expandir o conteúdo. O rádio expandido, conceito que Kischinhevsky (2012) usou para representar as emissoras que transbordam seus conteúdos e passam a ocupar outros locais de informação, como por exemplo, o mundo digital.

Transborda para mídias sociais e microblogs, que potencializam seu alcance e a circulação de seus conteúdos, muitas vezes substituindo a entrada no ar de ouvintes ao vivo por telefone e redesenhando as formas de apropriação pela audiência (KISCHINHEVSKY, p. 02, 2012).

Dessa forma, o rádio passa ser feito e pensando para integrar um ambiente que, primeiramente, não lhe pertencia. O rádio expandido é também compreendido como o rádio em momento de convergência. Jenkins (2009) pontua que esse conceito torna a audiência mais do que apenas espectadora de fenômenos que acontecem longe de seu alcance. O autor afirma que estamos vivendo em constante convergência midiática. Nesse cenário, uma mídia pode absorver característica de outra, incrementando seu potencial. E a audiência, pode auxiliar na formação e produção de conteúdo. O ouvinte/leitor/espectador, pode se munir de ferramentas que possibilitem uma interação diferenciada, dessa forma os papéis se invertem, e agora, permitam que ele também faça parte da construção do conteúdo veiculado pelo rádio/portal/televisão.

No rádio, não é diferente. Lopez e Quadro (2015), pontuavam que, mesmo sendo um veículo de massa e abrangente, o rádio sempre teve um caráter participativo, o que instigava seus ouvintes a interagirem com seus comunicadores. Porém, com os constantes avanços tecnológicos a interação se tornou mais imediata e os ouvintes mais sedentos por respostas. Já não é mais possível filtrar esse comportamento, anteriormente limitado a ligações telefônicas e as cartas recebidas. Ambos eram passíveis de escolher. Hoje, o locutor comunica na mesma velocidade em que recebe as mensagens de seus ouvintes e esse processo está se tornando cada vez mais rápido e promissor.

Por meio dessa interação, os ouvintes podem fazer perguntas, sugerir temas, ou apenas demonstrar seu carinho em relação aos comunicadores da emissora. Todas essas manifestações comprovam a necessidade do rádio, enquanto meio de comunicação de massa, de estar sempre conectado aos novos avanços digitais, para que assim possa manter a interação com seus ouvintes e aprimorar todas as suas características principais, afinal, a conversação em rede, proposta por Recuero (2014), potencializa todas essas facetas do veículo.

Os locais de interação entre ouvintes e locutores de todo o mundo estão sendo transformados e as conversas que anteriormente eram feitas por cartas, ligações ou até mesmo presencialmente nas emissoras, hoje são quase que completamente realizadas por meio dos sites de redes sociais. Isso só é possível, porque as emissoras estão incrementando suas participações. Quando expande seu conteúdo para a internet, o rádio também participa da consolidação de outro fenômeno contemporâneo, a conversação em rede. Para Recuero (2014), é essa tipologia de conversação ocorre quando as pessoas se apropriam de sites e redes sociais e dialogam com características próprias e demarcam uma participação não mais anônima e heterogênea. Passam a elaborar novos “impactos, espalhando-se pelas conexões estabelecidas nessas ferramentas [...]” no qual tornam públicas as conversações e são mediadas em espaços que permitem interações coletivas (RECUERO, 2014, p. 121).

Essas ferramentas de conversação modificam nossa tradicional conversa ‘face a face’ em diversos níveis, e criam estratégias próprias de comunicação. Para a autora, tais ferramentas são adventos da tecnologia e estão sendo constantemente impulsionadas pela internet e suas possibilidades dialógicas.

Essas conversações diferenciam-se das demais conversações no espaço digital porque, constituídas dentro das redes sociais online, são capazes de “navegar” pelas

conexões dessas redes, espalhando-se por outros grupos sociais e por outros espaços [...] São conversações públicas que migram dentro das diversas redes e que, deste modo, interferem nas redes sociais que utilizam as ferramentas (RECUERO, 2014, p. 123).

São impulsos nos caminhos para as conversações nas redes sociais, defende a autora. Neste espaço, milhares de pessoas trocam informações que são públicas e coletivas e que promovem novos comportamentos, “são conversações diferenciadas dentro daquelas que existem no espaço online, pois emergem do espaço coletiva e publicamente dividido por dezenas, centenas ou milhares de indivíduos” (RECUERO, 2014, p. 122), constituindo assim laço social, formado através da fala e da cumplicidade da troca de informação.

Os atores nas redes sociais, movimentam um caminho para a constituição de um laço social. O comentário, o curtir e o compartilhar creditam a confiança no que está sendo postado. A conversação fortalece a “teia invisível” definida por Wolton⁴ (1996) e torna pública a “fala” escrita e lida na tela do computador, trazendo a semelhança do que Chartier (1999) fala sobre o leitor da antiguidade, que acessava a leitura nos manuscritos de forma vertical. Com o advento das novas tecnologias, o homem passa a ler novamente o texto verticalizado na tela do computador. O texto corre para cima e para baixo. A conversação se estabelece desta forma. O ator envolvido neste processo, aquele que lê, comenta, escreve, curte e compartilha, é guiado por falas que sobem e descem

NOSSO OBJETO: PROGRAMA *PRETINHO BÁSICO* E SUA VISIBILIDADE NA INTERNET

No radiojornalismo brasileiro o humor começou a fazer parte da rotina das emissoras a partir do momento em que o rádio FM precisou se adaptar a um novo público. Ponso (2009), afirma que essa tendência teve início nos Estados Unidos e foi copiada por uma rádio carioca em 1977, depois disso, rapidamente se espalhou pelo território brasileiro. Esse novo jeito de comunicar, como lembra Ferraretto (2005), fez sucesso e encontrou novos públicos para o rádio:

Apareciam nas FMs locutores soltos, sempre com o humor em plena forma, hábeis em combinar vozes de veludo com uma constante eletricidade na locução. Eles estabeleciam um contato direto e estimulante com o público [...] Na realidade, o que aconteceu – e por

⁴ Conceito atribuído ao laço social formado pela televisão generalista.

isso tem fundamental importância neste processo todo – foi a FM que descobriu o jovem (Ferraretto, 2005).

Ainda de acordo com o autor, o programa humorístico/jornalístico Pretinho Básico foi ao ar pela primeira vez na rádio Atlântida de Porto Alegre no dia 02 de 2007. Desde suas primeiras edições contava com um time de comentaristas que conquistaram a empatia do público por compartilharem lembranças regionalizadas e coerentes com a da audiência, tornando-se um local ‘comum’ aos ouvintes, que, muitas vezes dividiam experiências semelhantes a aquelas narradas pelos apresentadores.

Além disso, como recorda Ponso (2009), todos os apresentadores eram responsáveis pelo humor do programa e, possuíam personagens fictícios, aos quais davam vida durante a leitura de determinadas piadas ou texto pré-selecionados. Ainda de acordo com o autor, o cronograma seguido durante os primeiros dias de veiculação era esquematizados da seguinte maneira: interação com os ouvintes – inicialmente via e-mail – piadas, - que poderiam ser enviadas por ouvintes ou separadas por algum integrante do programa – e, os acontecimentos factuais do dia ou dos últimos dias que ainda continuavam a repercutir.

Essa fórmula fez sucesso. A interação com o público foi crescendo e novas ferramentas de conversação foram sendo utilizadas para facilitar e agilizar o processo. Tamanha participação *online* tornou possível a realização de um programa exclusivo só para a web. O *Pebezinho*, programa que iniciou suas transmissões via *Facebook* em maio de 2016 e que segundo reportagem do jornal Zero Hora, passou a funcionar como um ‘esquenta’ para o *Pretinho Básico*. A plataforma era norteada exclusivamente pelas mensagens dos ouvintes, e transmitida apenas na rede social, com a duração de quinze minutos e com, no mínimo, três dos apresentadores do *Pretinho*. Essa estratégia por si só, configura a representatividade digital do emissora e o tamanho do engajamento dos ouvintes da emissora.

Hoje a *fanpage* do *Pretinho Básico* possui curtidas, o número é maior do que da página Rede Atlântida, o que configura a independência da plataforma e sua alta popularidade. Entre as transmissões ao vivo feitas pela página, destacam-se também os vídeos postados. Geralmente recortado de alguma edição do programa e editados para que contenham, no máximo cinco minutos de duração, essas publicações são extremamente populares e possibilitam a comunidade digital entender o funcionamento de parte do conteúdo que vai ao ar no rádio, sem precisar ouvi-lo por inteiro.

Para que exista uma organização eficiente, os vídeos postados são divididos em *playlists*, ferramenta que agrupa vídeos que possuam a mesma temática. Neste trabalho serão analisados os vídeos pertencentes a *playlist* ‘Melhores Momentos’, o que teoricamente simboliza os momentos mais populares, ou, que de certa forma são considerados positivos para o programa.

MEMÓRIAS E AFETOS: CONCEPÇÃO E CRUZAMENTOS SOCIAIS

O francês Maurice Halbwachs (2006) é responsável pelo início dos estudos da memória como parte do campo das ciências sociais. Com uma dedicação especial para a memória coletiva, o autor pontuava a constatação de uma lembrança sempre grupal. Para ele, somos constituídos de memórias coletivas, agrupados em quadros seletivos, formados pelos nossos grupos de convivência. Dessa maneira, “[...] os fatos e as noções que temos mais facilidade em lembrar são do domínio comum” (HALBWACHS, p. 45, 2006).

Outra característica da nossa memória, segundo o autor, é que ela estabelece uma relação importante aos nossos afetos. Sendo assim, poderíamos dizer que lembramos mais facilmente daquilo que nos exprime certa emoção, seja ela boa ou ruim. Desse modo, Halbwachs (2006), afirma que a nossa capacidade de rememoração está relacionada ao engajamento que essa lembrança desperta em nós, de que e de quantas formas essa memória nos afetou, e afetou determinado grupo ao qual pertencemos.

Le Breton (2009), que em seu vasto campo de estudo, dedicou especial atenção às emoções humanas e como elas são manifestadas, vai nos dizer que, nossos sentimentos diferem das máquinas e que nem mesmo o mais moderno dos computadores é capaz de pensar de maneira afetiva sobre determinado tema ou ação. Por esse motivo, o autor enfatiza que apesar de serem muitas vezes impostas por padrões sociais, as emoções serão sempre relacionadas às nossas experiências no mundo. Nossos sentimentos são sempre maneiras de traduzir situações. Essa habilidade é única e se aplica de forma distinta para cada membro que vive em uma coletividade.

Para Le Breton (2009), o processo que firma nossas relações afetivas e sensoriais é constituído pelas nossas experiências em sociedade, e pela nossa concepção enquanto indivíduos. Assim como a memória, a emoção não é fixa, nem impenetrável, ela é justamente o oposto. Estamos em constante evolução pessoal e sob a perspectiva de

diferentes grupos sociais, o que nos torna suscetíveis as mudanças e as novos sentimentos, mesmo que possuam um referente já consagrado em nossas lembranças.

Memória e afeto são conceitos que inevitavelmente caminham juntos. Lembramos de maneira mais rica daquilo que nos afeta. Nos deixamos afetar por determinados temas que, em sua maioria, estão relacionados aos nossos grupos de referência. Tanto Halbwachs (2006), tanto Le Breton (2009) concordam que, o homem se diferencia dos outros animais e dos robôs pelas suas elevadas doses de percepção e compreensão do mundo sensível, e é por isso que somos capazes de sentir, e posteriormente, de lembrar.

Tendo em vista os pensamentos de Huyssen (2000), é interessante pensar nas sociedades ocidentais como povos cada vez mais preocupados com o armazenamento de suas memórias. Para o autor, estamos mais preocupados com o futuro da memória do que com o nosso próprio futuro. Observando uma tendência global na eficácia de novos espaços para rememorar, entre esses espaços, a internet ocupa papel de destaque.

Bressan Júnior (2017) nos apresenta a televisão como um organismo de arquivo para as memórias afetivas. Para ele, a TV impulsiona lembranças por ser um meio capaz de proporcionar emoções através das imagens, sons e elementos próprios dela, que ao socializar um fato e uma cena, partilha o mesmo conteúdo em um espaço que é coletivo. Pessoas que não viveram determinada época se sentem incluídos em histórias que apenas acompanharam por meio de produções feitas pelo mundo do entretenimento. Além disso, ele analisa, por meio das redes sociais digitais como mecanismos de rememoração.

As redes nos auxiliam a compartilhar lembranças com uma infinidade de pessoas e com velocidade elevada. Tal espaço, como comenta Recuero (2015), vem inovando cada vez mais os métodos e as possibilidades de conversação, por esse motivo, o presente trabalho propõe um estudo das ‘marcações’. Comentários em redes sociais digitais que nada dizem além do perfil escrito de um amigo em sites de redes sociais. ‘Marcar’ um amigo em uma publicação, seria o equivalente a dizer: ‘olhe esse post, ele me lembra você’. Reforçando assim, alguns conceitos que vimos a cima: a memória é feita na sua maioria das vezes por grupos sociais, e nos afeta de maneira a querermos dividi-la com o próximo.

Partindo dessa perspectiva, analisamos os comentários feitos nos vídeos selecionados, buscando encontrar ferramentas que possibilitassem a junção de alguns conceitos: a memória afetiva, a convergência e a conversação em rede.

ANÁLISE DE DADOS:

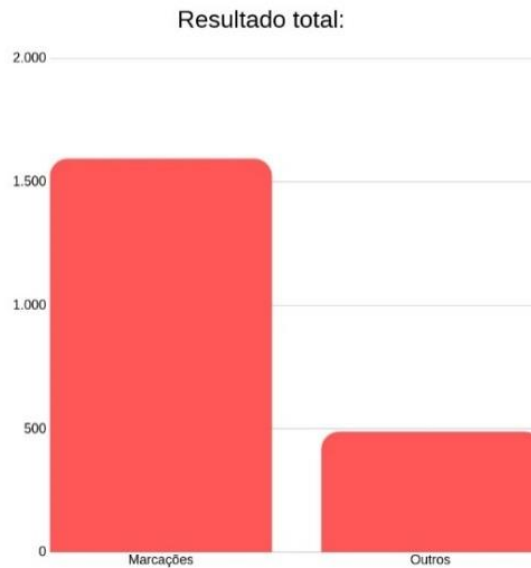
Como critérios para a seleção dos vídeos analisados por este trabalho utilizamos o seguinte crivo: foram analisados os vídeos que continham até o dia 31 de março de 2019, mais de 100 mil visualizações. Todos os comentários disponibilizados pelo Facebook foram analisados – alguns comentários foram feitos na modalidade ‘ocultos’ ou simbolizam uma resposta ao comentário primário, estes, não foram analisados pelo artigo. Como o objetivo do trabalho é contabilizar e analisar os comentários que correspondem as ‘marcações’, aqueles que não correspondam a essa finalidade serão colocados no item ‘outros’, sem levar em consideração a especificidade de cada um.

A avaliação dos comentários foi realizada de acordo com a metodologia descrita por Bardin (2016), como análise de conteúdo. Para a autora, essa fundamentação tem como principal objetivo o desvendar crítico do conteúdo. Para ela, existem diferentes abordagens para a técnica. Neste trabalho utilizaremos dos dois conceitos: realizamos uma análise quantitativa e qualitativa. Isso porque se fez necessário verificar a presença, ou a ausência de determinadas característica nos comentários – as marcações. E também foram contabilizados em que frequência tal característica apareceu nos comentários.

Herscovits (2007), pontua a importância desse método para os estudos relacionados a área da comunicação e avalia a estratégia como eficiente para analisar um grande volume de informações. Dessa forma é possível selecionar as informações que são relevantes para o projeto, e ter uma ampla avaliação da pesquisa.

Observando os comentários feitos nos vídeos da *playlist* ‘Melhores Momentos’, na *fan page* do programa de rádio *Pretinho Básico*, foi possível constatar que a maioria dos comentários tem como intenção, levar aquela mensagem até outra pessoa. Os comentários, serviam-se da estratégia digital conhecida como ‘marcar um amigo’, para que esse outro usuário também pudesse ter acesso ao vídeo. A pessoa assiste ao vídeo – de conteúdo humorístico – e na maioria dos casos, tem interesse em compartilhar aquela piada com uma outra pessoa. Durante o período de três meses, dez vídeos receberam mais de 100 mil visualizações. Nesses dez vídeos, foram disponibilizados pelo *Facebook*, 2.078 comentários. Destes, 1.592 correspondem a ‘marcações’ e 486 simbolizam outro tipo de comunicação. Os números podem ser exemplificados no gráfico a seguir:

Gráfico 01: referente a análise dos números de comentários



Fonte: elaborado pelo autor

Tais dados podem sinalizar diferentes afirmações – não absolutas, mas, passíveis de reflexão. Uma delas seria a força da conversação em rede. Assim como afirma Recuero (2015), a internet vem nos disponibilizando novas ferramentas de diálogo, que são diferentes das formas convencionais. A criação de um diálogo cada vez mais rápido e depende do conhecimento sobre atualização digital dos sujeitos da conversa para que esse simples ato se torne significativo e passível de vínculo. Sendo que, o simples fato de escrever o nome de um colega de rede social ativa, automaticamente, uma notificação, que será informado da menção do seu nome, no qual traduz simbolicamente o que o amigo quis mostrar. Há um desejo de alguém em dizer alguma coisa. Em uma conversa presencial, o limite ocorreria em um espaço geográfico e de tempo, diferente do que acontece nas redes, no qual o sujeito aciona a conversação quando desejar e independe do lugar em que está e incrementado funções a uma plataforma já estabelecida.

Quando criou a função ‘comentários’ dentro de suas especificidades, o *Facebook* não imaginaria que seus usuários usariam dessa ferramenta para elaborar um novo tipo de comunicação. A ‘marcação’ é uma estratégia criada pelo próprio usuário para agilizar seus diálogos. Recuero (2015) descreveu esse tipo de processo “embora as tecnologias não tenham sido, em sua maioria, construídas para simular conversações, são utilizadas desse modo, construindo, portanto, ambientes conversacionais” (RECUERO, p. 34 e 35, 2015). Esse ambiente vai sendo elaborado, segundo a autora, a medida em que os internautas desenvolvem novos usos para as ferramentas disponíveis. Esses usos, para

Recuero (2015) não são os originais, e sim, criados para suprir, ou driblar limitações do processo de conversação. Podemos exemplificar da seguinte forma: ao invés de enviar o link do vídeo na função já estabelecida pelo *Facebook* para envio de mensagens, ‘marcar’ o colega parece um caminho mais rápido para o diálogo imediato, sem ao menos dizer uma só palavra. Não é preciso dizer: ‘vi esse vídeo e lembrei de você’, essa mensagem está subentendida. Esse processo foi construído pelos próprios usuários.

Voltando-nos para outras questões que permeiam os números: o que desperta essa necessidade, que maioria das pessoas teve, de compartilhar algo com alguém? Essa resposta pode também estar relacionado ao fato de lembrar – e de usar a internet para isso. Os sites de redes sociais potencializam um espaço que evoca reminiscências (BRESSAN JÚNIOR, 2017). A internet, hoje, pode atuar como um dispositivo que expõe lembranças e sentimentos. Talvez seja esta a função e o futuro do rádio expandido. A estratégia do Pretinho Básico em lembrar com as demarcações de amigos, transporta para este caminho, um novo cuidado em atrair ouvintes. As conversas guiadas por amigos tendem a ser mais interessantes e pautam estas lembranças. O ouvinte e usuário da internet sente-se bem ao ser lembrado. A partir daí uma conversação é estabelecida

E porque então, escolhemos aqueles determinados nomes para marcar após assistir determinado vídeo? Pela relação que aquelas pessoas possuem com o tema ali exposto – mesmo que humorístico, ele nos desperta afetos (LE BRETON, 2009) e memórias coletivas (HALBAWCHS, 2006). Talvez porque determinado vídeo de humor tenha lhe trazido na memória uma situação que foi comum aos dois. Ou pelo fato de conhecer seu colega, no qual entende que aquele conteúdo possa lhe interessar de alguma forma. São os impactos se espalhando por conexões públicas, conforme explica Recuero (2014), que dá voz a ações como estas. Muito mais do que simplesmente contar que lembrou de alguém ao assistir o vídeo, torna-se o ouvinte e espectador do programa um ator que participa em rede através de uma conversa.

Trata-se do retorno da leitura vertical, no qual Chartier (1999) comentava. A tecnologia faz com que esta conversação amplie em níveis verticais, um abaixo do outro, comentário abaixo de comentário, todos guiados por uma conversa instituída pelo programa *Pretinho Básico*, recortado em sua *fanpage* na *playlist* ‘Melhores Momentos’.

E em meio a tantos conceitos e ferramentas, observamos mais um vez o rádio buscar sua adaptação aos desafios impostos em uma era de convergência, muito bem definida por Jenkins (2009). O rádio expandido recorta suas falas e as disponibiliza em

outro espaço. Refutando antigas afirmações sobre o meio, com essas adaptações, o veículo se torna capaz de perenizar suas falas – o que desde a invenção do gravador sonoro já era possível, mas, que agora se torna exequível de uma maneira mais simples – e valoriza o papel do ouvinte/internauta na construção das informações veiculadas pelas emissoras, disponibilizando um espaço comum para que seja possível opinar, elogiar, refutar, ou, como se provou mais frequente: marcar amigos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Responsável por tantas mudanças e aperfeiçoamento da relação emissor/receptor, o rádio enfrenta mais uma vez um ambiente de mudança. Convergente e digital, a internet surgiu com a promessa de suplantando todas as outras mídias – e talvez um dia o faça – mas, o que não podemos ignorar, é que como veículo, o rádio está sendo capaz de reformular seu espaço e interagir com as novas tecnologias de uma maneira eficaz.

Sabendo manusear os dispositivos e incrementar suas redes sociais digitais, as emissoras continuaram a cumprir seus papéis com seu público e seus anunciantes. Para isso, não há outra saída a não ser expandir. Todas as características do rádio favorecem esse posicionamento.

Seu papel ao longo dos anos foi fundamental para a união entre: notícia, entretenimento e música. E hoje essa missão não é menos importante, é apenas mais desafiadora, tendo em vista que todas suas características podem ser ampliadas com o acesso à *world wide web* mais facilitado.

Além disso, o ‘estar com’, que anteriormente era alcançado na sala de estar das famílias, onde se reuniam para compartilhar as mesmas palavras proferidas pelos locutores, hoje, equipara-se ao ato de ‘marcar’ outro usuário, para que ele também tenha acesso aquela mensagem, e mais tarde, os dois comentam juntos, a informação que compartilhara via internet.

A conversação em rede oferece ao rádio mais tempo para comentar um fato. E a internet possibilita o armazenamento dessa memória, para que possa ser vista, revista, compartilhada e rememorada, quantas vezes for necessário.

Foi possível verificar o estabelecimento das memórias coletivas (HALBWACHS, 2006) alinhadas as novas ferramentas de conversação adaptadas pelos usuários, (RECUERO,2015) que foram utilizadas na maioria dos comentários analisados e que

sinalizam para um veículo de comunicação atento as novas necessidades do mercado e de seus consumidores (JENKINS, 2009).

O nosso objeto de análise também nos possibilitou identificar que a ‘marcação’ é uma forma de manifestar a memória afetiva expressada pela identificação com o conteúdo humorístico dos comentários. Ao fim da nossa observação, foi possível encontrar alguns pistas para responder as perguntas que deram início a esse estudo: De que maneira os conteúdos que visam nos transmitir doses controladas de humor, podem nos impulsionar a um compartilhamento de memória? Pelo que se provaram os inúmeros, de uma maneira bastante eficiente o humor nos leva a interação com o outro. A necessidade de ‘estar com’, se mostrou bastante emergente quando o propósito é sorrir/gargalhar com piadas de cunho regional e atreladas aos assuntos da atualidade. Por fim, é possível estabelecer o parâmetro para a conversação em rede nos comentários feitos na *playlist* ‘Melhores Momentos’, e esse padrão está fortemente atrelado a memória e a afetividade: a piada só faz sentido se tivermos alguém para rir conosco.

Além disso, é interessante perceber, que essas estratégias digitais auxiliam o rádio a expandir seu conteúdo, e dessa forma ele consegue manter seu fluxo de existência baseado em uma das suas principais características: a adaptação.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Laurence Bardin; tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Ed.UNESP: Imprensa Oficial, 1999.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Luzzatto, 2001.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio e o capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20**. Tese de Doutorado em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.
- BRESSAN JÚNIOR, Mário Abel. **A memória afetiva e os telespectadores: Estudo de caso do canal Viva**. Tese (Doutorado), Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2017.
- HALBWACHS, Maurice. **Memória Coletiva**. Maurice Halbwachs; tradução de Beatriz Sidou. 2 ed. São Paulo: Centauro, 2006.
- HERSCOVITS, Heloisa Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos e mídia.** Andreas Hayssen; tradução de Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Henry Jenkins; tradução Suzana Alexandrina. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHESVSKY, Marcelo. **Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal Radio Tube.** Rio de Janeiro. Estudos em Jornalismo e Mídias. Volume 9 nº 01, 2012. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/1984-6924.2012v9n1p136/22311>> Acesso em: 31 de março de 2019.

LE BRETON, David. **As paixões ordinárias: a antropologia das emoções.** David Le Breton; tradução de Luís Alberto Salton Peretti. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

LOPEZ, Débora Cristina; QUADROS, Mirian Redin de. **O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade.** Porto Alegre; Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia. V. 22, n. 3, julho, agosto e setembro, 2015.

PAGANELLA, Natássia Petry. **‘Pretinho na minha casa’: estreitando relações com os ouvintes.** Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013. Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/88876> > Acesso em: 31 de março de 2019.

PONSO, Leonardo Cao. **Diálogo e hibridismo nas FMs: análise dos programas *Pretinho Básico* e *Cafézinho*.** Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009. Disponível em:< <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/22692> > Acesso em: 31 de março de 2019.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada por computador e redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2014

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar – a história da notícia de rádio no Brasil.** Florianópolis, 2012.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público:** uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996. submetido em: 15 jun. 2014 | aprovado em: 21 out. 2014 | v. 41 | nº 42 | significação |144