



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Bárbara Maia

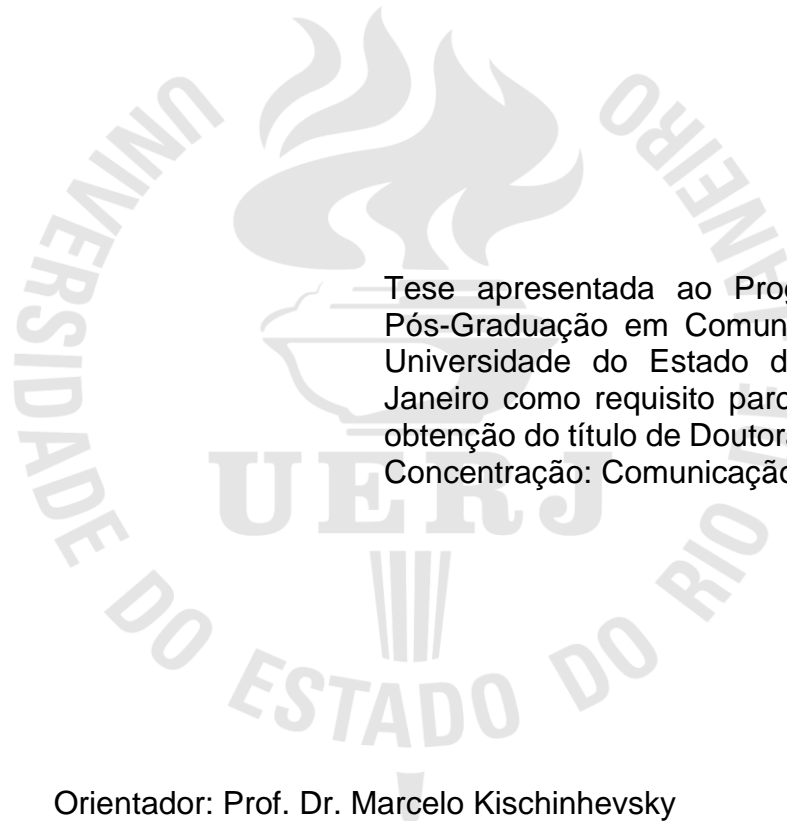
**Vínculos afetivos no consumo radiofônico:
identidade, território e escuta diaspórica**

Rio de Janeiro

2021

Bárbara Maia

**Vínculos afetivos no consumo radiofônico: identidade, território e escuta
diaspórica**



Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora. Área de Concentração: Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky

Rio de Janeiro
2021

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

M217	<p>Maia, Bárbara. Vínculos afetivos no consumo radiofônico: identidade, território e escuta diaspórica/ Bárbara Maia. – 2021. 183 f.</p> <p>Orientador: Marcelo Kischinhevsky. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.</p> <p>1. Rádio – Teses. 2. Identidade – Teses. 3. Consumo – Teses. IV. Afeto – Teses. I. Amado, Luiz Antonio Saléh. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Educação. III. Título.</p>
bs	CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação.

Assinatura

Data

Bárbara Maia

**Vínculos afetivos no consumo radiofônico:
identidade, território e escuta diaspórica**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora. Área de Concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 25 de março de 2021.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky (Orientador)
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Belén Monclús Blanco
Universitat Autònoma de Barcelona - UAB

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

Profa. Dra. Debora Cristina Lopez
Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP

João Paulo Carrera Malerba
Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

José Eugenio de Oliveira Menezes
Cáspér Líero - FCL

Rio de Janeiro

2021

AGRADECIMENTOS

Quero primeiro agradecer ao meu orientador, o Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky. Obrigada por ter confiado no meu trabalho, por ter me desafiado a melhorar continuamente e por ter me acolhido nesse mundo tão desafiante que é o mundo acadêmico.

Obrigada à banca analisadora da presente tese, composta pelos professores doutores Ricardo Freitas, João Paulo Malerba, José Eugenio de Oliveira Menezes e pela professora doutora Debora Cristina Lopez. Agradeço todas as pontuações realizadas, todas as críticas e sugestões feitas.

Aos meus queridos amigos do doutorado da UERJ que compartilharam comigo os desafios enfrentados ao longo desses quatro anos, quanto às dores, alegrias, desesperos e conquistas. Ter o suporte de vocês fez com que as coisas ficassem um pouco mais fáceis.

Agradeço a todos os professores do PPGCOM da UERJ, que enfrentaram desafios imensos nesse período em que me inseri na universidade. Foram meses sem receber, cenários desoladores, futuro incerto. Ainda assim, vocês sempre se fizeram presentes, estimulando-nos, ensinando-nos e ajudando-nos. Na UERJ presenciei o quanto o amor e a dedicação à educação superam qualquer coisa.

À minha mãe, agradeço a valorização da educação, o exemplo de leitora voraz e educadora fraterna, ao incentivo para continuar em frente, mesmo quando o desânimo predominava. Obrigada, mãe.

Ao meu pai, obrigada por me dar todo o suporte necessário para que eu percorresse os anos necessários para minha qualificação como doutora. Seu apoio e explícito orgulho são também responsáveis pela finalização desse ciclo tão importante.

E, por fim, mas não menos importante, agradeço ao meu amor, meu parceiro, meu exemplo de pesquisador. Douglas, obrigada por ter enaltecido minha inteligência, confiado no meu senso crítico e estado ao meu lado mesmo quando eu estava geograficamente distante. Sei que esses quatro anos não foram fáceis, mas ele fortaleceu ainda mais nosso relacionamento. Te amo.

A pesquisa não é o resultado da ligação entre dois pontos, previamente concebidos. É uma rota que, por sua vez, “não é uma estrada, nem um atributo físico; é uma direção, uma linha imaginária ligando um ponto de partida com uma destinação”. Entretanto, esses pontos - de partida e de destino - vão se descobrindo ou se fazendo ao longo do processo de construção da própria rota. Os textos de pesquisa, também, são feitos desses *fazer rotas* ou *desse construir cartografias enquanto se fazem caminhos*.

Cássio E. Viana Hissa, 2013, p. 26

RESUMO

MAIA, Bárbara. **Vínculos afetivos no consumo radiofônico**: identidade, território e escuta diaspórica. 2021. 183 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

A presente tese tem por objetivo central avaliar como o rádio expandido auxilia na ressignificação identitária de brasileiros que vivem em Barcelona e quais são os fatores que impulsionam esse consumo. Para tanto, busca-se embasamento teórico que permita abordagem ampla da realidade do migrante e que influencia a forma como se dá seu consumo midiático e simbólico. Por isso, separam-se dois grupos teóricos distintos, mas complementares entre si: o rádio e a diáspora. No primeiro grupo, o do rádio, aborda-se a condição do rádio expandido, a memória, o afeto e a música como formas de vinculação identitária. No segundo grupo, o da diáspora, são tensionadas as questões de migração, identidade e brasilidade. Ao final, todos esses conceitos são tensionados a fim de compreender como se dá o quadro analisado. A etapa empírica foi realizada no período de ocorrência do doutorado sanduíche da pesquisadora, na cidade de Barcelona, Espanha. Foram realizadas duas etapas de aproximação com o campo. A primeira com a inserção da autora em grupos de *WhatsApp* e *Facebook* de brasileiros que vivem em Barcelona. A segunda com o envio de questionário nesses mesmos grupos, com o objetivo de mapear os possíveis perfis de brasileiros migrantes. Com o resultado dos questionários, iniciou-se a realização das entrevistas semiestruturadas, que foi o método empírico utilizado. Foram entrevistadas 20 pessoas de diferentes perfis quanto à idade, regiões de origem e tempo em que vivem em Barcelona. Ao todo, compilou-se 290 páginas de transcrição, com mais de 16 horas de áudio. Como principais resultados alcançados tem-se o fortalecimento da brasilidade como perspectiva identitária no consumo sonoro e a música como importante fonte de reativação mnemônica e vinculação afetiva. O rádio, apesar de ser um importante veículo de ressignificação identitária, demonstrou ser central como produção sonora, ao lado da música. Por fim, compreende-se que a brasilidade fortalecida pelos entrevistados difere da manifesta pelos brasileiros que ainda vivem no Brasil.

Palavras-chave: Rádio. Identidade. Consumo. Afeto. Rádio Expandido. Diáspora.

ABSTRACT

MAIA, Barbara. **Affective bonds in radio consumption:** identity, territory and diasporic listening. 2021. 183 f. Thesis (Doctorate in Communication) - Faculty of Social Communication, Postgraduate Program in Communication, State University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

The main objective of this thesis is to evaluate how the expanded radio helps to re-signify the identity of Brazilians living in Barcelona and what are the factors that drive this consumption. For this purpose, a theoretical basis that allows a broad approach to the reality of the migrant and which influences the way in which their media and symbolic consumption occurs was analyzed. Therefore, two distinct theoretical groups are separated, but complementary to each other: the radio and the diaspora. In the first group, regarding radio, the condition of expanded radio, memory, affection and music are addressed as forms of identity bonding. The second group, concerning diaspora, questions of migration, identity and Brazilianness are stressed. In the end, all of these concepts are tensioned in order to understand how the analyzed situation occurs. The empirical stage was carried out during the period of occurrence of the researcher's sandwich doctorate, in the city of Barcelona, Spain. Two steps were taken to approach the field. The first was the inclusion of the author in WhatsApp and Facebook groups of Brazilians living in Barcelona. The second was the sending of a questionnaire in these same groups, in order to map the possible profiles of Brazilian migrants. With the result of the questionnaires, semi-structured interviews were in order, which was the empirical method used. Twenty people of different profiles were interviewed regarding their age, regions of origin and time spent in Barcelona. Altogether 290 pages of transcription were compiled, with over 16 hours of audio. The main results achieved are the strengthening of Brazilianness as an identity perspective in sound consumption and music as an important source of mnemonic reactivation and affective bonding. The radio, despite being an important vehicle for identity re-signification, proved to be central as a sound production, alongside music. Finally, it is understood that the Brazilianness strengthened by the interviewees differs from that manifested by the Brazilians who still live in Brazil.

Keywords: Radio. Identity. Consumption. Affection. Expanded Radio. Diaspora.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Idades dos participantes entrevistados	94
Gráfico 2 – Regiões de origem dos participantes entrevistados	94
Gráfico 3 – Período em que vivem em Barcelona	94
Figura 1 – Mediações Culturais	36

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	10
1	O VÍNCULO AFETIVO NO CONSUMO DO RÁDIO EXPANDIDO	20
1.1	Rádio expandido	22
1.2	Rádio e consumo cultural	31
1.3	Rádio e afeto	44
1.4	Rádio e memória	53
1.5	Rádio e música	55
2	A CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DO SUJEITO DIASPÓRICO ..	58
2.1	Identidade e diáspora	66
2.1.1	<u>Afeto e diáspora</u>	71
2.1.2	<u>Afeto e identidade do migrante</u>	74
2.2	Identidade e brasilidade	76
3	O CENÁRIO RADIOFÔNICO ESPANHOL	80
3.1	A <i>ciè</i> como espaço-ator	80
3.2	A Espanha diaspórica	83
3.3	A realidade radiofônica espanhola	85
3.4	Brasil e Espanha: vínculos afetivos radiofônicos	88
4	AS VOZES DOS MIGRANTES	90
4.1	A entrada no campo	95
4.2	As diferentes perspectivas sobre ser imigrante	98
4.3	O trabalho como demarcador de alteridade	104
4.4	As diferenças entre o brasileiro diaspórico e o brasileiro comum	113
4.5	A saudade como impulsionador do vínculo radiofônico	117
4.6	O orgulho como busca do identificador nacional	124
4.7	A música como (re)ativador mnemônico e de ressignificação geográfica	128
4.8	A busca pela informação no radiojornalismo	133
4.9	A brasilidade como perspectiva identitária	137
4.10	A resignificação do local e global	143

5	RADIALISTAS EM BARCELONA	147
5.1	Rádio + Brasil	148
5.2	Rádio Caipirinha Libre	152
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	156
	REFERÊNCIAS	170
	APÊNDICE A - Questionário aplicado online	181
	APÊNDICE B - Roteiro entrevista semiaberta	182
	APÊNDICE C - Roteiro entrevista radialistas	183

INTRODUÇÃO

Como o rádio auxilia nas ressignificações identitárias e na construção de vínculos afetivos de brasileiros em situação de diáspora? Essa é a pergunta que permeou toda a pesquisa e definiu o recorte aqui apresentado. Porém, verificar o processo construtivo da identidade pessoal não é desafio fácil, visto tratar de aspectos muito subjetivos da experiência humano. Por isso, entende-se que a escolha do rádio foi fundamental para a realização da pesquisa, visto que o meio possui características muito particulares que permitem uma abordagem como a proposta na presente tese, que busca analisar aspectos específicos do consumo midiático ou simbólico.

Isso ocorre porque o rádio adequa-se mais facilmente a rotinas diversas, é de fácil consumo e, justamente por não trabalhar o sentido visual, é passível de ser ressignificado constantemente, tanto quanto aos seus sentidos, interpretações e relações, além de disponibilizar produtos que podem levar a uma experiência imersiva dos ouvintes.

Entender essa ressignificação identitária vai além de entender apenas a conexão dos consumidores com o meio radiofônico, isso porque há na vivência diaspórica uma série de fatores que evidenciam a realidade migrante do indivíduo frente ao local de morada, influenciando, assim, o próprio sentido dado ao consumo.

Por isso, busca-se na presente pesquisa verificar as diversas realidades do migrante brasileiro em Barcelona, buscando a centralidade do sonoro nessa rotina. Assim, é possível compreender não apenas como ocorrem as ressignificações, mas também o que estimula o consumo radiofônico de produtos brasileiros e quais são os afetos que permeiam o processo analisado.

Barcelona foi escolhida como local de realização da etapa empírica por dois motivos, sendo o primeiro pelo alto índice de brasileiros que vivem na cidade catalã¹ (sendo a primeira cidade da Espanha a receber migrantes brasileiros e uma das principais da Europa, perdendo apenas para Portugal e Itália), e a segunda pela possibilidade de desenvolver a pesquisa com o auxílio de uma

¹ Disponível em <encurtador.com.br/ozDK4> Acesso em: 22/04/2021.

universidade referência em comunicação, a Universitat Autònoma de Barcelona – UAB, com o suporte da professora Belén Monclús.

Desenvolveu-se a tese aqui apresentada a partir das seguintes hipóteses de pesquisa: o principal impulsionador do consumo radiofônico ocorrendo a partir da necessidade de vinculação afetiva por parte dos sujeitos diaspóricos e o consumo de produtos sonoros brasileiros operando como forte fonte de ressignificações identitárias na realidade do migrante que enfrenta, pela sua própria existência diaspórica, uma realidade transitória contínua. Essa transitoriedade e a descaracterização identitária do migrante como tal o impulsionam a buscar uma relação mais próxima com a cultura do país de origem.

Para compreender aspectos tão subjetivos e complexos da realidade do sujeito analisado, optou-se, como metodologia principal, pela realização de entrevistas semiestruturadas com brasileiros que vivem em Barcelona. Ao todo, foram entrevistadas 20 pessoas com perfis diversos quanto à idade, período vivendo em Barcelona e região de origem no Brasil.

Contudo, antes de iniciar as entrevistas, foi necessária a realização de outras etapas empíricas, com a finalidade de inserção no campo e aproximação com os sujeitos da pesquisa. Os procedimentos metodológicos ocorreram, portanto, em três etapas. A primeira com o envio de questionário nas redes sociais e grupos de *WhatsApp* – grupos de brasileiros que vivem em Barcelona – e posterior análise; 2) realização das entrevistas semiabertas, totalizando 20 entrevistados; 3) análise dos dados obtidos através com o auxílio do sistema Atlas.ti.

A primeira etapa, o envio de questionário a diversos grupos do *Facebook* e *WhatsApp*, serviu para entrada no campo e reconhecimento dos perfis dos migrantes brasileiros. Com as respostas obtidas, foi possível selecionar perfis diversos para a pesquisa. Apesar do número baixo de engajamento ao questionário, totalizando 39 repostas, obteve-se bons resultados e alguns interessados para a segunda etapa, as entrevistas.

A entrevista semiaberta foi escolhida como método pois permite ir além das perguntas do roteiro pré-estabelecido, aproveitando os ganchos deixados pelos entrevistados ao longo da conversa. Além disso, a realização de método com aplicação pessoal, privada, permite maior conexão entre entrevistado e

entrevistador, resultando em falas mais aprofundadas e pessoais, algo que foi observado na realização da etapa empírica da presente tese, em que os participantes abriram questões íntimas para a pesquisadora.

Ao todo, foram realizadas mais de 16 horas de entrevistas, com uma média de 50 minutos cada e efetivadas ao longo do período de realização do doutorado sanduíche, de setembro de 2019 a fevereiro de 2020. Após transcrição, obteve-se 290 páginas, que não foram disponibilizadas aqui em sua totalidade, por considerar que transformaria a tese em material deveras extenso, extrapolando o número razoável de páginas. Porém, foram transcritos os principais trechos das entrevistas, de acordo com cada categoria criada.

Os resultados foram analisados e categorizados a partir daquilo que mais teve destaque nas falas dos entrevistados, ou seja, nas repetições e posicionamentos similares. A plataforma Atlas.ti foi utilizada para auxílio na organização dos dados, porém, a partir de um uso complementar e não central. Considerou-se, na análise dos dados obtidos nas entrevistas, aspectos que, apesar de inicialmente discrepantes, convergiam para a estruturação de quadro mais amplo, que trouxesse informações relevantes sobre o que determina o consumo radiofônico.

Assim, foram criadas nove categorias que englobam desde aspectos relativos ao trabalho e à relação dos sujeitos com a família, como também os hábitos de consumo e os fatores de impulsionamento à escuta radiofônica, são elas: as diferentes perspectivas sobre ser imigrante; o trabalho como demarcador de alteridade; a diferenciação do brasileiro diaspórico do brasileiro comum; a saudade como impulsionador do vínculo radiofônico; o orgulho como busca do identificador nacional; a música como (re) ativador mnemônico e de ressignificação geográfica; a busca pela informação no radiojornalismo; a brasilidade como perspectiva identitária; e a ressignificação do local e global.

Quanto ao desenvolvimento teórico, entende-se que, para atender o objetivo aqui proposto, faz-se necessário compreender dois aspectos centrais: o primeiro relativo ao que se define por rádio em um cenário em que o meio se encontra expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) para diversas outras plataformas, sendo consumido também através de celulares, da *internet* e até mesmo da TV. O segundo aspecto compreende o histórico do campo quanto às pesquisas de

audiência, visto os sujeitos ouvintes terem diferentes nomações e estarem cercados por uma rica rede semântica.

Ao longo do desenvolvimento do campo comunicacional, a audiência já recebeu diversas nomenclaturas que caracterizam as transformações do próprio campo quanto ao olhar dado a esses sujeitos. Assim, audiência, recepção e usuário compõem a mesma trama semântica, apesar de falarem de diferentes lugares. É por identificar como necessária uma abordagem ampla, que inclua todas as perspectivas citadas, mas sem filiar-se a uma, que se opta por usar audiência ao referir-se aos ouvintes radiofônicos.

A expressão audiência, apesar de possuir uma etimologia² muito específica que remete a uma condição de submissão e obediência, é abordada aqui em um viés mais amplo, sem desconsiderar os limites existentes no termo e suas filiações. Contudo, ressalta-se que a expressão já foi defendida por estudiosos de correntes culturalistas, como os Estudos Culturais. Orozco (2012, p. 108), por exemplo, afirma que “ser audiência significa estar vinculado com a informação, com os outros e com o ‘outro’ de uma forma sempre mediada, não presencial”.

Portanto, para que seja possível uma abordagem ampla da audiência, como o proposto, desenvolve-se a tese em cinco capítulos, que visam ser capazes de responder ao problema da pesquisa, isto é, analisar o papel do rádio como apoio à negociação de identidades e à construção de vínculos afetivos entre ouvintes em situação de diáspora. Para tal, além de discorrer sobre diferentes concepções teóricas, é preciso manter um percurso no desenvolvimento da tese que permita, ao final, a junção destas diferentes abordagens com a análise empírica realizada. Pela complexidade teórica dos conceitos abordados, será necessário colocar em diálogo diferentes campos do saber, mas buscando manter a comunicação em prevalência.

A formação do campo comunicacional foi realizada com a junção de diferentes concepções teóricas, de variados campos. A comunicação tem por base a interdisciplinaridade como constituidora de sua existência científica, o que explica os tratamentos diversos e muitas vezes antagônicos existentes sobre os

² A “expressão ‘audiência’ origina-se do latim *audire*, ouvir. A mesma raiz fornece a palavra ‘obedecer’ (*obaudire*), que significa ‘ouvir de baixo’” (SCHAFER, 1999, p. 28).

objetos ditos comunicacionais. A própria etimologia do termo comunicação já abarca essa ação conjunta, que traz diferentes atores.

O termo vem do latim *communicatio*, do qual distinguimos três elementos: uma raiz *munis*, que significa “estar encarregado de”, que acrescido do prefixo *co*, o qual expressa simultaneidade, reunião, temos a ideia de uma “atividade realizada conjuntamente”, completada pela terminação *tio*, que por sua vez reforça a ideia de atividade. E, efetivamente, foi este o seu primeiro significado no vocabulário religioso onde o termo aparece pela primeira vez (MARTINO, 2015, p. 12).

Contudo, esse “outro” presente no ato comunicacional teve pouco espaço nas pesquisas realizadas nos primeiros anos de desenvolvimento do campo. Nesse período, predominavam pesquisas que tinham por objetivo verificar a efetividade dos enunciados midiáticos, em detrimento de compreender as multiplicidades de formas de recepção. Vale ressaltar que existiram pesquisas nesse período que se dispuseram a compreender essa audiência, mas que obtiveram pouco espaço para desenvolvimento e possuíam abordagens ainda muito superficiais.

Durante muitas décadas, desde o início do século XX, prevaleceu a convicção do poder absoluto dos meios sobre o comportamento humano e dos veículos de comunicação como propagadores de ideologias que manipulam as consciências. Posteriormente, as teorias da comunicação focalizaram os textos e a compreensão dos produtos midiáticos como fenômenos de cultura. Foram também inseridas nesse debate a noção de alteridade e as relações entre identidade e cultura. Em seguida, passaram a ser ressaltados os efeitos das tecnologias da mídia sobre as sensações e sensibilidades humanas (BECKER, 2016, p. 146).

No decorrer do desenvolvimento do campo, algumas escolas buscaram problematizar a audiência, verificando quais aspectos sociais, culturais, econômicos ou pessoais mediavam a relação com as mídias. Como exemplo cita-se os Estudos Culturais ingleses e latino-americanos. Porém, atualmente, há diversos fatores que compelem a uma revisão tanto do entendimento da audiência, como da própria concepção de mídia.

As pesquisas radiofônicas, por exemplo, encontram hoje uma série de desafios no que tange às aproximações com a audiência, sendo o primeiro deles a própria concepção de rádio. Com a expansão do meio adquire-se novos formatos tecnológicos, novas etapas produtivas e novos atores sociais,

mediações culturais e formas de consumo. A invisibilidade do rádio parte da dificuldade em limitar o que caracteriza o meio frente a esta gama de novos suportes e dispositivos.

Com o intuito de dirimir essa confusão quanto às características do meio, utiliza-se na presente tese a definição de rádio expandido, conceito proposto pelo professor Marcelo Kischinhevsky (2016), que se refere a um meio que se faz presente para além das ondas *hertzianas*, encontrando-se também na *internet*, na TV – através dos canais de música – no celular e nas redes sociais, possuindo assim diferentes formas de difusão, a exemplo do rádio social, o *podcasting*, os rádios corporativos, os *smart speakers*.

No desenvolvimento teórico desse conceito há uma complexidade que é legitimada tanto pelo cenário que procura analisar, como pela multiplicidade de sujeitos sociais que abarca. Ao expandir-se o rádio ganha novas características, acessa novos perfis de ouvintes e se relaciona a novas modalidades produtivas e distributivas, o que torna fundamental uma abordagem ampla e interdisciplinar. Ao acessar novos perfis de ouvintes, o rádio problematiza a audiência, visto o consumidor se encontrar em multi-contextos e o ato do consumo ocorrer através de uma mobilidade quase constante. Problematizam-se também as formas de associações afetivas realizadas pelos ouvintes com o rádio, em decorrência da diversidade de possibilidades de consumo, que provocam igualmente uma diversidade de vinculações emocionais.

É justamente por decorrência dessa complexidade que há a necessidade de se abordar outros conceitos centrais, a exemplo dos tratamentos dados à emoção e ao afeto, ao consumo cultural, à identidade, à diáspora, à memória e à brasilidade. Nos capítulos 1 e 2 busca-se realizar a conexão entre todos esses conceitos, com o intento de delimitar o cenário que será analisado no capítulo empírico. Apesar de complexos, os conceitos citados trazem aspectos contemporâneos que podem ser relacionados e que tratam de diferentes aspectos sociais, culturais e econômicos.

Nessa pesquisa articulam-se os conceitos de rádio expandido, consumo cultural, identidade, afeto, diáspora, memória e brasilidade, trabalhados com foco na audiência radiofônica. Interessa saber como, juntos, fazem parte de uma experiência cotidiana de um migrante em terra estrangeira, apoiando a construção e a negociação de identidades.

Ressalta-se também que, apesar de serem conceitos diferentes entre si, eles encontram desafios similares nas transformações socioculturais. A convergência de meios e a globalização econômica modificam a relação espaço-temporal entre os países, o que, conseqüentemente, modifica a relação entre indivíduos e entre a audiência e as mídias. O consumo cultural embasa a forma como se trabalha essa relação, com o intuito de evitar abordagens meramente mercadológicas. Aproxima-se a discussão acerca do consumo do debate teórico em torno do afeto, conceito que, não raro, carece de tratamento menos limitado no campo da comunicação.

As emoções são trabalhadas nas Ciências Sociais tanto por um viés sociológico, quanto antropológico. Sociologia e Antropologia abordam as emoções como fenômenos socialmente constituídos e inteligíveis por intermédio das relações e não apenas por uma ordem biológica. Em outras escolas interessantes há abordagens das emoções ou do afeto, a exemplo da Psicologia, da Neurociência e da Filosofia. Porém, a delimitação aqui proposta atrela-se às perspectivas dadas pela Sociologia e a Antropologia das emoções.

Destaca-se que, apesar de serem conceitos muitas vezes trabalhados por perspectivas diferentes (GADRET, 2016), afeto e emoção serão aqui abordadas como sinônimos, visto que há uma predominância maior de similaridades do que de diferenças entre ambos. Assim, emoção e afeto são constituídos através das interações socioculturais e expressos por meio e através de uma linguagem social pré-estabelecida. Essa visão constitutiva das emoções permite compreender não apenas como se ocorrem as relações entre os ouvintes e o rádio, mas também a relação entre os sujeitos e entre os sujeitos e os espaços culturais.

A noção de identidade insere-se na presente tese por uma perspectiva múltipla e móvel. A concepção identitária do sujeito contemporâneo difere-se da do sujeito iluminista ou moderno (HALL, 2015) e torna-se mesclada por diferentes vivências, culturas, interações e mediações. Isto quer dizer que a “identidade se revela como invenção e não descoberta; é um esforço, um objetivo, uma construção” (FARIA e SOUZA, 2011, p. 37). Como o objetivo da tese é analisar como o rádio reforça as negociações de identidade dos ouvintes em situação de diáspora, a própria noção múltipla de identidade torna-se uma problemática, visto os sujeitos analisados não se entenderem como apenas

migrantes ou apenas brasileiros. Há uma complexidade na elaboração de si mesmo. Entende-se o *self* como um projeto, uma narrativa de si, ativamente construída na vida cotidiana pelos sujeitos, com os materiais simbólicos que lhe estão ao alcance (THOMPSON, 2014).

Para que seja possível mapear essa noção de identidade, percorrem-se historicamente as mudanças científicas e filosóficas responsáveis por esse deslocamento na noção de si. Essas mudanças refletem variações nas estruturas socioculturais e na própria definição de homem. As transformações tecnológicas também influem na formação identitária dos sujeitos, visto colocarem em contato os diferentes na busca por aproximar os iguais.

Por fim, o conceito de diáspora busca embasar as discussões acerca do migrante/estrangeiro e sua relação dúbia com o local que vive e seu país de origem, em um exercício constante de reconhecimento e dessemelhança, de aproximação e afastamento. Essa dualidade parte tanto da relação afetiva do migrante com os cidadãos do Estado, como do migrante com seus conterrâneos, como do migrante com as culturas com as quais tem contato. Além disso, a condição de estrangeiro põe em evidência a realidade complexa dos sujeitos inseridos em um mundo cada vez mais conectado, ao mesmo tempo cada vez mais transmutado.

Entende-se que a abordagem conceitual múltipla aqui proposta tem seus desafios, principalmente quanto a uma possível fragmentação teórica, porém, essa multiplicidade busca atender e minimizar os desafios existentes em desenvolver uma pesquisa sobre como o rádio auxilia na ressignificação identitária do migrante brasileiro que vive em Barcelona. O objeto da pesquisa exige uma abordagem teórica ampla, que dê conta de todos os pormenores envolvidos na relação analisada, assim como os aspectos que impulsionam o ato do consumo de sujeitos inseridos em uma realidade diaspórica.

Contudo, com objetivo de organizar a complexidade teórica aqui proposta, busca-se organizar dois grupos teóricos, apresentados nos capítulos 1 e 2, que apesar de distintos são convergentes quanto a análise dos migrantes pesquisados, são eles: o rádio e a diáspora. No primeiro grupo, o do rádio, aborda-se a condição do rádio expandido, memória, afeto e música como formas de vinculação identitária. No segundo grupo, o da diáspora, são tensionadas as questões de migração, identidade e brasilidade.

Observa-se que, apesar de serem apenas dois grupos, ambos são compostos por discussões amplas e densas. Porém, tais discussões são necessárias a fim de compreender os indivíduos entrevistados e os resultados obtidos na etapa empírica, que, apesar de estarem inseridos em uma pesquisa que objetiva compreender a relação do rádio com as ressignificações identitárias, abrangem uma ampla gama de manifestações e questionamentos por parte dos sujeitos diaspóricos. Assim, o consumo radiofônico ocorre em concomitância com a vinculação afetiva, desencadeada pelo acesso a memórias do passado que remetem ao reconhecimento da língua, que fortalece uma compreensão de si como originário de determinado país e justifica a manutenção do consumo de determinadas músicas ou programas.

O terceiro capítulo da tese pretende mapear a realidade espanhola dos brasileiros, visando contextualizar a realidade atual dos pesquisados. A Espanha está entre os países que mais recebem brasileiros no mundo. Conforme pesquisa realizada para o Relatório Internacional de Migração do Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais da Secretaria das Nações Unidas (Desa)³, em 2017 havia 1,6 milhões de brasileiros vivendo no exterior, sendo que 635 mil estavam vivendo na Europa e 100 mil na Espanha, 6,2% do total.

A forte presença de brasileiros em terras espanholas impulsiona o surgimento de programações midiáticas voltadas a este público, algo disponível, inclusive, em documento produzido pelo Itamaraty⁴, em que é possível encontrar as produções midiáticas impressas, radiofônicas e televisivas voltadas ao público brasileiro. Por isso, buscou-se verificar quais são os programas radiofônicos que possuem programação voltada ao público brasileiro com o objetivo de ter um primeiro contato com esses ouvintes, em conjunto com a vinculação a grupos em mídias sociais formados por brasileiros morando na Espanha.

O contato por intermédio das redes sociais e das rádios produzidas na Espanha permitiram tanto o reconhecimento da comunidade brasileira em Barcelona, como foi a porta de entrada para a realização da etapa empírica, presente no quarto capítulo, composto pelos resultados obtidos na etapa empírica, com a realização das entrevistas semiabertas. A seleção dos

³ Disponível em <goo.gl/Faob3S>. Acesso em: 31/01/2019.

⁴ Disponível em <goo.gl/fS2ViK>. Acesso em: 15/03/2019.

participantes da pesquisa se deu por intermédio de critérios pré-estabelecidos que objetivaram uma seleção diversa de perfis. A sistematização dos dados ocorreu com o auxílio acessório da plataforma Atlas.ti, que realiza uma análise do conteúdo adquirido de forma a facilitar a identificação de termos recorrentes ou palavras-chave importantes na pesquisa, ajudando na criação de categorias que correspondam aos dados obtidos, sem deixar nada de relevante de fora e pela definição das categorias a partir dos termos e ideias mais citadas pelos participantes.

O quinto capítulo contém a análise das entrevistas realizadas com radialistas brasileiros que possuem ou possuíam programas radiofônicos voltados ao público brasileiro, mas produzidos em território catalão. Foram entrevistados três radialistas de duas rádios, a Rádio Mais Brasil e a Caipirinha Libre. As entrevistas foram examinadas quanto aos fatores que impulsionaram a criação de tais programas, assim como a correlação dos dados obtidos com os entrevistados migrantes, visto que os radialistas também viviam em condição de diáspora.

Por fim, tem-se as considerações finais da tese, que buscam tensionar os dados empíricos com as abordagens teóricas. Esse tensionamento se faz necessário pela complexidade teórica proposta na pesquisa e pela necessidade de correlacioná-las com a realidade dos migrantes brasileiros. Neste sentido, vincula-se cada conceito central aos dados obtidos, terminando com a descrição dos resultados frente ao problema de pesquisa e as hipóteses iniciais. A etapa empírica trouxe a centralidade da pesquisa e dados esperados, presentes em outras pesquisas sobre migração, mas também dados surpreendentes, a exemplo do reforço da brasilidade.

1 O VÍNCULO AFETIVO NO CONSUMO DO RÁDIO EXPANDIDO

A voz que comunica no rádio constrói vínculo afetivo com o ouvinte por meio de um reconhecimento parte biológico, parte social, que remete desde a relação embrionária entre mãe e filho e perpassa toda a formação sociocultural do sujeito. Ao remeter o universo sonoro à base integrativa do sujeito, afirma-se que este universo “sonoro-musical precede o nascimento” (NUNES, 2004, p. 17), compõe a realidade comunicativa do indivíduo desde a fase embrionária, em que a relação com a mãe se dá por meio de sons e ritmos, quando o nascituro identifica os indícios afetivos por intermédio da mãe. “A voz materna nina e aleita. Sua fala, atividade rítmica e melódica, soa música ao lactente, destinatário de um discurso que só compreende como som analógico, (...) já que ainda não possui e nem decodifica a linguagem articulada” (NUNES, 2004, p. 18).

Ao nascer, o sujeito desenvolve ainda mais a comunicação por sons, seja pelo choro, pelo grito ou pelos ruídos, o bebê entende haver na expressão vocal um importante mecanismo de participação. O indivíduo tem à disposição um amplo repertório de ruídos, sejam inatos, sejam apreendidos, a fim de inserir o sujeito na relação familiar e de facilitar a emissão das necessidades básicas que ainda não podem ser expressas por meio da linguagem formal. Assim, o som surge como primeira forma de comunicação aprendida pelo sujeito, sendo desenvolvida e aprimorada com o desenvolver biológico e social.

Sabe-se, contudo, que o som e a linguagem são diferentes, não se objetiva aqui confundi-los, pois como afirma Deleuze (1988, p. 187), “o que torna a linguagem possível é o que separa os sons dos corpos e os organiza em proposições, tornando-os livres para a função expressiva”. Porém, ao destacar a relação ontológica do homem com o som, busca-se ressaltar que o rádio não é apenas um meio de comunicação massivo, que objetiva informar ou entreter, mas também exerce uma função mítica, “a voz e a palavra constroem textos escritos/oralizados que vinculam signos míticos aptos a ritualizar a escuta radiofônica” (NUNES, 2004, p.25). É justamente essa relação simbiótica e consolidadora dos signos que se busca investigar aqui.

Analisar “o espaço sonoro como primeiro espaço psíquico” (CHNAIDERMAN, 1989, p. 99) visa ressaltar como a relação afetiva entre o homem e o rádio não se refere apenas às características do meio ou sua

estrutura, mas também, e principalmente, ao desenvolvimento inspirado na relação de base ontológica com os sons, criando assim uma forma mais efetiva de comunicação e vinculação. “Não é possível esquecer que as vozes-músicas que soam do rádio, falam de perto à nossa realidade física e psíquica” (NUNES, 2004, p. 25). É por haver esse reconhecimento sensível do rádio como voz reconhecível, amiga, acolhedora, que o meio se torna importante objeto de estudo no que tange à vinculação afetiva e emocional do sujeito com seu lar, sua casa, seu país.

Além da oralidade, outro importante aspecto a ser considerado no rádio é o calendário, mais especificamente o fato de haver na programação radiofônica tradicional⁵ hora e local pré-estabelecidos para a ocorrência dos encontros diários entre os ouvintes com seus programas elegidos. Ao organizar temporalmente e localmente sua ocorrência, o rádio passa a organizar tanto a vida privada como a pública. “Os que controlam o calendário controlam indiretamente o trabalho, o tempo livre e as festas” (LE GOFF, 1992, p. 494). Esta organização surge tanto pelo âmbito privado, com a vinculação das demandas domésticas e diárias com os horários dos programas ouvidos, quanto pelo âmbito público, com a intervenção a aspectos culturais, sociais e econômicos, promovidos pelos meios de comunicação e pelos receptores, principalmente através do consumo.

A organização a partir do calendário radiofônico pode tanto aproximar o indivíduo diaspórico da rotina que não vivencia mais, como também distanciá-lo, em decorrência da clara diferenciação organizacional da sociedade a qual se encontra e a qual o rádio se refere. Nesse sentido, o calendário torna-se um fator importante de análise quanto à vinculação do sujeito diaspórico com seu país de origem, visto evidenciar a organização social do local de morada *versus* a do país natal.

Todavia, ressalta-se que o rádio como organizador social passou por mudanças significativas. Isto porque a expansão do rádio frente à convergência de meios remodelou as relações temporais e geográficas antes predominantes, trazendo novos atores sociais, aspectos tecnológicos, produtivos e distributivos

⁵ Destaca-se aqui o tradicional, pois frente à expansão do rádio para os meios digitais, outras características temporais são inseridas. Algo que mais à frente será amplamente debatido.

que devem ser considerados em uma pesquisa radiofônica. Antes, contudo, faz-se necessário explicar que mudanças foram essas.

1.1 Rádio expandido

O rádio como meio de comunicação de massa vivenciou muitos desafios em seu desenvolvimento, porém, a aceleração da convergência trouxe uma realidade complexa, que fez com que o meio se encontrasse perante uma diversidade de possibilidades, sem consenso quanto às suas características definidoras ou, em outras palavras, sua identidade. A definição do rádio como tal já foi tema central de diversas discussões do grupo de pesquisa de Rádio e Mídia Sonora da Intercom, assim como permeou trabalhos de autores que dispõem do meio como objeto empírico (MEDITSCH, 2001; CEBRIÁN HERREROS, 2008; FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010).

Ao analisar o desenvolvimento do rádio, desde sua invenção, verifica-se que o meio “caracterizou-se como um mecanismo que possibilita a transmissão de sinais – essencialmente sons – a grandes distâncias, valendo-se das ondas eletromagnéticas” (TOME, 2010, p. 59). Essas ondas são normalmente referidas quanto às suas potências irradiadas, os watts, quilowatts ou megawatts, no entanto, essas são comumente classificadas quanto ao comprimento de suas ondas, ondas longas, médias ou curtas e a sua frequência (alta, média ou baixa). Além disso, as ondas eletromagnéticas são analisadas quanto às suas modulações,

quando geramos uma onda eletromagnética, podemos variar algumas das suas características, como a potência ou a frequência. A forma de transportar uma informação da emissora até o receptor é por meio da variação de algum desses parâmetros, e esse processo é denominado modulação. Quando variamos a potência do sinal (rigorosamente falando, a sua amplitude elétrica), estamos utilizando uma forma de *modulação em amplitude* (AM, *Amplitude Modulation*) (...) Outra alternativa é variarmos a frequência (FM, *Frequency Modulation*) (TOME, 2010, p. 63).

Essa é a forma analógica e mais conhecida de funcionamento do rádio. Entretanto, a evolução tecnológica foi impondo mudanças ao meio, a exemplo

do próprio surgimento do FM, que “representou uma inovação tecnológica out-of-band: visto tratar-se de uma nova forma de modulação” (TOME, 2010, p. 67). A própria evolução do digital no rádio se deu em etapas e de forma gradual, contudo, foi trazendo novas características ao meio que não mais cabiam na emissão por ondas eletromagnéticas.

Atualmente, o rádio está em diversos formatos, que vão desde as tradicionais modulações AM e FM, permeando também os formatos de *podcasting*, plataformas de *streaming*, entre outros. Essa diversidade de plataformas exigiu dos pesquisadores do meio radiofônico o desenvolvimento de teorias que permitissem uma abordagem mais adequada das funcionalidades e efeitos do rádio, “o papel do rádio na construção e na negociação de identidades locais, regionais, nacionais e mesmo transnacionais” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 18). Um desses conceitos é o de rádio expandido, que entende a produção sonora como a característica essencial do rádio.

O conceito de rádio expandido, referenciado pelo pesquisador Marcelo Kischinhevsky (2016), trabalha com a concepção de rádio para além das ondas *hertzianas*, estando, portanto, presente também na televisão, na *internet*, no celular e nas redes sociais. Concebe-se que o ouvinte radiofônico se encontra em multi-contextos. O conceito possui duas vertentes nos estudos da comunicação, sendo um “nos estudos culturais, sobretudo em sua vertente latino-americana (...) e outro na economia política da comunicação, com sua aguda crítica da conformação das indústrias culturais” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 26). Apesar de, em um primeiro momento, parecerem antagônicas, ambas as vertentes são complementares, promovendo uma perspectiva mais ampla dos contextos culturais pesquisados. “A construção de uma aliança entre a economia política da comunicação e os estudos culturais (...) pode permitir que as investigações consigam, em alguma medida, produzir análises mais detalhas, densas, e articular micro e macro questões e/ou contextos” (HERSCHMANN, 2010, p. 51).

O desenvolvimento teórico do rádio expandido relaciona-se também a duas outras chaves conceituais, a interação e a mediação, algo que se justifica pela compreensão de que “só seria possível apreender as interações com os meios de comunicação levando-se em consideração as mediações”

(KISCHINHEVSKY, 2016, 31). Estabelecer o diálogo entre os dois conceitos é oferecer ao ato comunicacional um olhar mais amplo e detalhado.

O interacionismo simbólico, apesar de trazer ricas reflexões acerca da comunicação “como um sistema (um processo) em que os interlocutores se empenham” (WINKIN, 1998, p. 80), ignora outros importantes fatores que se inserem no processo comunicacional como um todo, a exemplo da comunicação massiva. Já as mediações, conceito amplamente trabalhado pela vertente dos estudos culturais latino-americanos, trazem para análise não apenas as relações entre emissor e receptor, mas também os contextos geográficos, políticos, culturais e sociais que existem entre eles. “Portanto, só seria possível apreender as interações com os meios de comunicação levando-se em consideração as mediações” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 31), ou seja, a relação entre os interagentes e o conteúdo, somado às especificidades destes em suas realidades múltiplas.

Ressalta-se que essa relação entre interação e mediação é central na presente pesquisa, pois permite um olhar mais detalhado para os aspectos que se inserem na realidade do sujeito diaspórico, tanto no que diz respeito às associações entre sujeitos, como também na vinculação do ouvinte com o produto radiofônico. O entendimento de que ambos os conceitos são complementares auxilia quanto ao objetivado na pesquisa, visto instigar uma análise que preza por fatores que dizem respeito tanto àquilo que se refere aos consumidores como indivíduos sociais, como também ao que se interpõe entre eles.

Portanto, a complexidade teórica no desenvolvimento do conceito do rádio expandido é legitimada tanto pelo cenário que se procura analisar, como pela multiplicidade de sujeitos sociais que abarca. Ao expandir-se, o rádio ganha novas características, acessa novos perfis de ouvintes e se relaciona a novas modalidades produtivas e distributivas, o que torna fundamental que haja uma abordagem ampla e interdisciplinar.

Essa amplitude está relacionada ao cenário de convergência midiática, a um fenômeno multidimensional que abrange transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais (JENKINS, 2009), algo que exige um reexame dos meios de comunicação ditos tradicionais como um todo. Por conta da diversidade de canais, a forma de consumir mídia torna-se mais

personalizada, mesmo que a relação consumidor e produtor permaneça assíncrona.

Destacam-se aqui dois conceitos que buscam analisar este cenário convergente: a midiamorfose e a remediação. Em comum, ambos propõem formas de compreensão das mudanças ocorridas, evitando, contudo, tratamentos excessivamente otimistas ou centrados apenas nas análises tecnológicas. A midiamorfose, elaborada por Roger Fidler, propõe pensar “a complexa inter-relação das necessidades percebidas, pressões políticas e competitivas e inovações sociais e tecnológicas” (FIDLER, 1997, p. 15 – tradução nossa⁶). No livro “Mediamorphosis: Understanding New Media”, o autor elenca seis princípios da midiamorfose, que visam explicar as transformações observadas no âmbito midiático. São eles:

1) Coevolução e coexistência: os meios de comunicação coexistem em determinado grau nos processos evolutivos. Assim, quando uma nova mídia surge, ela influencia o desenvolvimento das outras já existentes;

2) Metamorfose: nenhuma mídia surge espontaneamente. Elas emergem de uma metamorfose dos meios antigos e se adaptam para que continuem a se desenvolver ao invés de morrer;

3) Propagação: traços dominantes dos meios de comunicação propagam-se e são passados para outros meios por meio da linguagem;

4) Sobrevivência: os meios de comunicação precisam se adaptar às mudanças para evitar seu desaparecimento;

5) Oportunidade e necessidade: novas tecnologias midiáticas são criadas apenas quando há uma demanda social, política e econômica para seu surgimento;

6) Adoção tardia: novas tecnologias de mídia demoram cerca de 30 anos para serem adotadas de forma generalizada, para ter sucesso comercial.

A proposta realizada por Fidler merece destaque pois fala de um fenômeno em curso, considerando haver um percurso a ser trilhado por tais transformações, sem filiar-se a determinismos tecnológicos ou propondo tragicamente o fim dos meios ditos tradicionais, isto é, desmistificando “a ideia de que as mudanças tecnológicas estão ocorrendo de forma cada vez mais veloz

⁶ “the complex interplay of perceived needs, competitive and political pressures, and social and technological innovations” (FIDLER, 1997, p. 15).

e relativizando as previsões de que todas as mídias se tornariam uma coisa só” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 51).

Uma derivação do conceito de Fidler, que visa especificar as mudanças em curso no rádio, é da pesquisadora Nair Prata. Na tese intitulada “Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação” (2008) a autora propõe o conceito de radiomorfose, termo derivado da midiamorfose, que visa compreender as transformações tecnológicas especificando a análise ao âmbito radiofônico. De acordo com a autora, apesar de existirem diversos caminhos para a radiomorfose, ela se limita a dois, que são o gênero e a interação. “Nesse processo de metamorfose, os gêneros do rádio tradicional se ressignificam, ganhando novas características, enquanto as formas de interação passam a ser configuradas a partir das especificidades do novo suporte” (PRATA, 2008, p. 76).

A interação no rádio expandido desloca-se “para práticas interacionais que auxiliam na negociação e na construção de identidades” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 116), porque há nas plataformas de *streaming* espaços de troca e conversação. A possibilidade de compartilhar e etiquetar trazem novas dinâmicas de consumo, apesar de não substituir por completo as relações de poder existentes na produção midiática. O compartilhamento, de forma mais central, é o aspecto basilar da mudança descrita, visto “não apenas proporcionar um novo espaço para circulação de conteúdos produzidos pelo internauta, mas também para exposição de afetos, da intimidade, de narrativas do self, em suma, da construção identitária” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 117).

Outro conceito que permite uma melhor apreensão do rádio expandido é o da remediação, desenvolvido por Jay David e Richard Grusin. O conceito busca “trabalhar com uma dupla lógica: a da imediação e da hipermídiação, estabelecendo uma tensão entre transparência e opacidade no posicionamento dos meios de comunicação frente as suas audiências” (KISCHINHEVSKY, 2016, 52). A remediação consiste em uma representação de um meio em outro. Ele pode se dar de forma direta, transparente, pela imediação, em que “busca-se apagar o meio, tentando-se simular uma experiência direta” (KISCHINHEVSKY, 2016, 52), ou pode ocorrer pela lógica das múltiplas janelas da hipermídiação das mídias digitais, em que há uma transformação dos meios tradicionais, porém, mantendo suas características na construção de uma relação opaca com seus ouvintes. Os meios digitais modificam os meios tradicionais trazendo

aspectos marcantes destas mídias, promovendo uma remediação dos tradicionais para os digitais.

Os conceitos de remediação e midiamorfose permitem uma melhor apreensão do rádio expandido, em que novos elementos embaralham a caracterização estabelecida exclusivamente a partir da sonoridade. Textos de apoio, hiperlinks, espaços para comentários, webcams em estúdios, fotos ilustrando chamadas de áudios em páginas na web são apenas alguns desses elementos, que vão engendrar diferentes parâmetros de análise, tornando mais complexo o entendimento das interações comunicacionais que se dão em torno da radiofonia (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 53).

Deste modo, o rádio expandido insere-se numa realidade de convergência de mídias, em que surgem novos elementos comunicacionais que carecem de análise em uma pesquisa que objetiva analisar a realidade radiofônica. No entanto, é preciso destacar que tamanha mudança não ocorreu instantaneamente, tendo importantes marcos na história do rádio que auxiliam no entendimento das transformações do meio.

Há uma diversidade relevante de pesquisas que já buscaram definir os períodos marcantes do rádio, em que foram consideradas tanto a história do meio, como também as transformações tecnológicas, sociais e políticas que ocorreram no Brasil. Destaca-se a pesquisa realizada por Luiz Artur Ferraretto (2015), em que são propostos quatro períodos para o estudo do rádio, sendo eles: a fase de implementação, que corresponde “à instalação das estações pioneiras, organizadas sob a forma de entidades associativas” (FERRARETTO, 2015, p. 4); a fase da difusão, “que consiste em espalhar os produtos pelo mercado afora, sem se preocupar com quaisquer diferenças que possam existir entre os compradores em potencial” (RICHERS, 1991, p. 15); a fase da segmentação, em que “a demanda não é uniforme, mas sim heterogênea, o que justifica uma concentração dos esforços de marketing em determinadas fatias específicas do mercado” (RICHERS, 1991, p. 15); e, por fim, a fase da convergência, que conecta a produção massiva do rádio comercial com a expandida em plataforma digital. A fase da convergência, ressalta-se, não diz respeito apenas ao fenômeno tecnológico, mas sim a quatro aspectos:

(1) tecnológico, a infraestrutura de produção, distribuição e recepção de conteúdos em suportes digitais, tais como computadores, gravadores, softwares de edição e gestão de conteúdos, bases de

dados, redes de fibra ótica etc.; (2) empresarial, a origem e a composição dos capitais que controlam os grupos de comunicação, suas alianças, fusões e aquisições, participações societárias cruzadas etc.; (3) profissional, a integração de estruturas para produção de conteúdos distribuídos em múltiplos suportes, as mudanças nas rotinas e nas relações de trabalho, a redução no número de vagas e as questões relacionadas à formação e à qualificação de mão de obra em ambiente multimídia; e (4) dos conteúdos, a programação, considerando-se a exploração de novas linguagens e formatos possibilitados pela hibridização de formas simbólicas desenvolvidas para difusão multiplataforma (FERRARETTO, 2015, p. 5).

Além dos aspectos tecnológicos, empresariais, profissionais e de conteúdo, acrescenta-se a esta fase de convergência no rádio o surgimento de novos atores sociais e mediações culturais, visto que a própria forma de ouvir rádio mudou. O rádio ganha novas características e novas formas de vinculação emocional, o que provoca, muitas vezes, a invisibilidade do meio para a audiência, que não consegue identificar quais são as características do meio frente a essa multiplicidade de plataformas.

A invisibilidade do rádio problematiza ainda mais a audiência radiofônica, visto ser um desafio aos pesquisadores do meio, principalmente àqueles que buscam analisar as relações interativas entre o ouvinte e o meio. Além disso, a mobilidade no consumo radiofônico, através de celulares, *iPods* e do rádio no carro, torna um desafio ainda maior a compreensão de como se dá a recepção do meio e como as interações modificam-se nessas diferentes plataformas.

Apesar da impossibilidade de afirmar que a interação radiofônica é horizontal, mesmo em um cenário de convergência, afirma-se que há uma mudança significativa nas interações dos ouvintes com os meios, principalmente pelas novas características adicionadas nas produções sonoras.

Os autores Marcelo Kischinhevsky e Cláudia Figueiredo Modesto defendem, no artigo “Interações e Mediações: instâncias de apreensão da comunicação radiofônica”, a importância de se entender a interação do rádio expandido e remediado de forma ampla, considerando não apenas os elementos sonoros, mas também os parassonoros, a partir da análise de alguns itens, a exemplo:

Conversações estabelecidas entre ouvintes, a partir dos conteúdos veiculados pelo rádio, mediadas por seus ambientes cotidianos e sistemas de crenças e valores; Práticas interacionais específicas do rádio em plataformas digitais, como comentários, compartilhamentos, busca, etiquetagem (tagging), curtidas, etc.; Mecanismos de

participação de ouvintes, através de chamadas telefônicas, mensagens eletrônicas, correio de voz, microblogging, sites de relacionamento, etc.; Formas híbridas de interação, em que diversos elementos se combinam e se imbricam, resultando em novas e complexas práticas que redesenham o processo comunicacional (Kischinhevsky e Modesto, 2014, p. 19).

As diferentes formas de interação, portanto, são impulsionadas pela hibridação comunicacional, mas não se resumem a elas. Ao analisar a relação entre o ouvinte e o rádio, evidencia-se tanto a expansão do meio para uma diversidade de formas, como também as especificidades do meio que permanecem presentes, que não se perderam com as mudanças ocorridas nas formas de produção e difusão.

Destaca-se também que, para além das mudanças citadas, a própria concepção de mídia mudou, principalmente por parte dos consumidores. A ideia, antes muito difundida, de que grandes conglomerados de comunicação conseguiriam manipular indiscriminadamente a sociedade perde espaço para uma concepção de mídia mais pulverizada, onde há uma multiplicidade informacional, que tanto aproxima como marca as diferenças. Parte-se, portanto, para “uma utopia do compartilhamento e da multidirecionalidade comunicativa” (ROCHA, 2011, p. 14).

Ressalta-se que a perspectiva de interação aqui proposta considera não apenas as interações entre o ouvinte e o rádio no que tange ao nível de interferência na programação, mas também no que se refere àquilo que interfere o próprio ato da recepção e da relação do ouvinte com o meio. Por isso, tem-se como fundamental na presente pesquisa a junção da interação com a mediação, buscando observar ambas perspectivas através de diferentes esferas relacionais, “a interação social caracterizada não apenas pelas mensagens trocadas (o conteúdo) e pelos interagentes que se encontram em um dado contexto (geográfico, social, política, temporal), mas também pelo relacionamento que existe entre eles” (PRIMO, 2007, p. 7).

Mesmo partindo de uma perspectiva conjunta de conceitos tão díspares como interação e mediação, destaca-se que não há aqui o objetivo de sobrepor tais conceitos em uma concepção única, constante, mas sim “entendidas como instâncias distintas, que se articulam e se superpõem, de múltiplas formas, sem prevalência de uma sobre a outra” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 32). Isto quer

dizer que é preciso pensar o que constitui o campo como um todo, em uma abordagem ampla, buscando compreender quais são os aspectos que carecem de análise e quais são os atores envolvidos em cada uma destas instâncias.

Partindo desta necessidade de conhecer o campo analisado, Marcelo Kischinhevsky propõe pensar o rádio expandido a partir de três esferas: a da distribuição, a da circulação e a da recepção. Na esfera distributiva se tem três realidades, sendo a primeira a do rádio aberto, gratuito para o ouvinte, por forma analógica e por ondas *hertzianas*; a segunda a do rádio por assinatura, via satélite, micro-ondas ou *internet* e com taxa de adesão; e, por fim, a dos serviços radiofônicos de acesso misto, em que há conteúdos e áreas gratuitas ao ouvinte, somado a outros espaços exclusivos aos assinantes, prática também adotada por outros meios.

Na esfera da circulação dispõem-se de duas possibilidades: a aberta e a restrita. A primeira diz respeito às transmissões em plataforma de livre acesso e a segunda em sistemas em que é necessário cadastro ou convite prévio, mesmo quando gratuito. Por último, no âmbito da recepção, compreende-se duas realidades: a sincrônica e a assincrônica. Enquanto na sincrônica o ouvinte tem disponível vinculações de fluxo contínuo, são oferecidos conteúdos via “transmissão de broadcasting pelo rádio em suas versões analógicas, digital e via internet” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 93), na assincrônica há a disponibilização de conteúdos sob demanda, em que há a necessidade de entrar no *site* e fazer *download* do produto para posterior consumo.

A definição destas três esferas tem por objetivo abarcar as diferentes etapas produtivas, distributivas e de consumo, a fim de compreender as modificações realizadas pelos diferentes atores do mercado de radiodifusão sonora, tanto em contexto *online* como *offline*. Entende-se que o principal objetivo do autor na divulgação deste conceito foi o de evitar um viés tecnicista, propondo uma “perspectiva que leve em consideração o papel do rádio na construção e na negociação de identidades locais, regionais, nacionais e mesmo transnacionais” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 18).

É por considerar necessário compreender a interação do rádio remediado e expandido por uma perspectiva das mediações, que se julga necessário falar sobre o próprio panorama dado ao consumo radiofônico e aquilo que se insere no intermédio entre o produtor e o consumidor, mas que interfere

nas formas de interação, evidenciando-se ainda mais na vivência do consumo diaspórico.

1.2 Rádio e consumo cultural

O consumo como operador teórico pode ser trabalhado por diferentes vieses, desde os mais mercadológicos, em pesquisas que visam analisar o consumo em sua relação com o mercado e o acúmulo de bens, físicos ou culturais, como também nas pesquisas que possuem um viés culturalista, em que o consumo é visto como manifestação de cidadania e ato de renegociação de identidades, sendo essa segunda perspectiva muito trabalhada nas pesquisas realizadas pelos autores dos Estudos Culturais, a exemplo de Néstor García Canclini.

Os Estudos Culturais surgem de forma organizada na Inglaterra, mais especificamente no *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), fundado por Richard Hoggart. “As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, vão compor o eixo principal de observação do CCCS” (ESCOSTEGUY, 2015, p. 152). Como uma crítica às perspectivas mercadológicas e funcionalistas, os autores desta escola buscam evidenciar a importância de grupos antes ignorados nas observações e a resistência manifesta por eles.

Outros dois autores que tiveram grande importância na fundação desta escola foram Raymond Williams, que a partir da perspectiva literária mostra ser a cultura “uma rede viva de práticas e relações que constituíam a vida cotidiana, dentro da qual o papel do indivíduo estava em primeiro plano” (ESCOSTEGUY, 2015, p. 153), e Edward Palmer Thompson, que entendia a cultura mais como uma forma de defrontação das diferenças do que das similaridades, não sendo possível uma ampliação global desta concepção como uma, única. Stuart Hall também se destaca como importante referência do CCCS, foi diretor do Centro no período de 1968 a 1979 e “incentivou o desenvolvimento da investigação de práticas de resistência de subculturas e de análises dos

meios massivos, identificando seu papel central na direção da sociedade” (ESCOSTEGUY, 2015, p. 154).

Os Estudos Culturais britânicos são pensados a partir de duas esferas específicas, a política e a teórica. A política relaciona-se tanto ao momento histórico vivenciado na Europa no período de surgimento do Centro, de pós-guerra e de revisão de valores, como também a tentativa de se criar um projeto político real (ESCOSTEGUY, 2015). O viés culturalista, apesar de sua preponderância nas pesquisas realizadas pelos pesquisadores do Centro, vinculava-se a uma nuvem semântica ampla, interdisciplinar, que abordava os objetos sociais por diferentes frentes. Assim, a Sociologia, a História, a Literatura e a Comunicação eram disciplinas que conversavam e eram trabalhadas conjuntamente no CCCS.

Contudo, Stuart Hall torna-se responsável por trazer uma maior centralidade dos estudos para os meios de comunicação de massa. Foi com a publicação do texto *“Econding and decoding in the television discourse”*, de 1973, que a temática começou a chamar a atenção dos pesquisadores do CCCS. Foi natural que a audiência viesse a se tornar um objeto de interesse nas pesquisas desenvolvidas no Centro, visto a análise do caminho percorrido por tais estudiosos. No entanto, foi apenas nos anos 80 que as pesquisas de audiência foram consolidadas, associado a um cenário de desestabilização social e cultural e de um acelerado processo de globalização. “O foco central passa a ser a reflexão sobre as novas condições de constituição das identidades sociais e sua recomposição numa época em que as solidariedades tradicionais estão desabilitadas” (ESCOSTEGUY, 2015, p. 164).

Também nos anos 80 começaram a despontar os Estudos Culturais latino-americanos, que surgiram da insatisfação com os modelos teóricos eurocêntricos, que não atendiam as especificidades dos países periféricos, a exemplo do processo de redemocratização de vários países latino-americanos após longos períodos de ditadura e o fortalecimento dos movimentos sociais. Entre seus principais autores destacam-se Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco Gómez, Jorge Gonzáles e Néstor García Canclini. Martín-Barbero defendia a necessidade na América Latina de se pensar em alguns aspectos-chave para o desenvolvimento de teorias que atendessem às demandas reais dos países periféricos, a exemplo dos “estudos da vida cotidiana, os estudos

sobre consumo, os estudos sobre estética e semiótica da leitura e os estudos sobre a história social e cultural dos gêneros” (MARTIN-BARBERO, 1995, p. 58).

Os estudos dos meios tiveram grande centralidade nas pesquisas realizadas por estes autores, principalmente com o foco na televisão, com destaque para as investigações realizadas por Orozco Gómez. Porém, ressalta-se que há uma rede semântica ampla atrelada às pesquisas realizadas por esta escola, a exemplo das frentes culturais (GONZÁLEZ), uso social dos meios (MARTÍN-BARBERO) e consumo cultural (CANCLINI). Esta amplitude de temas evidencia a perspectiva interdisciplinar dos Estudos Culturais latino-americanos.

Um conceito de grande importância para os Estudos Culturais latino-americanos é o das mediações culturais, proposto por Jesús Martín-Barbero. Essa proposta surge após a percepção, por parte do autor, de um “profundo desencontro entre método e situação: tudo aquilo que, do modo como as pessoas produzem o sentido da vida e como se comunicam com os meios, não cabiam no esquema” (1997, p. 28). Impulsionado por esta percepção, procurou mudar os “lugares das perguntas, para tornar investigável os processos de constituição do massivo para além da chantagem culturalista que os converte inevitavelmente em processos de degradação cultural” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 29). Com isso, traz uma nova perspectiva de pesquisa em que o sujeito é investigado a partir de mediações culturais, “a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 29).

O mapa das mediações culturais da comunicação, proposto no “Dos Meios às Mediações” (2003), procurou suporte teórico em Raymond Williams, “pois seu ponto de vista permitiria compreender as profundas conexões das pessoas comuns com a mídia, razão pela qual a chave inicial de seus estudos foi a cotidianidade familiar, a competência cultural e a temporalidade social” (JACKS e RONSINI, 2014, p. 351).

Para Martín-Barbero, a comunicação é a chave para se “pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam essas sociedades-encruzilhada, a meio caminho entre um subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva” (2003, p. 270). Todavia, esta chave constantemente dialoga com outras chaves conceituais e disciplinares, como a Ciência Política, a Sociologia, a Literatura, tendo na cultura a lente para enxergar os tensionamentos sociais,

na busca por compreender os modos de viver de grupos antes desprezados pelas Ciências Sociais, ou seja, a perspectivação da comunicação a partir da cultura. E “pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 297), isto porque a mídia torna-se integrante de sistemas e instituições que fortalecem ainda mais o poder hegemônico.

Martín-Barbero desenvolveu diversas críticas ao modelo informacional criado a partir de teorias funcionalistas que ignoravam diversos aspectos de poder e de resistência envolvidos no processo comunicacional, voltando-se apenas aos interesses de uma hegemonia que era constantemente reforçada. “Ao deixar de fora da análise as condições sociais de produção do sentido, o modelo informal elimina a análise das lutas pela hegemonia, isto é, pelo discurso que articula o sentido de uma sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 292).

Para analisar as produções de sentido era necessário a proposta de um novo modelo, um que considerasse as lutas, resistências e discursos que permeavam esse processo. A proposta do mapa das mediações culturais vem atender essas demandas, considerando ser “um mapa que serve para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir de outro lado: as brechas, o consumo e o prazer” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 300). Este mapa passou por muitas mudanças ao longo dos anos e permanece se modificando ainda hoje, porque não há “uma definição única de mediação, uma vez que ela parece ser uma noção movente, que acompanha permanentemente as mutações da sociedade especificamente no que diz respeito ao papel da comunicação” (LOPES, 2014, p. 70).

A versão mais recente é a presente no livro “*Um nuevo mapa para investigar la mutación cultural*”, uma obra organizada por Nilda Jacks, Daniela Schmitz e Laura Wottrich, mas que conta com a colaboração de diversos pesquisadores dos Estudos Culturais latino-americanos. A nova proposta de mapa foi sugerida por Martín-Barbero em uma entrevista a Omar Rincón em 2017. “A ideia do *sensorium* vem da literatura, que a usa para descrever a sensibilidade de uma época” (RINCÓN, JACKS, SCHMITZ y WOTTRICH, 2019, p. 18).

Figura 1 – Mediações Culturais



Fonte: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela e WOTTRICH, Laura. Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Ecuador: CIESPAL, 2019, p. 18.

O novo mapa vem atender a uma demanda da contemporaneidade, em que há a multiplicação de identidades diversas e o enfraquecimento das instituições modernas, sejam elas políticas, sociais ou organizacionais. Por isso, o novo mapa traz a centralidade do “sentir para perceber, a sensação que se experimenta para interpretar os ambientes em que vive” (RINCÓN, JACKS, SCHMITZ y WOTTRICH, 2019, p. 18).

O tempo e o espaço são dois aspectos centrais na relação das produções de sentido na contemporaneidade, assim como no mapa, visto ambos terem sido (re)contextualizados. Os espaços, apesar de permanecerem formados por nações e Estados, são revistos quanto ao novo sentido dado às distâncias e que são altamente influenciadas pelos tempos diversos vividos em sociedade. “A relação tempo e espaço se movem muito pelo modo como vivemos hoje, em tempos diversos” (RINCÓN, JACKS, SCHMITZ y WOTTRICH, 2019, p. 20). Não há mais apenas um tempo reinante, mas sim vários, algo que faz com que a relação com o cultural se dê de forma mais sensorial, visto a inconstância desse movimento.

Já a sensorialidade e a tecnicidade são tratadas como coproduções que se habitam. A tecnicidade é vista como algo além da tecnologia, “é a linguagem com que se lê, vê, compreende e explica as mudanças” (RINCÓN, JACKS, SCHMITZ y WOTTRICH, 2019, p. 20). A sensorialidade é o sentido gerado pelas tecnicidades, aquilo que dá força e movimento à sociedade. Ela é gerada pela

tecnicidade, mas também dá potência a elas. Por isso, ambas são complementares, analisadas em conjunto e não separadamente.

As identidades/figuras propõem a revisão do entendimento de identidade, principalmente quanto às figuras de identidade ou personagens que compõem as performáticas sociais. As narrativas/relatos substituem os rituais, porque “os rituais são experiências geradoras de narrativas e as narrativas são produtoras de relatos que se tornam memórias coletivas” (RINCÓN, JACKS, SCHMITZ y WOTTRICH, 2019, p. 21). As cidadanias e o urbano surgem como propostas de rever a concepção de habitar, pois habitar é uma relação mais fixa de tempo e o urbano “é temporal, não está quieto, sempre se move” (RINCÓN, JACKS, SCHMITZ y WOTTRICH, 2019, p. 22), é uma forma de habitar, mas também de ressignificar os espaços. Por fim, a interseção redes/fluxos busca compreender as formas de relação em rede, em que os fluxos representam as mudanças, o movimento constante dessa rede complexa, em constante mutação.

A revisão do mapa propõe trazer ao processo de mediação aspectos como identidade, sensibilidade e redes, que se fazem presentes no consumo radiofônico, na vivência diaspórica e nas relações socioculturais como um todo. Além disso, a mediação é conceito importante na presente pesquisa pois acessa o entremeio existente na interação, o lugar onde a cultura se manifesta encontra-se nas especificidades das interações entre os sujeitos. Para que haja abordagem conjunta das interações e mediações, é preciso que não se fixe “à perspectiva macro das mediações sem ir a campo e aprender as dinâmicas que constituem as múltiplas formas de comunicação; mas também não devemos concentrar todos os esforços nas práticas interacionais, descontextualizando-as” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 32), isto é, deve-se considerar todos os pormenores que atuam nos cenários analisados.

A base dos Estudos Culturais define também o sentido dado ao consumo como teoria fundante na pesquisa aqui proposta, visto permitir abordagem que compreenda as relações entre os ouvintes e o rádio sem determinações mercadológicas, em que o consumo é visto como ato integrante de “uma rede viva de práticas e relações que constituem a vida cotidiana, dentro da qual o papel do indivíduo está em primeiro lugar” (ESCOSTEGUY, 2015, p. 153).

O consumo é trabalhado pelos Estudos Culturais por uma perspectiva revisada ou crítica, visto que o conceito foi amplamente difundido por outras escolas por meio de uma noção superficial do ato, em que o consumo era tratado como ato leviano, submisso ao mercado publicitário e em que os consumidores agiam conduzidos por um impulso irrefletido. Néstor Garcia Canclini propõe, neste sentido, analisar o consumo como ato constituído de cidadania, como “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (CANCLINI, 1999, p. 77).

Essa perspectiva dada ao consumo surge, de acordo com o autor, de um enfraquecimento das instituições tradicionais, o que permite o surgimento de novas formas de rituais e de expressões sociais. Assim, encontra-se no consumo “parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade” (CANCLINI, 1999, p. 80). E é buscando expandir esta concepção de consumo que o autor propõe seis dimensões que, apesar de incluírem a questão econômica, buscam trazer as noções de recepção, apropriação, audiências e usos. São elas: o consumo como lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital, como lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social, como lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos, como sistema de integração e comunicação, como cenário de objetivação dos desejos e como processo ritual (CANCLINI, 2012).

Na primeira dimensão, Canclini busca enfatizar a crítica quanto às pesquisas que viam o consumo como estratégia mercantil, como ato que objetivava algar os trabalhadores em necessidades supérfluas e obsoletas, a fim de criar uma mão de obra mais comprometida com o trabalho, alimentando os interesses da classe hegemônica. Para o autor, é preciso não apenas verificar os interesses dos produtores, mas também os esforços em atender aos interesses dos consumidores, visto que há neste processo uma troca constante, apesar de não igualitária, entre os desejos de ambas as esferas, em que o objetivo é conhecer como se articula estes interesses e como se dão as possíveis resistências.

Na segunda dimensão, apesar de considerar as diferentes forças produtivas e realidades sociais, o consumo entra como um ato de disputa, em que os grupos buscam o reconhecimento e o espaço social a partir dos produtos culturais e tecnológicos. As maneiras de uso são as formas encontradas para

evidenciar as especificidades destes sujeitos perante a multiplicidade sociocultural existente no mundo.

A busca pelo lugar de fala converge com a terceira dimensão, a da diferenciação e das distinções simbólicas. Estas diferenças podem tanto ser de origem econômica, como forma de evidenciar as discrepâncias sociais de quem muito tem em relação aos que pouco ou nada tem, mas também de ressaltar as especificidades culturais, como as “festas populares e suas maneiras próprias de elaboração simbólica, onde é possível perceber quanto a diferenciação dos de baixo se configura com os processos significantes e não só nas interações materiais” (CANCLINI, 2012, p. 3).

Já a dimensão do consumo como sistema de integração e comunicação busca analisar a relação contrária da citada acima. Centra-se na verificação de como o consumo auxilia a socialização dos sujeitos nos grupos sociais. A lógica apresentada aqui parte do pressuposto de que se há no consumo trocas simbólicas que servem para fortalecer as diferenciações, há também o reconhecimento desses significados que favorecem a aproximação. “É fundamental o consumo como posse de objetos e na satisfação de necessidades, como para a definição e reconfirmação de significados e valores comuns” (CANCLINI, 2012, p. 4).

Estes valores grupais também são formulados a partir dos desejos íntimos e dos impulsos pessoais, que é o que busca analisar a quinta dimensão, a do consumo como cenário de objetivação dos desejos. Entretanto, apesar desta dimensão falar da intimidade do sujeito consumidor, sempre há nas interações a atuação de forças externas ao indivíduo. A própria filiação a determinadas realidades simbólicas expressa a individualidade do sujeito, assim como a relação com o Outro. Estas forças externas muitas vezes divergem daquilo que busca o sujeito, havendo neste caso uma crise que pode tanto levar à subjugação do indivíduo pelo grupo, como pela recusa ao grupo pelo não reconhecimento dos valores íntimos, algo que remete à própria concepção de memória coletiva, que será desenvolvida mais adiante.

Por fim, a dimensão do consumo como processo ritual busca trazer a organização social perante essas diversidades de símbolos, reconhecidos ou não por meio do consumo cultural. Esta dimensão, portanto, diz respeito ao ritual como aquele que “contém o curso dos significados” (DOUGLAS e ISHERWOOD,

1990, p. 80). Cria-se os consensos, os acordos coletivos, pois no ato do consumo, o sujeito auxilia na hierarquização dos símbolos, daquilo que importa para a sociedade.

O modelo apresentado por Canclini, apesar de amplo, foi profusamente criticado por encontrar um problema na realização empírica, visto não ter uma aplicação metodológica factível. De acordo com os críticos, as dimensões desenvolvidas funcionam apenas quando conectadas entre si, visto que qualquer análise que considere apenas uma delas, em detrimento das outras, será superficial, o que problematiza as possibilidades de abordagem aos sujeitos consumidores. O autor foi efetivo em evidenciar a necessidade de uma noção mais ampla de consumidor, mas falhou em apresentar uma proposta metodológica para a realização de tal interpelação. Assim, os modelos representam dimensões do consumo, mas sem sugerir uma aproximação do sujeito no campo que permita uma abordagem ampla da realidade cultural do consumo.

Contudo, vale ressaltar que as dimensões propostas por Canclini foram as que mais se aproximaram do observado em campo quanto ao consumo radiofônico dos sujeitos diaspóricos, que se utilizavam do consumo tanto como forma de aproximação com os brasileiros migrantes, como de diferenciação dos europeus catalães. Além disso, a própria concepção do consumo como espaço de disputa encontra eco no campo empírico, em virtude do fortalecimento da brasilidade por parte desses sujeitos no consumo de produtos radiofônicos produzidos no Brasil. Há o fortalecimento da linguagem social do país de origem no campo simbólico/ritual e do recesso às memórias coletivas e pessoais das vivências do passado na dimensão individual/objetivação dos desejos.

Este tratamento mais amplo do consumo também é encontrado em autores que buscam diferenciar as diversas possibilidades de consumo, a exemplo de Carrascoza e Rocha (2011), que diferenciam três tipos de consumo: o material, o simbólico e o midiático. O consumo material está relacionado à materialização da imaterialidade, ao consumo das experiências sensoriais e emocionais que são materializadas em coisas palpáveis e consumíveis, inclusive por intermédio dos meios de comunicação. “Os media não atuam somente a partir da argumentação, da interpelação pela via do inteligível, mas pela convocação à excitação” (PRADO, 2012, p. 13).

O consumo simbólico questiona, em primeiro lugar, aquelas abordagens do consumo como ação exclusivamente utilitarista, onde não há nenhuma contradição na relação existente no ato, assim como nenhuma diferenciação ou distinção, seja de classe, sexo, raça, idade ou realidade social (RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ, 2013). Portanto, o consumo simbólico seria uma forma pela qual “os membros de uma comunidade enviam e recebem mensagens de uma maneira tal que os possibilita não apenas compreender a seus semelhantes, mas também e sobretudo, ser compreendido por eles” (RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ, 2013, p. 28 - tradução nossa⁷). Os bens simbólicos auxiliam a fixação de uma gramática social específica, sendo seu consumo uma forma de não apenas adotar tal linguagem, mas de se fazer reconhecível por intermédio dela.

Ressalta-se que o consumo midiático é considerado por muitos como simbólico, visto se tratar de um produto da indústria cultural, porém, os autores defendem que a mídia se relaciona a um tipo específico de consumo cultural, com certas particularidades no processo de recepção (SCHMITZ, 2015). Entende-se, assim, o “consumo midiático como da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pauta tempos, espaços, relações, percepções e pode ou não focalizar determinado meio ou gênero midiático” (SCHMITZ e BARBIERI, 2017, p. 93). Esta forma de consumo se diferencia do ato da recepção justamente por sua abordagem mais ampla, mais pluridimensional da ação cultural. Além disso, o destaque do consumo midiático frente aos outros tipos de consumo é significativo para a proposta realizada na presente pesquisa, pois explicita a importância da mídia na formação sociocultural dos seus consumidores.

Contudo, há autores que buscam analisar o consumo dentro da abordagem culturalista, mas trazendo outras realidades teóricas, a exemplo da midiaticização. Este termo, apesar de ser referenciado em pesquisas que datam a década de 1980 (TRINDADE e PEREZ, 2016), ganha fôlego em um cenário de convergência de meios, em que as mídias ganham novas características e expandem-se, tornando-se mais centrais nas demandas sociais.

⁷ “Los miembros de una comunidad envían y reciben mensajes de una manera tal que le es posible no solo comprender a sus semejantes, sino sobre todo, ser comprendidos por ellos” (RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ, 2013, p. 28).

Dentro do campo teórico da midiatização existem duas tradições desenvolvidas e defendidas pelos autores Stig Hjarvard e Andreas Hepp. A primeira, a institucionalista, observa a mídia como instituição semi-independente que regula outras instituições. “De um ponto de vista institucional, a midiatização é caracterizada por um desenvolvimento bilateral, no qual a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, ao mesmo tempo em que adquiriu o *status* de instituição social em si mesma” (HJARVARD, 2014, p. 25). A segunda tradição, a socioconstrutivista, “é mais enraizada no interacionismo simbólico e na sociologia do conhecimento, mas também integra algumas considerações fundamentais da teoria de mídia” (HEPP, 2013, p. 48). Essa tradição busca conectar as mudanças da mídia com as transformações socioculturais que estão interligadas às próprias práticas de comunicação cotidiana. Portanto, a midiatização fala da centralidade da mídia e sua influência, seja em relação às outras instituições, seja no âmbito sociocultural.

A midiatização do consumo defende haver cada vez mais uma aproximação entre demandas econômicas e culturais. Os bens simbólicos tornam-se prioritários frente aos bens funcionais, “assim, enquanto a economia é culturalizada, a vida cultural é comercializada” (JANSSON, 2002, p. 6 – tradução nossa⁸).

Outra abordagem possível do consumo é pela Semiótica. A partir de uma interação entre economia industrial e hermenêutica social, Jansson argumenta sobre o consumo com base em quatro componentes: o primeiro, de que não é mais possível separar cultura de cultura das mídias, pois ambas realidades entram em colisão. O segundo é a defesa de uma cultura da imagem que está atrelada a três processos, a culturalização, a midiatização e a simulação. O terceiro componente traz a importância da Semiótica, especificamente de uma necessidade de analisar a intertextualidade comercial presente na relação mídia e consumo. Por fim, para evitar uma abordagem mercadológica, volta-se aos significados culturais, em outras palavras, como essa relação é interpretada pelas pessoas (JANSSON, 2002).

Destaca-se, nessa perspectiva, uma crítica direta aos Estudos Culturais, principalmente quanto à diferenciação entre cultura e cultura das mídias. Isto

⁸ “So while the economy gets culturalized, cultural life gets commercialized” (JANSSON, 2002, p. 6).

porque, por trabalhar pela perspectiva da midiaticização, a cultura midiática torna-se central na sociedade contemporânea, confundindo-se com a própria noção de cultura. Essa é uma das principais diferenciações entre a ideia de midiaticização e a de mediação (tão rica aos Estudos Culturais). Em uma, a mídia é central, na outra, a mídia é apenas mais uma forma de mediação cultural, havendo outras tão ou mais importantes. Em similar, a midiaticização possui “um terreno comum com a noção de ‘mediação’ de Martín-Barbero (1993), uma vez que esta desloca o foco da mídia individual (como os jornais) para o papel da mídia na interação social e mudança cultural” (HJARVARD, 2014, p. 26).

Ressalta-se, contudo, que a própria noção de mídia, por ambas escolas, é diferenciada. Enquanto os Estudos Culturais trabalham com a ideia de mídias massivas, como a televisão e o rádio, a midiaticização trabalha com a noção de mídia como todas aquelas “tecnologias que expandem a comunicação no tempo, no espaço e na modalidade” (HJARVARD, 2014, p. 66), dando *status* de mídia para tecnologias diversas, a exemplo do celular. Apesar das diferenças citadas, busca-se aqui trabalhar a ideia de consumo de mídias pelo viés dos Estudos Culturais, visto essa perspectiva permitir maior abrangência de aspectos diversos que interferem na relação social, cultural e midiática, a exemplo da noção de identidade e da relação do consumo por sujeitos em situação de diáspora.

É justamente pelo fato de as pesquisas sobre consumo permearem diversos campos, desde o econômico, antropológico, psicológico, sociológico, literário, assim como o comunicacional, e por esses tratamentos possuírem *corpus* teóricos próprios, trazendo diferentes recortes à temática, que é preciso que haja uma abordagem interdisciplinar na pesquisa proposta, principalmente pelo fato de os Estudos Culturais refletirem “sobre a esfera cultural como um campo de relações estruturadas pelo poder e por diferenças sociais, sendo, portanto, um equívoco reduzir seu projeto a um modelo de comunicação” (ESCOSTEGUY, 2015, p. 151). Porém, objetiva-se aqui não apenas compreender o consumo como lugar de conflito (CASTELLS, 2005), mas também como lugar de criação de afetos, analisar quais vínculos afetivos são criados entre o ouvinte e o meio, independentemente de sua expressão material.

Por compreender o ato de consumir “não como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar,

e na qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica na sociedade” (CANCLINI, 2008, p. 14), constata-se a necessidade de examinar o sujeito consumidor, múltiplo e plural, de forma que possibilite a compreensão destes como consumidores que se apropriam dos valores culturais da vida cotidiana “por meio dos contatos com as mais diversas expressões marcárias (entendidas também como sujeitos institucionais comunicativos)” (BARRETO FILHO e RODRIGUES, 2016, p. 3).

Todavia, esta abordagem exige que a perspectiva dada ao consumo se desassocie por completo da ideia de ato fútil, impulsionado por compulsões irracionais. Visto que, como defende Canclini (2008), o exercício de cidadania está associado à capacidade de apropriação de bens e seus modos de uso. Por muito tempo se supôs que esta relação estava atrelada apenas a direitos, como o do voto, dos sindicatos e da representação democrática. Contudo, com a perda de potência destas instituições, outras formas de participação ganharam força, a exemplo do consumo de bens privados e midiáticos (CANCLINI, 2008).

É preciso cautela no tratamento dado ao tema para que não se aborde os consumidores como “relegados ao papel passivo de meramente se encaixarem em tais mapas através da compra dos símbolos apropriados ao seu ‘estilo de vida’” (MILLER, 2007, p. 5), como sujeitos que encontram no consumo a única força formadora de identidade. Nesse sentido, o conceito de afeto visa dar a essência buscada na análise do consumo, como ato de vínculo afetivo entre o ouvinte e o rádio.

Deste modo, o consumo do rádio expandido é uma forma de reforçar ou ressignificar a identidade do sujeito. O viés dado ao consumo pelos Estudos Culturais permite aferir acerca dos percursos percorridos pelo sujeito no ato da recepção radiofônica, ou ainda, de compreender quais são os aspectos relevantes na análise das transmutações sociais deste indivíduo, seja no âmbito identitário, afetivo ou cultural.

Ao recuperar as dimensões do consumo cultural propostas por Canclini, compreende-se haver no consumo midiático um importante ato a ser analisado, visto que é nessa ação que ocorrem as trocas simbólicas, sejam de reconhecimento ou de dessemelhança, sejam nos tensionamentos de poder. Mesmo que não haja uma equivalência na relação ouvinte e rádio, há ao menos uma pressão que é realizada nas interações entre produtores e audiência,

proporcionada pelas mediações culturais que influem no ato de recepção do ouvinte. Assim como há também as disputas realizadas pelo ato do consumo quando esse se torna uma forma de reforçar uma perspectiva identitária contrária da predominante no local.

No jogo das diferenças há a dimensão contextual mais importante para entender como ocorrem as renegociações identitárias no consumo de bens simbólicos, “diferença essa que tenta se apropriar dos signos de consumo disponibilizados, de modo que se particularize sua identidade a partir de mecanismos de auto representação diferentes conforme o gênero, a etnia, a religião, a língua, idade, o sexo, etc.” (MATHIAS, 2004, p. 48). É na alteridade que se encontra a mudança, as renegociações e a luta pelo poder.

O consumo midiático que produz sentido social por meio dos símbolos reconhecíveis, torna-se, portanto, um hábil espaço de negociação social. Por haver tensionamentos de poder é que se compreende haver uma ação de reflexão no ato do consumo. “O consumo serve pra pensar! E pra pensar o consumo como espaço de ressignificação e trocas de sentidos pode-se tentar encontrar nesta reelaboração constante da identidade pelo e no consumo um lugar de conflitos e de negociação de práticas culturais” (MATHIAS, 2004, p. 51).

Porém, para se entender como o consumo simbólico auxilia nas renegociações identitárias dos sujeitos, é preciso enfatizar a esfera afetiva do consumo e como a relação com as emoções e sentimentos, proporcionadas pela reativação mnemônica, é um importante aspecto nesse processo de negociação cultural e de produção de sentido.

1.3 Rádio e afeto

As emoções são trabalhadas nas Ciências Sociais tanto por um viés sociológico, como antropológico. O que ambas possuem de similaridade é uma abordagem das emoções como constituídas socialmente e por intermédio das relações, não apenas por uma ordem biológica.

A perspectiva biológica das emoções ganha força com o divórcio ontológico, de base iluminista, entre corpo/alma e mente. Tal perspectiva

relaciona as emoções ao corpo/alma, sendo concebido “como tendo, muitas vezes, origem no funcionamento do corpo. Dois exemplos desta ideia são as concepções dos hormônios e do funcionamento neurológico do cérebro” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 21). E como o homem, após este divórcio, passa a ser considerado superior pela sua capacidade racional, toda e qualquer expressão que tenha excesso de corporeidade será considerada uma animalidade, uma ação reprovável.

A ideia de que as emoções são expressões biológicas, portanto, está relacionada a uma concepção de superioridade da razão, que se expressa de forma controlada, em detrimento das emoções, que são orgânicas e incontroláveis. Essa noção é usada também com o objetivo de alimentar a hegemonia de determinados grupos em relação a outros, em uma dimensão micropolítica das emoções, em que se marginaliza ou flexibiliza a importância de determinados sujeitos com o argumento de que esses não controlam suas emoções. As mulheres, por exemplo, podem ser consideradas perigosas por apresentarem, ocasionalmente, um desequilíbrio hormonal que as tornam mais suscetíveis a ataques emocionais descontrolados. “A qualificação de pessoas como mais emotivas revela-se elemento de relação de poder nas quais se justifica a subjugação da parte mais fraca em virtude de seu menor controle das emoções” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 26).

Isto quer dizer que se as emoções são construções sociais e “as normatividades sociais funcionam a partir de uma dinâmica de conflitos entre normas explícitas e implícitas” (SAFATLE, 2016, p.15), há na manifestação afetiva uma ferramenta de expressão de poder e de domínio social. Assim, a própria organização social seria, em seu âmago, um circuito de afetos expressos “enquanto sistema reprodução material de formas hegemônicas de vida” (SAFATLE, 2016, p. 15). Essa concepção sociológica dos afetos como corpos políticos compreende haver na produção emocional uma indissociável relação com os sistemas políticos, instituições sociais e a liberdade individual. Isto porque “constituir vínculos políticos é indissociável da capacidade de ser afetado, de ser sensivelmente afetado, de entrar em um regime sensível de *aisthesis*” (SAFATLE, 2016, p. 19).

O olhar dado pelas Ciências Sociais busca relacionar as emoções a uma linguagem social, que pode ser socialmente determinada, sendo que a sua não

adoção pode resultar em retaliações advindas dos indivíduos que compõem o grupo social. Logo, essa abordagem questiona a pureza biológica das emoções, visto que “se levamos em conta que desde cedo, na infância se aprende como, quando e com quem expressar os sentimentos, torna-se difícil encontrar um estado inicial no qual as emoções seriam vivenciadas em estado puro, de forma espontânea e sem controle algum” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 31).

Em campos da Neurociência e da Psicologia existem abordagens da emoção pela predominância biológica, mas que consideram, em certo nível, a linguagem e a cultura como aspectos relevantes. Como exemplo cita-se António Damásio, neurocientista português que analisa as emoções como expressões racionais da manifestação humana. “O sistema de raciocínio evoluiu como uma extensão do sistema emocional automático, com a emoção desempenhando vários papéis no processo de raciocínio” (DAMÁSIO, 2012, p. 13).

Para o autor, as emoções seriam uma forma biológica, natural, do corpo codificar e decodificar o ambiente externo em que vive, “a emoção faz parte de um mecanismo inato de avaliação do estado do corpo realizado pela mente” (GADRET, 2016, p. 24). Tal perspectiva também questiona o divórcio ontológico cartesiano, visto conectar a expressão afetiva e a expressão racional. Ainda assim, mantém-se a predominância biológica em detrimento da sociocultural, apesar de considerar que há, mesmo que superficialmente, um carácter social na manifestação das emoções.

Com efeito, uma das finalidades principais da nossa educação é interpor uma etapa de avaliação não automática entre os objectos que podem causar emoções e as respostas emocionais. Essa modulação é uma tentativa de acomodar as nossas respostas emocionais aos ditames da cultura. Contudo, apesar de todas estas circunstâncias em que a avaliação é um facto, quero sublinhar que, em muitas outras circunstâncias, as emoções ocorrem sem que possamos fazer qualquer avaliação do objecto que as causa e ainda menos da situação em que esse objecto aparece (DAMÁSIO, 2003, p. 71).

É importante ressaltar que a abordagem construtivista da emoção não ignora os aspectos biológicos presentes na manifestação emocional, apenas compreende serem “as emoções baseadas em processos biológicos, elaboradas nas nossas relações cotidianas e conformadas pela cultura” (GADRET, 2016, p. 21). Evidencia-se a assunção da atuação da Biologia nas emoções, porém,

permeadas por aspectos sociais e culturais que determinam a forma pela qual os afetos serão expressos.

Assim sendo, “as emoções dão forma à paisagem das nossas vidas mental e social” (GADRET, 2016, p.28). Apesar de admitir a conexão racional e biológica na produção das emoções, há no sistema de crenças e valores a existência material dos afetos expressos pelo sujeito. Isso quer dizer que há a necessidade de “considerar as emoções como parte e parcela do sistema de raciocínio ético (...) uma vez que reconhecemos que as emoções incluem em seus conteúdos julgamentos que podem ser verdadeiros ou falsos, e bons ou maus para a escolha ética” (NUSSBAUM, 2001, p. I).

Tal compreensão também encontra embasamento em autores clássicos da Sociologia. Georg Simmel (1908), por exemplo, ao definir o campo da Sociologia, compreendeu haver em toda interação uma forma e uma motivação. “A motivação é o conteúdo, o interesse ou objetivo do indivíduo que se engaja em uma interação; a forma é o modo, um formato por meio do qual aquele conteúdo passa a existir” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 45). Assim, seria a forma o objeto de estudo da Sociologia e também seria ela o aspecto determinante na expressão afetiva dos sujeitos em sociedade.

Já para Émile Durkheim, o objeto da Sociologia é a dimensão social, que passa a existir quando se altera o estado de consciência individual, “para Durkheim, é ao ser capaz de coagir a vontade individual que um fenômeno estabelece sua condição social” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 46). A emoção, quando estudada pela Sociologia, é definida por sua expressão social e não individual ou biológica. Isso quer dizer que as emoções são constituídas tanto por impulsos biológicos, como por relações sociais, porém, a Sociologia seria responsável apenas pela expressão social do fenômeno, deixando para a Psicologia, por exemplo, o estudo das esferas biológicas.

É preciso destacar que afeto e emoção, apesar de serem trabalhados como sinônimos na presente tese, podem ser abordados como conceitos teoricamente distintos. A principal diferença centra-se na crítica de que o afeto é trabalhado pelas Ciências Sociais de forma muito englobante, em uma abordagem que faz com que a “virada afetiva torne-se uma transformação decisiva que a afasta das convenções da teoria crítica e da pesquisa baseada

no discurso em direção a uma perspectiva vitalista, pós-humana e processual” (GADRET, 2016, p. 22).

Apesar de compreender que realmente há uma abordagem englobante do afeto nas Ciências Sociais, entende-se que trabalhar emoção e afeto como sinônimos permite uma abordagem mais detalhada do cenário analisado. Além disso, discorda-se que no tratamento do afeto haja um afastamento da pesquisa baseada no discurso, visto que é justamente em que se baseia a pesquisa aqui proposta.

A definição de afeto de Bergson aproxima-se ao conceito de emoção, contudo, diferenciando-o quanto à sua potência. O autor afirma ser o afeto uma “potência criadora primeira em relação às representações” (1978, p.37), diferencia-se das emoções mais simples por seu poder de criação, sendo, simultaneamente, uma forma de criar representações perante o mundo e as coisas. Este afeto ocupa

o intervalo entre o estímulo e a resposta, entre a percepção e a ação sem preenchê-lo; ou seja, o afeto é aquele que promove a criação, enquanto retarda o tempo da resposta; livra-nos do automatismo e nos concede o privilégio da invenção (OLIVEIRA, 2008, p. 87).

Assim sendo, a única forma concreta de se estudar o afeto é por meio do contato direto com os sujeitos analisados, visto haver neste intervalo a criação de percepções que são únicas, subjetivas. E “esta subjetividade é o que proporciona aos seres vivos as escolhas, as hesitações, as experimentações possíveis e, sobretudo, a criação” (OLIVEIRA, 2008, p. 87).

Ao contrário de Bergson, que trabalha “o afeto numa instância prática, sempre condicionado por uma representação” (OLIVEIRA, 2008, p. 86), Espinoza afirma ser o afeto “todo modo de pensamento que não representa nada” (DELEUZE, 1988). Essa diferenciação centra-se em sua concepção de ideia como sendo a representação de uma realidade. Assim, o afeto está atrelado não a uma ideia, mas a um sentimento, emoção, não sendo, portanto, representativo. Então, o que seria afeto para Espinoza? Seria “a variação contínua da força de existir, da potência de agir” (OLIVEIRA, 2008, p. 90). O grau dessa potência do agir é determinado pelo grau de perfeição de uma ideia. De

forma mais explicativa, o aumento da potência do agir poderia estar relacionado à alegria, e a diminuição dessa potência, à tristeza (OLIVEIRA, 2008).

Além disso, algo central na perspectiva oferecida por Espinoza é da desconstrução do afeto como uma ação passiva, sendo, portanto, uma manifestação ativa do sujeito e desvincilhando-se da concepção tradicional de afeto como sinônimo de paixão (descontrole). Essa relação é de vital importância quando se traz a discussão sobre afeto para a relação com as mídias, visto o consumidor não ser sujeito passivo, determinando o que, quando e como se dará sua relação com o meio. Porém, destaca-se que Espinoza não negava a existência passiva do afeto, apenas dizia ocorrer também de forma ativa. Essa perspectiva dúbia do afeto propõe que, na relação afetiva entre o consumidor e o rádio, existem momentos em que há uma maior passividade de um ou mais sujeitos envolvidos no ato comunicacional.

Outra abordagem é a proposta por Maurice Halbwachs (2013), que apresenta o conceito de comunidade de afeto, sendo essa uma construção que ocorre por meio do convívio social, um processo construtivo mediado pelas relações grupais e as lembranças geradas nas inter-relações. “Desse modo, a constituição da memória de um indivíduo resulta da combinação das memórias dos diferentes grupos dos quais está inserido e conseqüentemente é influenciado por eles” (FRANCISCA DA SILVA, 2013, p. 248).

Contudo, a comunidade como categoria de análise carece de revisitação quanto ao seu significado conceitual, “entendendo-o como inerentemente paradoxal, uma vez que se trata, ao mesmo tempo, de categoria de integração e de autonomia, de diferenciação e de identificação” (COSTA, CASTRO e SILVA, 2015, p. 286). A comunidade está atrelada à história que acompanha o indivíduo e o grupo, relaciona-se aos vínculos entre as pessoas (COSTA, CASTRO e SILVA, 2015). É sobre estas tensões entre o ego e o Outro que se centra o conceito de comunidade de afeto, que está intrinsecamente atrelada à noção de memória coletiva.

A ideia de uma memória coletiva não busca suprimir a importância das vivências individuais, longe disso, afinal, “a primeira testemunha, à qual podemos sempre apelar, é a nós próprios” (HALBWACHS, 2006, p. 24). No entanto, é pelo acesso à memória coletiva que o sujeito confirma a lembrança,

pois, confia-se mais nas experiências compartilhadas que naquelas vivenciadas apenas por si mesmo.

Assim, para confirmar ou recordar uma lembrança, as testemunhas, no sentido comum do termo, isto é, indivíduos presentes sob uma forma material e sensível, não são necessárias. Elas não seriam, todavia, suficientes. Acontece, com efeito, que uma ou várias pessoas, reunindo suas lembranças, possam descrever muito exatamente os fatos ou os objetos que vimos ao mesmo tempo que elas, e mesmo reconstituir toda a sequência de nossos atos e de nossas palavras dentro das circunstâncias definidas, sem que nos lembrássemos de tudo aquilo (HALBWACHS, 2006, p.26).

Essa memória artificial, presente não apenas nas vivências testemunhadas presencialmente, mas também naquelas criadas a partir da recepção de um programa radiofônico, por exemplo, pode modificar a impressão que o sujeito tem do meio em que vive. Mas, para que aquele acontecimento fixe na lembrança afetiva, é necessário que haja um reconhecimento, uma conexão realizada entre este e outros fatos vivenciados pelo receptor, incorporando-se às memórias reais. Para que um acontecimento se torne uma lembrança, além de resgatar os momentos vivenciados, “é necessário que esta reconstrução se opere a partir de dados ou de noções comuns que se encontram tanto no nosso espírito como no dos outros” (HALBWACHS, 2006, p. 36), ocorrendo em concomitância com o vivenciado pelo grupo. Sendo assim, há a necessidade de que haja uma relação afetiva para que a memória seja reforçada ou criada.

Por mais que tenha havido por parte do indivíduo uma experiência que remonta a um afeto positivo, se tal memória individual não for reforçada pela coletividade, é possível que a lembrança seja modificada com o reforço do grupo ou de instituições reguladoras, a exemplo da mídia. A repetição de um fato com carga afetiva negativa pode modificar a experiência individual do sujeito frente a um mesmo acontecimento. Compreende-se, entretanto, que a memória individual de um acontecimento que foi marcante ao sujeito é mais difícil de ser modificada, visto a importância pessoal do fato.

O meio radiofônico pode desempenhar importante papel na constituição de memórias afetivas do sujeito, seja nos momentos de almoço diário em que a avó ouvia determinado programa ou de um acontecimento que foi amplamente coberto e repetido, tendo sido ouvido diversas vezes. Apesar dessa relação afetiva sempre ter existido entre o rádio e seus consumidores, as múltiplas

narrativas existentes hoje amplificam as possibilidades, pois acessam diferentes sentidos simultaneamente, provocando uma experiência mais imersiva e marcante. Relação essa que também é trabalhada pela perspectiva antropológica das emoções.

Le Breton é um exemplo nas pesquisas antropológicas da emoção. Para o autor, há uma conexão entre a expressão emocional e “a interpretação que o indivíduo faz do acontecimento que o afeta, modificando sua relação com o mundo de maneira provisória ou durável” (SIQUEIRA, 2015, p. 23). Portanto, a emoção seria um ato comunicacional que contém uma linguagem pré-estabelecida e uma interpretação e identificação simbólica do mundo.

As emoções que nos acometem e a maneira como elas repercutem sobre nós têm origem em normas coletivas implícitas, ou, no mais das vezes, em orientações de comportamento que cada um exprime de acordo com seu estilo, de acordo com sua apropriação pessoal da cultura e dos valores circundantes. São formas organizadas da existência, identificáveis no seio de um mesmo grupo, porque elas provêm de uma simbólica social, embora elas traduzam de acordo com as circunstâncias e com as singularidades individuais (LE BRETON, 2009, p. 117).

O entendimento de Le Breton se assemelha a do sociólogo Émile Durkheim, que “trabalha na perspectiva do coletivismo metodológico” (SIQUEIRA, 2015, p. 21). Apesar de muito criticada, tal perspectiva afirma haver na expressão emocional uma manifestação do poder hegemônico exercido pela sociedade. As críticas a Durkheim justificam-se, pois há em sua perspectiva uma compreensão da emoção como expressão passiva e irreflexiva, algo que ignora a individualidade do sujeito e as produções de sentido realizadas por ele. Entretanto, é possível aproximar o entendimento proposto por Durkheim da compreensão da existência de “uma cultura afetiva, onde o sensível, o emocional são partes de uma gramática simbólica” (SIQUEIRA, 2015, p. 22), algo que coaduna com as abordagens antropológicas das emoções.

Portanto, a Antropologia considera haver uma forte relação entre cultura e afeto. Os códigos sociais presentes na cultura são encontrados também na expressão afetiva do sujeito. Porém, para que haja esta manifestação emocional, é preciso que haja uma materialidade, um corpo. Denise da Costa Oliveira Siqueira afirma que mesmo sendo a emoção um produto do sensível, este só

será manifestado através de um corpo material, vivo. Assim, o corpo é analisado como um veículo de comunicação social, que expressa dores, alegrias, tristezas.

Destaca-se, apesar disso, que a materialidade necessária para expressão da emoção não precisa ser necessariamente de um corpo vivo. O corpo tecnológico, materialidade dos meios de comunicação, expressam e reafirmam os códigos sociais presentes na expressividade emocional. A voz do radialista aproxima o ouvinte do rádio, cria um vínculo afetivo entre o homem e a máquina, faz com que a voz do sujeito desconhecido se torne familiar. A vinculação é tão intensa que a relação se torna de confiança, a voz é crível, é referência. É preciso enfatizar, entretanto, que a ligação entre ambos se estabelece de forma desigual, pois, apesar de existir a possibilidade de retorno do ouvinte para a produção radiofônica, por meio de mensagens, redes sociais, *e-mails* ou telefonemas, o vínculo afetivo não ocorre de forma igual para ambos os sujeitos. “A emoção em um contexto inicialmente informativo e de intenção objetivante serve como recurso retórico, de convencimento, um argumento em favor de um determinado ponto de vista” (SIQUEIRA, 2015, p. 26).

Nesse sentido, a voz torna-se corporificada, repleta de sentido, de simbolismo, desenha-se cenários que criam identificações afetivas por meio da entonação, da linguagem, do timbre. Volta-se ao desenvolvimento ontológico do humano, ao identificar na voz a vinculação pessoal com o mundo. Por isso, é fundamental a compreensão do corpo para além das expressões visíveis, mas como uma materialidade múltipla, que possui várias facetas. Assim, o corpo torna-se o material necessário para a expressão emocional, sem se filiar apenas à percepção visual do mundo. Afinal, “há discursos, enunciados, palavras (pouco importa aqui a distinção) que não sejam emocionais? É evidente que toda enunciação é cheia de uma dimensão afetiva” (CRAPANZANO, 1994).

As vozes radiofônicas, apesar de muito distintas e não seguirem mais um padrão específico (a exemplo das vozes do rádio AM), ainda buscam na respiração, na imitação da voz, nas palavras e erros aproximarem-se dos ouvintes, de facilitarem a criação do vínculo afetivo. Ainda há a busca por certas qualidades vocais, que se atrelam a uma ideia de níveis vinculativos radiofônicos, que procuram criar relações em esferas “biológicas, psicológicas e socioeducacionais” (NUNES, 2004, p. 131), e também emocionais.

É esse reconhecimento vocal que busca o imigrante consumidor do rádio expandido – essa impostação, o vocabulário usado, a língua. Tudo isso conecta o sujeito em situação de diáspora com seu local de origem, pois alimenta o sentimento de pertença deste sujeito, que vivencia diariamente uma realidade excludente por sua condição de *outsider*. Isto é, o rádio, como veículo midiático que produz afetos, é ferramenta também mnemônica, pois auxilia o sujeito diaspórico na busca de reconexão com o passado através da reativação de memórias, algo que impulsiona as ressignificações identitárias, visto retomar códigos sociais que não se relacionam ao local atual.

1.4 Rádio e Memória

As memórias podem ser trabalhadas a partir de duas abordagens, a individual e a grupal. A memória individual diz respeito àquelas organizadas pelo indivíduo ao longo de sua existência, ela “é feita de lacunas, de luz e sombras, de certezas e incertezas, de lembranças e esquecimentos. Ela não é um ‘depósito’ de experiências vividas, no qual se escolhe esse ou aquele acontecimento que vai ajudar a compor a identidade” (CAIXETA, 2014, p.35), a memória está a acompanhar os indivíduos a todo instante, sendo revista, esquecida, ressignificada, porém, sempre presente.

Contudo, essas memórias são mutáveis, elas sofrem as influências sociais, locais, simbólicas, podem ser ressignificadas pela predominância da memória coletiva, pode permanecer intocada, pode ser apagada. Há diversos percursos que a memória individual pode percorrer, por isso se faz necessário compreender alguns desses caminhos.

As memórias coletivas, por outro lado, são aquelas que são reforçadas ou ressignificadas pelos grupos e/ou instituições sociais, “é como se estivéssemos diante de muitos testemunhos. Podemos reconstruir um conjunto de lembranças de maneira a reconhecê-lo porque eles concordam no essencial” (HALBWACHS, 2006, p. 29). Porém, a força que uma memória terá no grupo pode ser intensificada por algumas instituições, a exemplo da midiática.

As produções de sentido realizadas no consumo midiático atrelam-se à própria construção de memórias, compostas pela gama de experiências vivenciadas pelo sujeito, pelas influências grupais, pela força dos afetos experienciados e pelo coletivo, que é constituído também pelas instituições midiáticas. Falar de memória na presente pesquisa é, portanto, falar da relação entre as construções mnemônicas e as identitárias, visto que a memória é “um fator extremamente importante no sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo na sua reconstrução de si” (POLLAK, 1992, p. 204).

As memórias são normalmente analisadas por duas categorias, a individual e a grupal. Tanto Pollak quanto Halbwachs trabalham a partir dessas duas construções mnemônicas, sendo a grupal a mais central. Contudo, pela realidade de análise proposta na presente pesquisa, se faz necessário trazer uma terceira categoria, a da memória herdada, “outro elemento constitutivo da memória figura as pessoas e os personagens de quem se ouviu falar, mas adquiriram fundamental importância, a ponto de se transformarem em praticamente conhecidas” (BENTO, 2009, p. 20).

A memória herdada existe a partir da memória histórica, que é criada a partir das memórias coletivas que são registradas por livros, matérias de jornais, programas de rádios, filmes, e que se fixam de tal forma que ultrapassam longos períodos de tempo, sendo recontadas e, algumas vezes, reescritas. A memória histórica insere o migrante à gama de memórias sociais que compõem o local em que vivem, aproximando-os assim dos componentes identitários do país escolhido. As memórias autobiográficas (HALBWACHS, 2003), aquelas vivenciadas pelo sujeito, somadas às memórias históricas ou sociais, evidenciam o quanto a construção identitária é fluída e destaca a vivência do migrante frente às constantes ressignificações identitárias.

Além disso, o afastamento do país de origem somado ao afastamento temporal da história vivida permite ao sujeito ressignificar as memórias autobiográficas, principalmente pelo acesso a leituras amplas do passado, constitutivas das memórias históricas, como descreve Maurice Halbwachs.

Quando folheio uma história contemporânea e passo em revista os diversos acontecimentos franceses ou europeus que se sucederam desde a data do meu nascimento, durante os oito ou dez primeiros anos da minha vida, tenho realmente a impressão de um contexto

exterior que eu ignorava então, e aprendo a situar minha infância na história de meu tempo (HALBWACHS, 2003, p. 76).

Ao situar a história pessoal em um contexto até então ignorado de acontecimentos sociais e grupais, o sujeito ressignifica a importância de determinadas vivências, fortalecendo o impacto da dita memória na identidade pessoal.

O rádio, como veículo midiático, é uma outra forma de fixar memórias sociais, assim como de fortalecer as memórias coletivas. A oralidade foi usada ao longo dos anos como forma de transmitir e preservar a história de povos, grupos, famílias. “Os chamados contadores de histórias usavam a memória e a linguagem falada, além do alaúde, com o objetivo de formar leitores-ouvintes e fixar em suas culturas o valor da literatura oral, transmitida pelas gerações sucessivas” (GOMES e RODRIGUES, 2016, p. 13).

O papel da oralidade na história, apesar de ter perdido considerável espaço para outros mecanismos de fixação mnemônica, ainda permanece relevante, principalmente pela relação da oralidade na constituição humana, além disso, há a “capacidade do rádio em provocar os ouvintes a ancorarem ideias, pois trabalha com elementos imaginários do interlocutor, resultando daí uma maior possibilidade de envolvimento mediante o conteúdo apresentado” (GOMES e RODRIGUES, 2016, p. 15).

Esse maior envolvimento é intensificado pela voz, através do reconhecimento da língua, do sotaque, das expressões, que aproximam o sujeito diaspórico do local de origem, mas também pela música. A música é outra potente ferramenta de (re)acesso às memórias do passado. Diferente do radiojornalismo, a música pode ser ressignificada constantemente frente aos acontecimentos a que ela remete na vivência pessoal do sujeito. Assim, a busca pela música brasileira torna-se uma forte forma de vinculação e de ressignificação identitária, sendo necessário, portanto, discorrer sobre essa relação de forma mais ampla.

1.5 Rádio e Música

A interpelação da música como ferramenta de construção identitária objetiva centralizar a cultura como mediadora, como prioritária nas produções de

sentido. A música tem o poder de transportar o ouvinte a uma outra realidade, justamente por ser um aspecto reconhecível de uma ou mais memórias, pois ela desenha um papel de suporte na história pessoal. “A música é um canal fundamental de comunicação: fornece um meio pelo qual as pessoas podem compartilhar emoções, intenções e significados” (HARGREAVES, MIELL e MACDONALD, 2004, p.1).

A relação entre a música e o afeto é outro motivo pelo qual ela é importante ferramenta de ressignificação identitária, porque afeta os ouvintes, provoca emoções e, ao evidenciar memórias, destaca também os afetos relativos à vivência recordada. “A música pode exercer poderosos efeitos físicos, pode produzir emoções profundas dentro de nós, e pode ser usada para gerar variações infinitamente sutis de expressividades” (HARGREAVES, MIELL e MACDONALD, 2004, p.1).

Nesse sentido, a música atua no imaginário do indivíduo, transporta-o para algo intangível, comandado pela memória, ao mesmo tempo que o mantém em contato com o real, a vida presente. Ao considerar que “os imaginários dos indivíduos são também sociais, para além de sua natureza puramente mental e, portanto, se expressariam por meio de práticas concretas, por sua vez originárias de imaginários particulares” (ROCHA, SILVA e PEREIRA, 2014, p. 100), compreende-se os impactos realizados por esse consumo na realidade diaspórica do ouvinte.

O impacto aqui citado relaciona-se tanto ao movimento de hibridação cultural, fortalecido por esse consumo musical, como também pela expressão política existente no ato. Isto porque “os imaginários estariam também associados a práticas dotadas de politicidades e/ou expressividade pública, indicando disputas por hegemonia imagética e simbólica representativa de lugares sociais” (ROCHA, SILVA e PEREIRA, 2014, p. 102). Isso quer dizer que há, no consumo de músicas do país de origem por parte dos migrantes, o reforço de uma identidade que, em certo nível, confronta os componentes identitários do país em que vive.

Tal perspectiva auxilia na compreensão do que impulsiona os brasileiros que vivem em Barcelona a consumirem produções radiofônicas e musicais brasileiras, visto a hegemonia cultural local possuir códigos pouco reconhecidos,

além de ser excludente quanto às subjetividades que também constituem a identidade desses migrantes.

Destaca-se que o reforço identitário da música pode ocorrer também por outras vias, a exemplo dos reforços positivos de uma identidade nacional gerados pela valorização das produções musicais brasileiras em países estrangeiros, em que há o prestígio da cultura de origem através da música no ambiente em que o migrante vive. Isso se dá, pois “a música pode ser usada cada vez mais como um meio pelo qual formulamos e expressamos nossas identidades individuais. Nós a usamos não apenas para regular nosso próprio dia a dia, humores e comportamentos, mas também para nos apresentar aos outros da maneira que preferirmos” (HARGREAVES, MIELL e MACDONALD, 2004, p.1), quando essa música é reconhecida e apreciada por outros, a apresentação pessoal torna-se, perceptivelmente, mais valorizada.

A música, apesar de estar presente na história do rádio e no rádio em si, atualmente é consumida em diversas plataformas, com destaque para as de *streaming*, como o *Spotify*. Desenvolver a *playlist* pessoal e compartilhá-la com amigos, família e até mesmo desconhecidos é uma forma de reforçar aspectos importantes que compõem a identidade pessoal e grupal. “Em algumas dessas plataformas, é possível alimentar nuvens de tags, estabelecendo mecanismos de indexação, relacionando conteúdos e, simultaneamente, formulando identidades individuais e coletivas através de elementos sonoros e parassonoros” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 83).

Ainda assim, a música permanece como importante componente dos programas radiofônicos, auxiliando na permanência dos fluxos culturais, transfronteiras e trânsitos simbólicos (ROCHA, SILVA e PEREIRA, 2014). No consumo de produtos simbólicos, o migrante possui um sistema de referências que serve de bússola para a compreensão e categorização da importância daquilo que está sendo consumido e, principalmente, para identificação frente às vivências pessoais, às memórias coletivas e os afetos relacionados.

2 A CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DO SUJEITO DIASPÓRICO

Pensar em identidade no século XXI é pensar em um conceito fluído, descentralizado, que propõe uma abordagem do homem muito distante daquela proposta pelos pesquisadores modernos, que possuía uma perspectiva de sujeito que “não era autônomo e autossuficiente, mas era formado na relação com outras pessoas importantes para ele, que mediavam para o sujeito os valores, os sentidos e os símbolos – a cultura – do mundo que ele/ela habitava” (HALL, 2015, p. 11).

Nesse sentido, pode-se definir identidade na contemporaneidade como “uma construção simbólica que se faz em relação a um referente”. Isto é, “toda identidade é uma representação, e não um dado concreto que pode ser elucidado ou descoberto” (ORTIZ, 2013, p. 622). Sendo uma representação, ela se dá, portanto, em relação. A identidade é constituída e ressignificada nas inter-relações com as similitudes e diferentes, visto que “(...) a identidade do outro reflete na minha e a minha na dele” (CIAMPA, 1987, p. 59).

A partir dessa perspectiva inter-relacional da identidade, tem-se diversas abordagens que foram trabalhadas pelos autores Maria Chalfin Coutinho, Edite Krawulski e Dulce Helena Penna Soares no artigo “Identidade e trabalho na contemporaneidade: repensando articulações possíveis”, que vão desde a compreensão dos aspectos de socialização como prementes na formação identitária, que buscam analisar os “processos psicossociais através dos quais o indivíduo se desenvolve historicamente como pessoa e como membro de uma sociedade” (MARTIN-BARÓ, 1985, p. 115), considerando haver na transformação pessoal uma relação direta com aspectos sociais e históricos dados (CIAMPA, 1998), como também abordagens que consideram os impactos sociais na formação individual, ou seja, a construção identitária ocorrendo tanto em âmbito individual como coletivo. Nesse sentido, a identidade é vista como “um tipo de sequência cultural da ação, a toda uma interiorização da experiência social, sob forma de modelos tornados inconscientes e que governam as condutas e jogos relacionais pelo viés de representações que eles induzem” (SAINSAULIEUP, 1988, p. 279).

Já os teóricos culturalistas consideram as subjetividades dos atores sociais como elemento central nas pesquisas sobre o tema. “O foco na cultura,

como componente das identidades e dos processos de subjetivação, gera uma compreensão de identidade como algo múltiplo, instável e dependente da adesão a grupos, afirmando uma identidade coletiva e não mais como uma realização individual” (COUTINHO, KRAWULSKI e SOARES, 2007, p.3). Assim, a cultura é central nas produções de sentido realizadas pelo sujeito e é ela que constitui as visões de mundo do homem social.

Se a cultura é central, tem-se também na diferença um importante formador identitário, não por compor a forma como o sujeito se vê, mas principalmente por ser um ato de exclusão, daquilo que ele sabe que não é. “A identidade e a diferença se traduzem, assim, em declarações sobre quem pertence e sobre quem não pertence, sobre quem está incluído e quem está excluído” (SILVA, 2004, p. 82).

Em convergência com tal perspectiva, Stuart Hall (2015) evidencia haver uma série de acontecimentos históricos, sociais e revoluções científicas que influenciam a forma como as identidades são compostas na contemporaneidade. O autor propõe a organização de três concepções de identidade, que se relacionam a períodos históricos diferentes, sendo eles: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno (HALL, 2015).

O primeiro sujeito, o do Iluminismo, “estava baseado numa concepção de pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação” (HALL, 2015, p. 10). Esse sujeito era dotado de uma interioridade completa, que fazia dele um ser único. A identidade era o próprio eu, a consciência da pessoa. Já o sujeito sociológico enfrentava as complexidades do mundo moderno e criava sua identidade a partir das relações sociais e das trocas simbólicas. Por fim, o sujeito pós-moderno não possui mais uma identidade única, fixa. Ele está em constante mudança, “a identidade torna-se uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1987, p. 11).

Esse sujeito pós-moderno, que interessa para essa pesquisa, está inserido em uma realidade global, não mais local. “À medida que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da Terra” (GIDDENS, 1990, p. 6). Essas transformações provocam hibridações culturais

que estimulam tanto uma aproximação entre os sujeitos através de um reconhecimento mútuo, como um afastamento pela identificação das diferenças, promovendo assim uma diversidade de “posições de sujeito” (HALL, 2015, p. 14), de renegociações de identidades.

O processo de deslocamento do sujeito se dá, de acordo com Hall, através de cinco avanços nas teorias sociais e Ciências Humanas. O primeiro deles refere-se às tradições do pensamento marxista, mais especificamente às releituras e interpretações que foram realizadas dos escritos de Marx na década de 60. Quando reinterpretada à luz desta década, a afirmação “homens fazem a história, mas apenas sob as condições que lhes são dadas”, é compreendida como uma ausência total de poder desses homens/indivíduos, em que não são capazes de serem autores ou agentes de suas próprias histórias (HALL, 2015, p. 22). Tal percepção do homem como sujeito passivo dos acontecimentos do mundo e da vida destrói a concepção do sujeito como dotado de consciência plena e ampla, empoderado de si mesmo. Ressalta-se, contudo, que esta interpretação foi fortemente questionada por diversos estudiosos do campo, mas ainda assim teve seu impacto na concepção do indivíduo.

O segundo acontecimento está relacionado à descoberta do inconsciente por Freud. Isto porque “a teoria de Freud, de que nossas identidades, nossa sexualidade e a estrutura dos nossos desejos são formadas com base em processos psíquicos e simbólicos do inconsciente, que funcionam de acordo com uma lógica muito diferente daquela da Razão” (HALL, 2015, p. 23), põe por terra toda a concepção de sujeito central no universo por ser dotado de uma razão plena, concepção iluminista que dotava o sujeito de uma identidade ampla e fixa. Para Freud, o sujeito forma-se a partir de uma relação complexa que relaciona o inconsciente a uma série de realidades sociais que são apreendidas desde a infância. O sujeito não nasce completo, pleno, mas vai sendo construído e constituído de partes apreendidas ao longo da vida, que são móveis e instáveis.

O terceiro avanço está associado ao trabalho de Ferdinand de Saussure, na linguística estrutural. Quando Saussure afirma ser a língua um sistema complexo social pré-existente ao sujeito, ele diz que “falar uma língua não significa apenas expressar nossos pensamentos mais interiores e originais; significa também ativar a imensa gama de significados que já estão embutidos

em nossa língua e em nossos sistemas culturais” (HALL, 2015, p. 25). Ao propor tal perspectiva, o autor afirma ser o sistema cultural superior ao indivíduo, ou seja, aquilo que o faz cidadão. Os códigos compartilhados com seus pares, as relações afetivas e culturais do sujeito são tão ou mais importantes que aquilo que ele traz em sua intimidade ou biologia. Além disso, Saussure diz haver na língua significados móveis, inconstantes, que fazem com que a relação com o mundo se altere constantemente. Alçar a língua à uma realidade mais ampla que a do sujeito é edificar o próprio conceito de cultura.

O quarto pesquisador de grande influência no descentramento do homem moderno é Michel Foucault. O filósofo e historiador francês, em uma série de estudos, produziu uma “genealogia do poder”. Com o surgimento de novas instituições sociais, o poder se modifica e passa a disciplinar a sociedade por intermédio de novas ferramentas. “O poder disciplinar está preocupado, em primeiro lugar, com a regulação, a vigilância é o governo da espécie humana ou de populações inteiras e, em segundo lugar, do indivíduo e do corpo” (HALL, 2015, p. 26). Passa-se a regulação da vida às esferas institucionais e sociais, desprovendo o sujeito de tal poder.

Num regime disciplinar, a individualização é descendente. Através da vigilância, da observação constante, todas aquelas pessoas sujeitas ao controle são individualizadas. O Poder não apenas traz a individualização para o campo da observação, mas também fixa aquela individualidade objetiva no campo da escrita. Um imenso e meticuloso aparato documentário torna-se um componente essencial do crescimento do poder nas sociedades modernas. Essa acumulação de documentação individual num ordenamento sistemático torna “possível a medição de fenômenos globais, a descrição de grupos, a caracterização de fatos coletivos, o cálculo de distância entre os indivíduos, sua distribuição numa dada população” (DREYFUS & ROBINOW, 1982, p. 159).

Essa individualização do sujeito visa facilitar a atuação deste poder disciplinar exercido pelas instituições modernas em um sujeito cada vez mais desprovido de características próprias. Tal paradoxo, do poder de instituições coletivas perante o sujeito individualizado, nada tem de falha, visto que para Foucault há nesse ato a intensificação do disciplinamento do homem, a produção de um “corpo dócil” (DREYFUS & ROBINOW, 1982, p. 135).

O quinto descentramento proposto por Hall é o impacto do feminismo como movimento social e crítica teórica. O feminismo está inserido em um

período histórico em que há o surgimento e fortalecimento de outros movimentos sociais, onde “cada movimento apela para a identidade social de seus sustentadores. (...) Isso constitui o nascimento histórico do que veio a ser conhecido como a política de identidade – uma identidade para cada movimento” (HALL, 2015, p. 27). Além disso, o feminismo também trouxe questionamentos quanto à diferenciação das esferas privada e pública, expondo instituições privadas, como a família, para a esfera política pública, assim como também politizou a subjetividade ao questionar os papéis da mulher, da mãe, da filha, do homem (HALL, 2015). Essa série de indagações propostas pelo movimento feminista desordenou várias esferas sociais, até então estáveis, que diziam respeito à realidade social do sujeito. A instabilidade na identificação de papéis e instâncias sociais perturbou a noção de identidade do indivíduo, trazendo novas possibilidades e mobilidade a uma identidade até então fixa.

A filosofia também descreve rupturas que são responsáveis por mudanças significativas de pensamento, incluindo a crise do pensamento moderno e o início de uma filosofia contemporânea, que se relaciona em demasia com a ideia de descentramento do homem. Neste campo, destaca-se dois filósofos que tiveram grande importância: Hegel e Marx. “Esse projeto entra em crise no séc. XIX a partir das críticas de Hegel – que aponta para a necessidade de levar em conta o processo histórico de formação da consciência – e de Marx (...) que questiona seus pressupostos idealistas” (MARCONDES, 1997, p. 251). Ambos também estão relacionados à ruptura de uma filosofia puramente teórica para uma mais empírica, que busca atender a todas as áreas do saber humano.

Uma análise do processo de conhecimento que parta da consciência individual – considerada em si mesma, vista como autônoma, tanto na vertente racionalista quanto na empirista – acaba encontrando dificuldades praticamente insuperáveis para explicar a relação entre a consciência e o real, a mente e o mundo. A exemplificação em termos de ideias e representações esbarra em uma necessidade de explicar como a mente pode ter acesso ao real, tratando-se de naturezas radicalmente distintas (MARDONDES, 1997, p. 252).

O questionamento do homem dotado de completude, de uma consciência individual e de uma identidade plena, passa a ser questionada pela filosofia, que encontra barreiras intransponíveis na subjetividade. Vê-se então a necessidade de desmembrar esse homem, de olhá-lo por diferentes vieses.

Como afirma Ernst Mach (1838-1916): “não há salvação para o sujeito” (“*das ich ist unrettbar*”).

A linguagem surge como uma forma de explicar a realidade por meio das significações. Destaca-se o desenvolvimento de diversas linhas teóricas que tinham na linguagem seu principal objeto e sua mais importante ferramenta: a lógica-matemática e a filosofia analítica da linguagem, na Alemanha; a Semiótica nos Estados Unidos; o positivismo lógico, em Viena; a filosofia das formas simbólicas e a hermenêutica, também na Alemanha; o estruturalismo, já citado aqui, na França; a antropologia linguística, na Inglaterra e a teoria linguística. “A análise da linguagem torna-se assim a estrada real para o tratamento não só de questões filosóficas, mas de questões de vários campos das ciências humanas e naturais no pensamento contemporâneo” (MARCONDES, 1997, p. 254).

Contudo, ressalta-se que a descentralização do homem pela perspectiva filosófica ocorreu em diferentes momentos, tanto teóricos, como históricos. Marcondes (1997) destaca três grandes rupturas que tiveram enorme importância nesse processo. A primeira foi a revolução copernicana, que retira a Terra do centro do universo e a torna móvel. A reformulação na concepção do planeta provoca também uma revisão da centralidade do homem no universo.

A segunda grande ruptura está nas obras de Charles Darwin e na proposta da teoria da evolução. A instabilidade na concepção de sujeito ocorre “na medida em que revela que o homem é apenas mais uma espécie natural dentre outras e que a espécie humana resulta de um processo de evolução natural, tendo ancestrais comuns com o macaco” (MARCONDES, 1997, p. 254). A reaproximação entre o homem e a natureza, separada mais intensamente com o Iluminismo, questiona a superioridade humana, pois aproxima o sujeito dos demais seres.

A terceira grande ruptura foi a revolução freudiana. Hall já citava a importância de Freud na descentralização do homem e sua importância também é considerada pelos filósofos. “Ao formular uma nova explicação do aparelho psíquico humano, sobretudo com sua hipótese do inconsciente, Freud mostra que não temos controle pleno de nossas ações e que há causas determinantes de nossa ação que nos são desconhecidas” (MARCONDES, 1997, p. 255). Aquele sujeito empoderado de racionalidade passa a ser questionado quanto às

suas irracionalidades, que lhes são inconscientes. O homem passa a ser dotado de características que lhe fogem ao controle, que lhes são desconhecidas.

Há outras duas revoluções que carecem ser explicitadas tanto pela sua importância na intensificação da descentralização do sujeito, como também por serem impactos recentes, ocorridos no século XX. A primeira é a revolução da informática, com destaque para as inteligências artificiais. O homem cartesiano destacava-se da natureza por sua superioridade racional. Era o único dotado da razão, o que o fazia central, especial. Porém, com o surgimento de máquinas pensantes, o lugar ocupado por este sujeito é questionado, reivindicado. Isso intensifica tanto a aproximação do homem com a natureza, como também o retira daquele lugar privilegiado e único.

A segunda é a revolução biológica, com destaque para a engenharia genética. “A possibilidade de criar novas espécies ou de manipular as características de uma espécie” (MARCONDES, 1997, p. 255) retira do homem não apenas a exclusividade da perpetuação da espécie, mas também suas características mais profundas. Quando as características biológicas do sujeito passam a ser modificadas geneticamente, esse homem cartesiano se torna insustentável, surgindo assim uma concepção identitária completamente diferente.

Permanecendo na abordagem culturalista e considerando as mudanças teóricas e históricas, Manuel Castells diz “entender-se por identidade a fonte de significados e experiências de um povo” (CASTELLS, 2008, p. 64). São nos processos de significados, com base culturalista, que se constrói a concepção de si. Contudo, para Castells, as identidades também podem ser formadas a partir das relações institucionais e, nesse sentido, pensando na identidade coletiva, o autor propõe três categorias como forma de análise: identidade legitimadora, “introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais” (CASTELLS, 2008, p. 66); identidade de resistência, “criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo, assim, trincheiras de resistência” (CASTELLS, 2008, p. 66); e a identidade de projeto, “quando os autores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem

uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social” (CASTELLS, 2008, p. 67).

Ressalta-se que, apesar de defender a formação identitária coletiva, Castells afirma ser somente após a internalização desses significados que elas assumem tal condição (CASTELLS, 2008), ou seja, as identidades formadas a partir das instituições só ganham vida após a assunção delas pelos indivíduos componentes da sociedade em questão.

Arjun Appadurai também trabalha o conceito de identidade a partir da concepção culturalista. Para o autor, “a cultura é uma dimensão intangível do discurso humano que explora as diferenças para criar as diversas concepções da identidade de grupo” (APPADURAI, 2001, p. 29). Contudo, Appadurai afirma trabalhar um conceito amplo de cultura, algo que se refere a diferentes características de mundo. Tal compreensão de cultura permite entender os processos identitários não apenas pelo reconhecimento das semelhanças, mas também pelas articulações das fronteiras perante o diferente.

Passamos de uma concepção da cultura como substância a uma concepção da cultura como a dimensão da diferença, e daí para uma concepção da cultura como a identidade dos grupos baseados na diferença e, portanto, uma concepção de cultura como o processo de naturalização de um subconjunto de diferenças mobilizadas a fim de articular uma identidade de grupo (APPADURAI, 2001, p. 30).

Além disso, o antropólogo indiano recupera “a noção de ‘comunidades imaginadas’ (...) para pensar os processos contemporâneos de diáspora, em que muitas vezes comunidades se reconstituem em outros Estados-nação, reproduzindo seus estilos de vida em ambientes os mais diversos” (MAIA, KISCHINHEVSKY e MONCLÚS, 2020, p. 7).

Por outro lado, Homi Bhabha questiona a visão unitária de homem das pesquisas sobre identidade, a perspectiva hegemônica dada ao conceito e as exclusões dos tensionamentos e conflitos. Para o autor, “o acesso direto dos interesses individuais à autoridade social é objetificado na estrutura representativa de uma Vontade Geral – Lei ou Cultura – onde Psique e Sociedade se espelham, traduzindo transparentemente sua diferença, sem perda, em uma totalidade histórica” (BHABHA, 1998, p. 74). Nesse sentido, as possíveis anomalias a essa lei são consideradas forâneas.

As formas de alienação e agressão psíquica e social - a loucura, o ódio a si mesmo, a traição, a violência - nunca podem ser reconhecidas como condições definidas e constitutivas da autoridade civil, ou como os efeitos ambivalentes do próprio instinto social. Elas são sempre explicadas como presenças estrangeiras, oclusões do progresso histórico, a forma extrema de percepção equivocada do Homem (BHABHA, 1998, p. 74).

O questionamento de Bhabha centra-se na predominância do colonizador, da naturalização do racismo e do esquecimento ou apagamento do passado violento. É “a identificação ambivalente do mundo racista - movendo-se em dois planos sem ser de modo algum incomodada por ele (...) gira em torno da ideia do homem como sua imagem alienada; não o Eu e o Outro, mas a alteridade do Eu inscrita no palimpsesto perverso da identidade colonial” (BHABHA, 1998, p. 75).

Ressalta-se que, apesar de Bhabha ter a questão racial como central em sua pesquisa, seus questionamentos servem aqui já que trabalha-se com sujeitos estrangeiros em sua concepção básica social, ou seja, com indivíduos que vivenciam diretamente os efeitos da alteridade social.

2.1 Identidade e diáspora

A convergência das mídias redefine as fronteiras do mundo, visto facilitar em muito o acesso às produções midiáticas de vários países do globo. Contudo, apesar de haver tal facilitação, a convergência também se relaciona a uma hiperlocalização, em que as produções são compartilhadas com o mundo, mas falam sobre locais e culturas bem específicas.

O rádio expandido traz em seu âmago esse paradoxo, visto o meio ser historicamente de produções locais (apesar de hoje as cabeças de rede de emissoras nacionais produzirem conteúdos que são ouvidos e compartilhados por diversas cidades), mas que estão presentes em redes sociais e na *internet*, sendo acessadas por interessados que vivem em países diversos, inclusive em outros continentes.

A relação global/local torna-se central na produção midiática, redefinindo conteúdos e os próprios meios de comunicação, assim como as formas de recepção. O local expande-se para o global, promovendo juntamente uma

expansão cultural, social e política que está atrelada a uma redefinição de sujeito, identidade e sociedade. Porém, ressalta-se que o local não desaparece, permanecendo central nas produções midiáticas. Ocorre, contudo, uma ressignificação desde local quando consumido em diferentes regiões geográficas, a exemplo do que ocorre com os migrantes.

Entretanto, torna-se necessário conceber a ideia de territorialidade, visto ser uma concepção central para a discussão aqui proposta. Territórios podem ser tanto físicos, materializados em divisões geográficas, como “subjetivos, imaginários e existenciais, produzidos a partir dos processos e dispositivos de enunciação da identidade coletiva do grupo ou comunidade” (ELHAJJI e MALERBA, 2016, p. 114). Essa ideia permite confrontar a própria concepção de imigrante, visto haver uma identificação territorial dúbia desse sujeito, que está inserido fisicamente em uma realidade cultural, mas, ao mesmo tempo, produzindo subjetividades relacionadas à sua identificação com seu país de origem.

De acordo com os autores Mohammed Elhajji e João Paulo Malerba, há dois conceitos que são centrais nesta discussão: o transnacionalismo e a diáspora. O primeiro conceito carece de ser analisado pela perspectiva sociopolítica e histórica atual frente às reconfigurações espaciais, temporais e culturais ocorridas em detrimento do aceleração da convergência de meios. A definição proposta pelos autores, portanto, parte da concepção de que o transnacionalismo remete a

comunidades humanas inseridas em mais de um quadro social nacional estatal, tendo referenciais culturais, territoriais e/ou linguísticos originais comuns, e conectadas através de redes sociais transnacionais que garantem algum grau de solidariedade ou identificação além das fronteiras formais de seus respectivos países de destino (ELHAJJI e MALERBA, 2016, p. 114).

A organização territorial se dá tanto pela identificação da língua-mãe, como pelas referências culturais compartilhadas e reforçadas pelos meios de comunicação (a exemplo do rádio). Assim sendo, o rádio expandido favorece a criação de grupos transnacionais, no sentido de fortalecer os vínculos culturais e identitários destes sujeitos com seu local de origem e entre si.

Já o conceito de diáspora é normalmente usado para “traduzir a realidade social, cultural e política de qualquer pessoa ou população étnica que

abandona a pátria tradicional da sua etnia, estando dispersa por outras partes do mundo” (ELHAJJI e MALERBA, 2016, p. 114). Contudo, com o avanço no desenvolvimento tecnológico promovido pela convergência midiática e a eventual facilitação no acesso às produções culturalmente diversas, a concepção de diáspora se alarga, abarcando outras realidades, a exemplo da digital. O abandono da pátria mãe se dá apenas no âmbito físico, geográfico, visto haver a possibilidade de manter o contato com o local de origem através dos meios de comunicação expandidos.

A ideia de diáspora, ou webdiáspora⁹, vai além do uso da *internet* para contato com produções midiáticas do local de origem, sendo também uma forma de reforçar uma identidade compartilhada com grupo transnacional que reconhece seus membros por meio da cultura associada, a língua de origem e a realidade social vivente. Isto quer dizer que, tanto a ideia de diáspora, como a ideia de transnacionalidade, estão relacionadas à própria concepção de identidade do sujeito migrante.

O compartilhamento da língua-mãe com o grupo transnacional é de vital importância, visto ser uma forma de expressão simbólica que conecta o sujeito a um determinado grupo. O “discurso constitui a interface simbólica universal que intermedeia a nossa relação com o mundo, e sem o qual nenhuma representação do mundo e do Outro seria possível” (ELHAJJI, 2011, p. 7). Assim sendo, para além de uma forma de dar sentido ao mundo e ao Outro, a linguagem se torna uma ferramenta simbólica e identitária, já que há no ato da comunicação pela linguagem uma expressão daquilo que somos e de como queremos ser vistos e sentidos.

Não há possibilidade de “dizer” (o mundo e/ou o outro) sem antes “se dizer”; ou “dizer-se” sem, ao mesmo tempo, “dizer” a sua visão de mundo e seu projeto social individual e/ou coletivo. Identidade e discursividade são, assim, dois planos isomórficos do mesmo continuum existencial e subjetivo que rege a vida comunitária e regula suas relações e seus relacionamentos com o resto da sociedade (ELHAJJI, 2011, p. 6).

⁹ “A webdiáspora, além de se referir claramente a sites ou outros formatos internéticos produzidos por membros da diáspora fora do país de origem, deve remeter a um modelo de organização social virtual em torno de elementos culturais compartilhados pela comunidade em sua dimensão transnacional, no afã de reforçar o sentimento de pertencimento identitário de seus membros e subtender suas ações reivindicativas” (ELHAJJI e MALERBA, 2016, p. 115)

Destaca-se que, apesar de tratar a linguagem como ação discursiva, visto ser o rádio o objeto central da presente pesquisa, essa pode ser analisada por diferentes vieses, não sendo limitada apenas a ações de discursividade do sujeito. Contudo, é a singularidade do sujeito, posta em contato com o mundo através da interação comunicativa entre indivíduos, que possibilitará identificar como se dá a criação de territórios étnicos identitários (ELHAJJI, 2011) pelos sujeitos migrantes.

Evidencia-se também que é “na mídia e através dela que os discursos identitários comunitários e étnicos (reivindicativos ou afirmativos) são formados e formatados, ensaiados e formulados” (ELHAJJI, 2011, p. 7). O reconhecimento de si no Outro/mídia é uma forma de tensionamento de poder que reforça os territórios identitários, de existência do sujeito consumidor. Todavia, sabe-se que há outras mediações que exercem grande influência na definição identitária, porém, a força dos media é algo que carece ser salientado.

O rádio, meio centenário, mesmo tendo vivenciado indiscutíveis transformações, principalmente com a expansão do meio para outras plataformas de produção e distribuição, possui historicamente uma característica transnacional. Cita-se como exemplo a utilização do rádio em guerras, como a Segunda Guerra Mundial, e o estabelecimento do rádio no Brasil, principalmente nos anos 30, quando produções internacionais eram captadas pelo *dial* nacional.

Transmitido em ondas curtas, o rádio já era usado em projetos políticos como poderosa arma de propaganda, apoiando a construção e o reforço de identidades nacionais. A capacidade transfronteiriça do rádio foi profissionalizada e utilizada para divulgações de ideias hegemônicas que reforçavam a necessidade da realização de guerras.

Em fins dos anos 30, o rádio revela-se um excelente aliado, uma força a mais no conflito mundial. A transmissão a distância, através das ondas curtas, deixa de ser assunto de amadores e passa a integrar protocolos internacionais que legislam sobre divisões e distribuições de faixas de ondas. Começava a ocorrer uma espécie de congestionamento radiofônico. Com a guerra, torna-se uma prática internacional comum a produção de programas em língua estrangeira. Esta era uma forma de realizar propaganda política (ABREU, 2004, p. 114).

Porém, será no século XXI que a vinculação transfronteira se intensificará, tanto no âmbito comunicacional, como no próprio aumento da

imigração entre países, que passa a ocorrer não apenas por questões conflitivas e políticas, mas também impulsionado pela busca do sujeito por melhores oportunidades de vida. “As migrações humanas chegaram ao seu ápice, entrando numa fase de planejamento e administração verdadeiramente industriais” (ELHAJJI e MALERBA, 2016, p. 110).

A intensificação migratória pode ser relacionada aos avanços tecnológicos que ocorreram em duas esferas, sendo a primeira nos transportes, que aumentou a velocidade e diminuiu o tempo de se percorrer grandes distâncias; e a segunda esfera é das comunicações, com a convergência de meios que redefiniu o tempo e o espaço no que diz respeito às possibilidades comunicacionais transnacionais, tanto pela facilidade de acesso, como pelo barateamento das tecnologias da comunicação, a exemplo da *internet*. Esses avanços intensificaram um processo migratório histórico que ocorre há muitos anos e já provocou profundas mudanças socioculturais e econômicas em diversos países do mundo, ao trazerem novas características que impactam tanto o Estado, como a sociedade e o sujeito.

A própria concepção do que é ser um migrante relaciona-se em demasia com a mobilidade identitária desse sujeito, que possui, na alteridade e na externalidade de forasteiro (ELHAJJI e MALERBA, 2016), indicativos da sua condição no país que escolhe residir. O migrante tem, por conseguinte, um contato intenso com uma nova cultura, realidade política e econômica, mas sendo constantemente lembrado de que é um *outsider*, não sendo amplamente aceito pela sociedade hegemônica, tendo que recorrer constantemente à sua origem como forma de se reconhecer e ser reconhecido como sujeito cidadão. Daí a importância do contato com as produções midiáticas realizadas por seus iguais, na sua língua materna e com indicativos socioculturais reconhecíveis.

Além disso, o migrante possui características que o desloca, o desenraiza. Ao sair da sua terra natal, perde aos poucos as características que o identificam como sujeito daquele Estado, sendo que, ao mesmo tempo, nunca é amplamente aceito como sujeito inserido na sociedade escolhida como lar. O sujeito diaspórico, portanto, torna-se sujeito de lugar nenhum e de todos os lugares. “Esta liberdade dá ao estrangeiro, também, uma relação próxima da perspectiva da experiência e do deleite do pássaro para com as folhas, e contém certamente uma espécie de potencialidade perigosa” (SIMMEL, 2005, p. 267).

O estrangeiro traz em seu âmago uma subjetividade relativa à sua própria natureza de migrante, que é a de ser um sujeito com características distintas e também iguais aos dos sujeitos locais. A alteridade não é completa, mas mixada a um nível de reconhecimento que torna a existência deste migrante na sociedade vigente como uma presença dúbia, vezes reconhecida, vezes não.

Nas diversas disposições, todas as relações pessoais de uma maneira ou outra se realizam, seguramente, no interior deste modelo, e decidem não somente que determinadas concordâncias existem entre os elementos comuns, ao lado de diferenças individuais que influenciam quaisquer relações, mas, também, para além delas, realizando este bem comum no seu efeito sobre as relações anteriormente geradas (SIMMEL, 2005, p. 268)

A presença do migrante no país escolhido provoca hibridações culturais que são sentidas e vivenciadas pelos locais e se fundamenta na relação dúbia que existe entre o sujeito e o local de sua origem, seja no consumo midiático, seja na vinculação econômica que permanece no envio de dinheiro a parentes, seja com a incorporação desse sujeito na realidade comercial através do comércio étnico, entre outras possibilidades.

A necessidade de estar em contato com a realidade sociocultural do país de origem relaciona-se ao desejo de encontrar um reconhecimento afetivo de pertencimento, de vínculo. O migrante busca na língua materna, na identificação cultural, na política e no consumo midiático o *link* afetivo que o faça se sentir parte integrante de um grupo social.

A busca pelos códigos sociais reconhecíveis do país de origem acaba por reforçar uma identidade nacional, que não é única ou fixa, mas que é relevante na vivência do sujeito diaspórico, pois intensifica o distanciamento com a realidade sociocultural local, como também é fonte de constante tensionamento no processo de construção da percepção de si na vivência como migrante.

2.1.1 Afeto e diáspora

A ideia do afeto como linguagem social tensiona-se à discussão acerca das relações afetivas entre migrantes e sujeitos locais em convivência transfronteira.

É possível dividir a discussão em duas esferas: a primeira sendo a relação local do migrante com os sujeitos locais e a segunda sendo a relação do migrante com seu país de origem por meio do consumo do rádio expandido. Em ambas as esferas há a existência de expressões afetivas, visto que “expressar emoções vai sempre pressupor uma relação, um outro, uma interação” (SIQUEIRA, 2015, p. 25). Porém, há diferenças importantes em como se desenvolvem e se estabelecem essas relações.

Na primeira esfera, a relação interpessoal é predominante. Há as dificuldades impostas pela alteridade existente no não reconhecimento da língua, da cultura e do Outro como afim, mas também há os níveis de reconhecimento presentes nas mediações culturais, seja pelo consumo de produtos midiáticos, seja por meio de festas temáticas, sendo “a festa o espaço de múltiplas territorialidades” (BEZERRA, 2007, p. 176), seja pelo consumo de comidas que expressam as especificidades culturais de um determinado local. Neste sentido, o conceito de fronteira se desconecta de uma concepção unicamente geográfica, agregando também os aspectos culturais, “pensados na sua dimensão simbólica, de fronteiras fluidas, permeáveis, que permite o trânsito entre diversos elementos culturais e identitários e, conseqüentemente, novas práticas que podem resultar em trocas ou empréstimos culturais” (MENESES, RODRIGUES e VALE, 2015, p. 156). Esses empréstimos fortalecem a vinculação afetiva do migrante no local em que vive e com as pessoas que o circundam.

A segunda esfera é composta pela mediação de outros aspectos culturais e institucionais. Os *media* atuam como mediadores entre o migrante e a cidade, entre o migrante e a cultura local, entre o migrante e o cidadão reconhecido pelo Estado. Além disso, a partir do consumo midiático, o migrante se conecta à sua cultura de origem, reforçando uma concepção identitária nacional que pode, muitas vezes, aumentar a alteridade na relação estrangeira, mas que diminui o distanciamento afetivo do sujeito com seu país materno. A relação de procedência, nesse caso, tem forte associação emocional. O consumo se dá impulsionado por uma necessidade afetiva gerada pela busca do migrante em se conectar com a língua, cultura e local originários.

É justamente a segunda esfera vinculativa que interessa na presente pesquisa. A ligação de pertencimento impulsiona o consumo do rádio expandido

pelo migrante, pois, apesar de existir, em certo nível, uma aproximação entre o sujeito diaspórico e os locais, “o estrangeiro parece mais distante, na medida em que esta igualdade conecta apenas os dois da relação de forma abstrata e geral, não havendo assim laços de pertença” (SIMMEL, 2005, p. 269). Como observado por Canclini, a busca por este laço de pertencimento impulsiona as constituições de bairros estrangeiros, a organização de festas com bandeiras próprias, a abertura de restaurantes temáticos e a criação de rádios comunitárias de migrantes para migrantes. Porém, é no consumo do produto nacional que o ouvinte estrangeiro encontra a relação mais direta com seu local de procedência.

O sujeito diaspórico, através de um ato de apropriação, realiza uma hibridação cultural, “selecionando, modificando e recombinaando, desarticulando certos signos e rearticulando de outra forma seus significados simbólicos” (MENESES, RODRIGUES e VALE, 2015, p. 170). Essa hibridação está atrelada à vivência real do estrangeiro, que interage por meio de uma concepção cultural muito diversa, híbrida, que transfere para a realidade local uma gama simbólica que distancia e aproxima, que difere e equivale, que separa e une. Este paradoxo vivenciado pelo migrante, apesar de constante, é móvel. A vinculação emocional o aproxima ora do país de origem, ora do local em que vive. O faz ora estrangeiro, ora sujeito do Estado. O torna ora excluído, ora reconhecido.

A interconexão cultural vivida por estes sujeitos faz com que as relações se tornem “um laboratório intercultural e estético, no qual as inovações formais ganham espaço e assumem as suas ambivalências, impactando os sujeitos de diferentes formas” (WORTMANN, 2010, p. 24). Pensar a cultura nesse sentido é pensar mais nas diferenças que nas similitudes, mais naquilo que os afasta, do que naquilo que os aproxima, é a cultura “não como uma essência ou algo que cada grupo traz em si, mas como o subconjunto de diferenças que foram selecionadas e mobilizadas com o objetivo de articular as fronteiras da diferença” (APPADURAI, 1996 apud CANCLINI, 2007a, p. 48).

Portanto, é na alteridade que se encontra o ponto a ser analisado, visto que, apesar de haver no processo de hibridismo cultural uma aproximação, decorrente dos deslocamentos dos bens simbólicos, há uma transformação que multiplica as possibilidades e, em decorrência, afasta. A cultura torna-se culturas diversas e híbridas, assim como a linguagem social das emoções também se torna múltipla e diversa. O reconhecimento da emoção como conjunto de regras,

assim como a cultura, leva a entender que há na expressão afetiva um processo de hibridação que permite ao sujeito migrante um reconhecimento e replicação das gramáticas simbólicas a fim de não sofrer os efeitos coercitivos da não manifestação dos *modi operandi*.

2.1.2 Afeto e identidade do migrante

É compreendendo também o paradoxo da similitude e divergência que é possível aferir acerca da constituição identitária do migrante. A própria concepção de identidade é paradoxal. Em um primeiro plano, “a identidade pode ser entendida como traço estático capaz de definir os sujeitos ao longo da vida, distinguindo-o dos demais. Porém, identificar-se também significa tornar-se igual ao outro” (FERRARI, 2006, p. 2), há o reconhecimento pelas igualdades e a renegação pelas diferenças. Essa concepção de diferenciação presente na constituição identitária coaduna com a percepção de uma exaltação da individualidade em um mundo cada vez mais conectado e próximo. Diferenciar-se se torna um valor em uma realidade que visa homogeneizar a noção de sujeito.

Essa perspectiva embasa-se na Psicologia e concebe que o sujeito é permeado por uma elaboração interna e uma externa, que se correlaciona ao social e à cultura. A necessidade de reconhecimento e diferenciação estaria relacionado à essa existência íntima do sujeito, em confrontação com uma realidade sociocultural que ora o iguala e ora o diferencia dos outros sujeitos sociais. Os fenômenos de aproximação, como a globalização e a convergência de meios, apesar de modificarem os espaços temporais e geográficos e colocar em contato diferentes culturas, exacerbam também as dessemelhanças, que são postas em xeque pelo olhar hegemônico.

Todavia, ressalta-se que, assim como a ideia de emoção, a identidade também é trabalhada aqui por uma percepção dúbia, mas predominantemente social. Isto quer dizer que a identidade será vista como “resultado do processo de socialização, que compreende o cruzamento dos processos relacionais (o sujeito analisado pelo outro dentro dos sistemas de ação nos quais estão

inseridos) e biográficos”¹⁰ (FARIA e SOUZA, 2011, p. 36). Contudo, se a identidade se constrói nas relações, novamente coloca-se em questão a ambiguidade presente na interação social do sujeito, que é a do reconhecimento do igual e do afastamento do diferente. Neste caso, o que predomina na elaboração identitária do sujeito é a interação com o outro, porém, com a compreensão de que há nessa relação não apenas a identificação, mas também a recusa. E a recusa também é concebida na formação de identidade do indivíduo em sociedade.

Assim, a socialização auxilia na formação das identidades, colocada de forma plural, visto não poder ser resumida em apenas uma identidade única e una, mas sim a uma multiplicidade mutável e complexa. A identidade “se revela como invenção e não descoberta; é um esforço, um objetivo, uma construção” (FARIA e SOUZA, 2011, p. 37). Mas é apenas quando se identifica a crise de pertencimento que é possível pensar na identidade como algo construído e não fixo, visto que quando há uma quase total identificação do sujeito com a realidade sociocultural, há também uma correspondência de reconhecimento. “O habitat da identidade é o campo de batalha: ela só se apresenta no tumulto. Não se pode evitar sua ambivalência: ela é uma luta contra a dissolução e a fragmentação, uma intenção de devorar e uma recusa a ser devorado” (FARIA e SOUZA, 2011, p. 37).

Atrelada a essa concepção de identidade múltipla, encontra-se a ideia de sociedade múltipla, que também se relaciona à multiplicidade cultural e afetiva. Isto quer dizer que “a sociedade não pode mais ser vista como determinada, mas em contínua mutação e movimento, fazendo com que novas identidades surjam continuamente, em um processo de fragmentação do indivíduo moderno” (FARIA e SOUZA, 2011, p. 37). O processo de fragmentação ou descentramento, como afirma Hall (2015), parte de uma inserção sociocultural do sujeito individualizado, que está sempre sendo modificado pelas interações, seja com outros sujeitos, com as tecnologias, com os meios de comunicação.

¹⁰ “O primeiro diz respeito à identidade para o outro, em que as transações assumem um caráter mais objetivo e genérico; enquanto o biográfico corresponde à identidade para si, cujas transações são mais subjetivas, e compreende as identidades herdadas e identidades visadas” (FARIA E SOUZA, 2011, p. 36).

Porém, é impossível falar de interações sem falar de afetos. As relações são pautadas e determinadas pelas emoções, a afinidade ou a disparidade são, muitas vezes, determinadas pelos impactos afetivos. O consumo midiático se dá através de uma vinculação emocional. Assim, ao falar de identidade, considera-se haver nesse processo uma relação emocional que influi na forma como se dá a construção momentânea de si mesmo.

E é essa perspectiva afetiva na construção identitária que aponta para a análise do consumo midiático como busca dos códigos sociais reconhecíveis do país de origem, o que reforça uma ideia de identidade nacional, que apesar de não ser única ou fixa, é relevante na vivência do sujeito diaspórico, pois intensifica o distanciamento com a realidade sociocultural local, como também é fonte de constante tensionamento no processo de construção da percepção de si na vivência como migrante.

2.2 Identidade e brasilidade

Falar de brasilidade, de uma identidade nacional, em pleno século XXI tem seus desafios, principalmente pela apreensão do tema hoje como algo fluído, móvel e inconstante. Contudo, a brasilidade surge na presente tese a partir da realização da etapa empírica, em que os entrevistados trouxeram luz à questão, principalmente na clara percepção de si como brasileiros.

A ideia de identidade nacionalista remete a muitas abordagens da concepção identitária já superadas durante períodos em que se acreditava que a relação sociocultural e econômica com o país era determinante para a concepção de si do indivíduo. Como visto, o entendimento sobre identidade na atualidade já superou tal perspectiva. Todavia, apesar da visão ampla do conceito, é preciso considerar que ainda há, na vivência sociocultural, aspectos que influenciam a forma como o sujeito vê a si e aos outros.

Porém, ao falar sobre brasilidade, é preciso também falar sobre diferentes níveis contemplados no conceito, a exemplo dos geográficos, econômicos, sociais e políticos. “A esfera política é essencial, o Estado-nação configura um tipo de organização no interior do qual se exprime uma comunidade

de cidadãos, a ideia de cidadania é um dos elementos chaves na sua definição” (ORTIZ, 2013, p. 610), considerando, entretanto, que não há um todo integrado, absoluto ou inalterado ao se falar de nação.

Já a noção de cultura, apesar das diversas concepções e apreensões disponíveis nos mais diversos campos teóricos, é trabalhada aqui como “a consciência coletiva que vincula os indivíduos uns aos outros” (ORTIZ, 2013, p. 612). É a partir da cultura, portanto, que os sujeitos produzem suas percepções de realidade. É preciso destacar que, apesar da centralidade da cultura na abordagem proposta, não há totalidade de uma cultura específica no processo de percepção de si do indivíduo. Tem-se a relação de culturas na formação e resignificação identitária e não de uma cultura única e plena.

Concepção similar tem-se ao discutir a relação geográfica ou de nações frente às formações identitárias. Apesar da afirmação acerca da existência do reforço de uma brasilidade por parte dos entrevistados, isso não faz com que a ideia de nação seja mais determinante, porque os sujeitos diaspóricos falam a partir de uma realidade descentrada e esse descentramento é facilitado, justamente, por não caber mais, atualmente, uma concepção de nação como espaços independentes e com histórias próprias (ORTIZ, 2013).

Tem-se, portanto, um cenário complexo que deve ser considerado nas análises sobre identidade brasileira. Renato Ortiz, na busca por trazer uma problemática mais ampla ao tema, enfatiza alguns aspectos. O primeiro é quanto ao entendimento de totalidade que pode existir nas discussões sobre brasilidade. Pensar em uma cultura integrada, total, sempre foi um desafio no Brasil, visto as diversas concepções negativas existentes sobre a nação brasileira. Contudo, entende-se que há indicativos que permitem falar de uma cultura brasileira e, portanto, de uma identidade brasileira.

Outro aspecto levantado “diz respeito à ideologia progressiva da história e à defasagem temporal entre as nações” (ORTIZ, 2013, p. 616). Nesse sentido, discute-se o lugar ocupado pelo Brasil frente a outras nações. “A pergunta necessariamente conduz a um dilema: num país no qual a modernidade é incompleta, a nação somente existiria num tempo projetado à frente. Dito de outra maneira, o presente é o problema, com seus obstáculos e adversidades ele denega ao conceito o estatuto almejado” (ORTIZ, 2013, p. 616). Tem-se a perspectiva de um país em defasagem temporal quanto ao seu desenvolvimento,

principalmente frente a outras nações. Se a identidade é constituída nas percepções das similaridades, mas também no confronto das diferenças, como se forma essa brasilidade? Ela é cópia ou possui características próprias?

Essa abordagem, contudo, perde força frente às ressignificações geográficas intensificadas tanto pela globalização como pela convergência tecnológica. O entendimento de cultura ou nação como expressões de pureza frente aquilo que representam, ou de suas características únicas, cai por terra. Há uma inter-relação cultural constante que produz hibridações culturais mesmo nas nações mais tradicionais. Contudo, “é importante, neste ponto da discussão, evitar certos mal-entendidos. Não se trata da eliminação das identidades nacionais, tampouco da emergência de uma identidade global substituindo as representações identitárias anteriores” (ORTIZ, 2013, p. 623), porque a integração também não é total, não há uma sociedade global única e orgânica.

Isso quer dizer que, apesar de não poder se falar mais de uma identidade única, centrada apenas na relação com o nacional, nessa relação há componentes que auxiliam na composição e compreensão de si, mas que concorrem, obviamente, com outros diversos componentes identitários. Isto é, “o Estado-nação não mais possui o monopólio da definição da identidade, o nacional deve conviver e concorrer com diferentes afirmações identitárias produzidas no seu interior ou no espaço da modernidade-mundo” (ORTIZ, 2013, p. 623).

É preciso ressaltar, porém, que ao trabalhar com sujeitos diaspóricos, a própria noção de identidade nacional é ressignificada, porque fala-se de uma relação que se dá através de ressignificações constantes e por acesso remoto. O brasileiro que vive fora do país possui uma relação diferente com a nação, pois o que predomina não são mais as influências políticas e geográficas, mas sim a vinculação afetiva e mnemônica. O migrante permanece vinculado ao país de origem por opção e por sentir a necessidade de estar em contato com o reconhecível, mas muda a forma como o país influi na percepção de si mesmo.

Essa relação será mais trabalhada na etapa empírica, com as entrevistas que foram realizadas com os brasileiros que vivem em Barcelona, buscando compreender os motivos pelos quais esses indivíduos permanecem conectados ao Brasil através do consumo radiofônico e musical. Antes, porém, será preciso descrever as especificidades em que os sujeitos pesquisados estão inseridos, a

exemplo do país escolhido, Barcelona, e a relação da cidade com a discussão aqui proposta.

3 O CENÁRIO RADIOFÔNICO ESPANHOL

Os brasileiros entrevistados, por viverem em Barcelona, possuíam uma relação de consumo muito específica com o rádio, que evidenciava tanto a busca pelos códigos reconhecíveis do país de origem, como também expressava os símbolos relativos ao novo local de morada, já adquiridos.

E, justamente por considerar essa perspectiva múltipla da construção identitária, faz-se necessária análise do cenário no qual os entrevistados estão inseridos, a fim de compreender quais são os aspectos que influenciam ou que interferem na perspectivação de si, quanto migrante brasileiro.

Com essa perspectiva em mente, busca-se analisar os aspectos relativos à cidade como espaço de apropriações, ressignificações, afinidades e estranhamentos, como também o exame da realidade diaspórica da Espanha e os impactos desta nas relações sociais, políticas e culturais.

3.1 A *citè* como espaço-ator

O conceito de *citè* remete a uma ideia de cidade com algum “tipo de consciência” (SENNETT, 2018), uma cidade que vive tanto na consciência coletiva de seus integrantes, como para além dela. Neste sentido, a cidade será trabalhada na presente pesquisa como um “(...) lugar de transformações e apropriações, objeto de intervenções (SENNETT, 2018), marco totalizador e quase mítica para as estratégias socioeconômicas e políticas” (CERTEAU, 2017, p. 161). A cidade torna-se um espaço-ator, em que suas características, sejam culturais ou sociopolíticas, influem sobremaneira na forma como se dá as relações entre os sujeitos, seja quanto às aproximações promovidas pelo espaço urbano, seja no tensionamento existente nos conflitos simbólicos.

Partindo da ideia de *citè*, em sua concepção de espaço, compreende-se a cidade como ideia complexa, ambígua e repleta de contradições, por isso, a simplificação, seja de qualquer premissa, a empobrece. Isto porque a cidade é formada por diferentes fatores e indivíduos que a ressignificam continuamente, assim como criam novos espaços que promovem estranhamentos e

identificações. Portanto, a ideia de uma cidade aberta relaciona-se a essa concepção de cidade como “um lugar complexo, o que significa que é cheio de contradições e ambiguidades” (SENNETT, 2018, p. 17).

A relação básica da *cit *, “o fazer decorrente do habitar” (SENNETT, 2018, p.16), pede que haja na concepção de cidade uma ideia aberta, que apesar de deveras complexa, visa o *synoikismo*, a sinergia entre os diferentes, a convergência das disparidades. A cidade aberta compreende a diversidade humana na complexificação das formas de habitar, que enriquecem as formas de fazer.

A cidade aqui   vista, portanto, como “(...) lugar de transformações e apropriações, objeto de intervenções (...), marco totalizador e quase mítico para as estratégias socioeconômicas e políticas” (CERTEAU, 2017, p. 161). Assim sendo, a cidade se torna um espaço-ator, em que suas características, sejam culturais ou sociopolíticas, influem sobremaneira na forma como se dão as renegociações identitárias dos sujeitos, sejam esses locais ou migrantes.

A comida, a língua, as roupas, a música, o cheiro, as ruas. Todas as manifestações da cidade localizam o sujeito em uma realidade específica, própria de um discurso cultural pré-determinado. Com a hibridação das diferenças, a cidade torna-se complexa, miscigenada e o sujeito passa a consumir diferentes discursos culturais ao longo de sua rotina, sendo intensificada, principalmente, pelo discurso midiático, que também se torna múltiplo.

A cidade, a rua, o prédio, a porta, representam modelos de subjetividade enquanto portadores de história, desejos, carência e conflitos. Cada cidade, bairro, rua, até mesmo cada casa tem um clima que não adv m, exclusivamente, do planejamento urbano e da geografia, mas do encontro de identidades em processos – identidades de homens e de espaços. Este clima perpassa diferentes entidades: eu, corpo, espaço doméstico, etnia, arquitetura. Dessa forma, os espaços construídos formam discursos e manipulam impulsos cognitivos e afetivos próprios (SAWAIA, 1995, p. 21).

A cidade é vivida por meio de uma rede semântica afetiva que modifica o discurso espacial de acordo com as experiências, o cotidiano e o sentir do sujeito urbano. Isto faz da cidade “um lugar de movimento e de recriação permanente da existência coletiva” (SAWAIA, 1995, p. 24). O espaço-ator da cidade é um dado importante não apenas na renegociação identitária dos

sujeitos, mas na própria expressão dessas identidades, visto que “a forma como o habitante se implica na cidade já é um indicador da sua ação” (BOMFIM, 2010, p. 52).

Além disso, a cidade é um lugar de encontros, de trocas de experiências e, por assim o ser, de afetos. As trocas simbólicas se dão também na convivência diária e pessoal com os indivíduos e a sociedade. A relação de aproximação e/ou exclusão é refletida na forma como a cidade se organiza e como é vivenciada pelos sujeitos. “A cidade é o lugar dos encontros, da intersubjetividade, da formação de relações, pois os indivíduos nunca se afetam sozinhos” (BOMFIM, 2010, p. 66).

Porém, com a convergência midiática e a digitalização da rotina, a cidade foi reorganizada, incluindo, aos cenários urbanos, câmeras, celulares e os cidadãos distraídos em conversas por *WhatsApp*, preocupados em compartilhar tudo o que veem ou experimentam. Isso instigou “os cidadãos a uma nova leitura e compreensão sobre sua geolocalização, contando com a ajuda e a intromissão de aparatos tecnológicos (...) e aplicativos em geral” (FREITAS, 2013, p. 50). Essa reelaboração geográfica vivenciada pelo sujeito por meio das tecnologias digitais não diz respeito apenas à relação com a cidade e seus espaços, mas também com o país, com a cultura e com a língua, se analisado por perspectivas mais amplas.

O acesso às produções midiáticas de outros países faz com que a cidade seja ressignificada constantemente, impulsionada por uma hibridação cultural que é proporcionada pelo acesso facilitado às tecnologias que modificam o espaço e o tempo. A mudança da paisagem sonora muda a paisagem da cidade para o sujeito. O brasileiro, ao percorrer as ruas espanholas ouvindo samba, por exemplo, modifica a concepção de cidade que ele tinha antes.

Tal modificação da cidade está conectada à percepção do nível de pertencimento que o sujeito possui com o espaço que ocupa e com o espaço que carrega culturalmente e mnemonicamente. É esse “sentimento de pertencimento que possibilita a transformação de espaços em lugares” (BOMFIM, 2010, p. 78), é a apropriação da cidade, por parte do cidadão, que a transforma em algo identificável e reconhecível. “Apropriar-se é identificar-se e transformar-se a si mesmo, a coletividade e o entorno. Isso quer dizer que o que

cada um de nós é inclui, de maneira determinante, os lugares que temos sido e os lugares que somos” (BOMFIM, 2010, p. 78).

A cidade, portanto, é fruto de um processo constante de apropriação e identificação, estando relacionada às dimensões afetivas, cognitivas e interativas (BOMFIM, 2010), em um processo de resistência e aceitação, onde os sujeitos são confrontados com as diferenças que se relacionam com a ocupação dos espaços e a apropriação do modo de vida hegemônico.

A partir de tal perspectiva, a cidade é transformada em espaço de miscigenação cultural, onde as diferenças socioculturais trazidas originalmente pelos migrantes são inseridas também a partir dos produtos culturais/midiáticos que são consumidos na rotina dos cidadãos viventes no país. Ressalta-se, entretanto, que tal hibridação sempre existiu na estruturação da cidade, visto que todos que vivem nesse espaço pertenciam originalmente a outro lugar (HALL, 2018).

O processo de apropriação da cidade por parte dos migrantes relaciona-se sobremaneira com a própria concepção de si que esses sujeitos possuem. “A apropriação do espaço é fundamental para o processo de significação e categorização da identidade de lugar, que tem função de objetivação do próprio eu no espaço, assim como a reelaboração da imagem de si mesmo” (BOMFIM, 2010, p. 81). Isso evidencia que a relação do sujeito em situação de diáspora com a cidade que ocupa é significativa, principalmente no processo de renegociação identitária desses indivíduos.

Por isso, faz-se necessário compreender melhor a relação do migrante com a Espanha, país aqui pesquisado, tanto pela importância no que se refere às ressignificações identitárias, como pelo próprio impacto vivenciado e sentido na cidade, principalmente no que tange à organização e à reorganização de seus espaços e as diferentes formas de apropriação, algo que a Espanha, por ser um país com forte presença estrangeira, vivencia com frequência.

3.2 A Espanha diaspórica

A Espanha possui atualmente¹¹ mais de 46 milhões de moradores, sendo que desses, mais de 2 milhões e 700 mil são estrangeiros. Esses estrangeiros estão localizados, em sua maioria, nas regiões da Cataluña (21%), Madrid (18%), Valenciana (14%) e Andalucía (12%)¹², o que justifica a realização da etapa empírica na cidade de Barcelona. Apesar do país receber muitos brasileiros, a maioria dos estrangeiros que vive na Espanha é europeu ou membro da União Europeia, especificamente ingleses e italianos, vindos principalmente de Roma. O país também recebe um número considerável de equatorianos e colombianos.

Apesar da Espanha não ser o país mais procurado pelos brasileiros – dos mais de 3 milhões de brasileiros que vivem no exterior, mais de 1 milhão está nos EUA¹³ –, encontra-se entre os dez países com maior número de cidadãos brasileiros, algo superior a 85 mil¹⁴, sendo contabilizados, nesse caso, apenas os dados fornecidos pelos consulados de Madrid e Barcelona, o que torna a cidade relevante em uma pesquisa como a aqui proposta. Além disso, a diversidade instituída pelas diferentes culturas e nacionalidades presentes na Espanha provoca uma forte hibridação cultural, o que modifica não apenas a concepção cultural do cidadão nascido na Espanha, mas também dos migrantes.

Em um primeiro levantamento realizado no *Facebook*, na busca por grupos de brasileiros que vivem na Espanha, foram encontrados cerca de dez grupos, sendo que o maior possui mais de 45 mil membros¹⁵. Curiosamente, a descrição do grupo está em espanhol, mesmo sendo voltada ao público brasileiro, além de ser fechado, tendo a necessidade de ser aceito para visualizar as postagens realizadas. Contudo, ao buscar por grupos de brasileiros em regiões específicas da Espanha, foram encontrados números muito mais expressivos. Por exemplo, ao buscar brasileiros em Barcelona foram

¹¹ Disponível em <encurtador.com.br/ImzY5>. Acesso em: 08/03/2019.

¹² Disponível em <<https://bit.ly/2SNXBrC>>. Acesso em: 08/03/2019.

¹³ Disponível em <goo.gl/T2nPcz>. Acesso em: 08/03/2019.

¹⁴ Disponível em <goo.gl/25TRcZ>. Acesso em: 08/03/2019.

¹⁵ Disponível em <goo.gl/HDsfgr>. Acesso em: 10/03/2019.

encontrados mais de 50 grupos, sendo que o maior possui mais de 38 mil membros¹⁶.

O alto número de grupos de brasileiros que vivem em cidades espanholas evidencia que esses sujeitos buscam, de diferentes formas, um contato mais próximo com seus concidadãos, seja na necessidade de suporte, seja na esperança de manter um vínculo com o país de origem, seja pela possibilidade de conversar na língua materna ou de trocar experiências em território estrangeiro.

Como exemplo, o grupo Brasileiros em Barcelona, do qual a autora faz parte, possui conversas que vão desde dúvidas sobre regras alfandegárias e regras migratórias, como também sobre jogos de futebol que ocorrem na cidade, como tirar carteira de habilitação, aluguel de apartamento, busca por indicação de lojas e serviços, entre outros. As dúvidas são diversas e no grupo há brasileiros que vivem na Espanha regularmente e irregularmente.

A cidade, nesse caso, é estendida para o ambiente digital, que se expande, em contrapartida, para a cidade física com a organização de encontros ou eventos. A relação do real digital com o real geográfico é intensificada por tais grupos que, diferentes de outros, possui uma forte vinculação emocional. Evidentemente, esses grupos são apenas uma das formas encontradas pelos brasileiros migrantes de se manterem conectados ao Brasil. O consumo radiofônico, por exemplo, é uma outra forma bem efetiva de se consumir afeto e reconhecimento.

Entretanto, falar de rádio na Espanha é falar de uma realidade um tanto quanto diferente da brasileira, principalmente no quesito tecnologia. Por esse motivo, faz-se necessário compreender como é formado o cenário radiofônico espanhol, a fim de, posteriormente, analisar como ocorrem as vinculações entre os brasileiros migrantes e as produções radiofônicas.

3.3 A realidade radiofônica espanhola

A Espanha possui uma realidade radiofônica um tanto quanto distinta da do Brasil, principalmente pela vigência do rádio digital no país, o que modifica

¹⁶ Disponível em <goo.gl/XYix1f>. Acesso em: 10/03/2019.

tanto a forma de vinculação entre o ouvinte e o meio, como também envolve outros atores no processo de convergência de meios, que, mesmo sendo um fenômeno mundial, ganha novas camadas políticas e econômicas quando relacionada às disputas tecnológicas que cercam a transição para os meios digitais.

Ignacio Gallego assinala três ocorrências que definem a atual realidade do rádio espanhol, são elas: a “digitalização, que afeta tanto o sinal radiofônico, como o formato dos conteúdos e o modelo de produção” (PALLARES, 2012, p.477 – tradução nossa¹⁷), a interatividade, que é intensificada com o rádio digital e a convergência midiática, em que são modificadas diversas dimensões a fim de atender as demandas sociais e empresariais quanto à otimização dos meios de comunicação, sendo elas a “dimensão empresarial, a dimensão tecnológica, a dimensão profissional e a dimensão comunicativa” (PALLARES, 2012, p.477 – tradução nossa¹⁸).

A Europa tem à disposição diversas tecnologias digitais, que são fruto de disputas políticas e econômicas entre diferentes países. Dispõe-se de tecnologias como DAB, DAR, DBS, ISDB ou IBOC, sendo a Radiodifusão Sonora Digital (*Digital Audio Broadcasting – DAB*) da Europa, o *In-Band On-Channel* (IBOC ou HD Radio) dos Estados Unidos, o Serviço Integrado de Transmissão Digital Terrestre (*Integrated Services Digital Broadcasting – ISDB*) do Japão e o *Digital Radio Mondiale* (DRM) com alcance mundial. A Espanha adotou o sistema DAB em seu processo de digitalização, sistema pioneiro e líder na digitalização, apesar de não ser o único. Porém,

o DAB vem mostrando um desenvolvimento lento e incerto, que tem diversas explicações. Desde considerações políticas e econômicas até empecilhos mais técnicos, como a falta de um campo de receptores adequados, o preço de comercialização ou a falta de canais e de produtos. Outros estudos também apontam a grande competição com as rádios *online* como uma das principais causas para a plena implementação do DAB estar emperrada. O relatório “Public radio and new media platforms”, publicado pela União Europeia de Radiodifusão (UER/EBU), mostra o rádio por *internet* como a segunda modalidade de consumo desse meio entre o público europeu em geral. E também encontramos autores como Mark Ramsey, Richard Rudin ou Juan Carlos Valencia Rincón (2013), que questionam se realmente existe

¹⁷ “Digitalización: afecta tanto a la señal radiofónica, como al formato de los contenidos y al modelo de producción” (PALLARES, 2012, p.477).

¹⁸ “dimensión empresarial, dimensión tecnológica, dimensión profesional y dimensión comunicativa” (PALLARES, 2012, p.477).

uma demanda ou uma real necessidade social para a implantação do DAB (DEL CANO, 2015).

Essas disputas políticas fazem com que o rádio enfrente diferentes desafios, principalmente frente a uma tecnologia digital muito criticada e que traz várias limitações. Além disso, o fato do rádio pela *internet* ou *online* ser a segunda mais importante forma de consumo radiofônico possibilita maior contato com rádios produzidos por outros países, a exemplo do Brasil. O alto índice de consumo de rádios *online* intensifica a vinculação dos brasileiros com seu país de origem, através do consumo de programações brasileiras em território estrangeiro, que é justamente a relação que se busca analisar aqui.

A compreensão da realidade radiofônica espanhola permite aferir quais são os outros aspectos que determinam a busca, por parte do sujeito em situação de diáspora, por programas radiofônicos produzidos em seu país de origem, que vão além da necessidade de reconhecimento e da vinculação afetiva.

Além disso, o áudio ocupa uma importante dimensão perceptiva de afeto, visto promover, por meio da entonação, da língua utilizada, das palavras escolhidas, uma identificação entre o ouvinte e o conteúdo narrado que é fundamental para o processo de apropriação pelo sujeito. Por ser dinâmico, esse processo pressupõe, além da identificação, uma ação-transformação, que é definida como “a componente comportamental que, no primeiro momento, tende a prevalecer a marca da modificação do espaço dando um significado para o sujeito, compartilhando ou não com a coletividade” (BOMFIM, 2010, p. 80).

Ao apropriar-se de algo, o sujeito e/ou o grupo busca formas de preservar os significados identificados. Esse ato de preservação pode ocorrer de diversas formas e é refletido na cidade como um todo. Como exemplo tem-se a criação de bairros em que predominam determinadas etnias, as festas temáticas, os programas midiáticos especializados. A resistência da total adaptação cultural à nova realidade urbana é justificada pela compreensão identitária que esse imigrante tem de si e daquilo que o compõe.

Nesse sentido, torna-se importante analisar como ocorrem as vinculações entre os países pesquisados, Brasil e Espanha, principalmente quanto ao que concerne às produções midiáticas, que é o foco aqui proposto. A

preservação da cultura brasileira difundida em programas radiofônicos espanhóis pode dar algumas indicações de como essa relação é construída.

A compreensão das formas como ocorrem essas vinculações entre os países é justificada também pelo fato de que essas modificam as impressões e as crenças que “os indivíduos e grupos têm acerca dos processos elementares, estruturais, funcionais e simbólicos dos ambientes físicos, reais ou imaginários, sociais, culturais, econômicos e políticos” (BOMFIM, 2010, p. 54), pois, por meio de uma interação simbólica, reforçam a relação de identificação e apropriação do sujeito migrante com os símbolos culturais já conhecidos, reforçando, conseqüentemente, a resistência à sua transformação ou término.

Portanto, a realização de um levantamento dos programas radiofônicos espanhóis que buscam o público-alvo brasileiro, que reforçam, à sua maneira, uma cultura estrangeira, que alimentam um processo contínuo de reconhecimento e resistência, torna-se fundamental para uma melhor compreensão de como ocorrem as renegociações identitárias por parte dos brasileiros que vivem na Espanha.

Mesmo que as análises dessas rádios espanholas não sejam o objetivo central da pesquisa, tornam-se uma etapa importante para que seja possível responder ao problema central, já que a tese tem por estrutura teórica a identidade e o afeto, aspectos subjetivos e amplos que carecem de uma aproximação igualmente ampla ao campo que objetiva analisar.

3.4 Brasil e Espanha – Vínculos afetivos radiofônicos

A Espanha possui diferentes programas produzidos localmente, mas que são voltados ao público brasileiro. Um levantamento exploratório permitiu identificar as seguintes emissoras e programas voltados para brasileiros radicados na Espanha: o “*Cuando los elefantes sueñan con la música*”, da Rádio 3, que possui radialista espanhol, que fala em espanhol, mas com programação repleta de músicas brasileiras, a Rádio Mais Brasil¹⁹, o *Conexión Brasil - Rádio*

¹⁹ Disponível em <<https://www.radios.com.br/aovivo/radio-mais-brasil/35113>>. Acesso em: 15/03/2019.

“Corazón Tropical” e a Movida Brasileira – *Radio Círculo de Bellas Artes* e *Radio Gladys Palmera*.

O programa *“Cuando los elefantes sueñan con la música”*, por exemplo, vai ao ar de segunda a sexta-feira, de 15h às 16h, produzido em Madrid e se descreve pautado em uma programação de latinidade e negritude: onde a riqueza musical brasileira se aproxima dos ritmos antilhanos, sons africanos e a arte do jazz²⁰. A produção de programas como o citado, além de promover um importante senso de reconhecimento nos brasileiros que vivem no país, contribui para a hibridação cultural, uma vez que o programa alcança uma gama ampla de ouvintes locais, de nacionalidade múltiplas.

Contudo, mesmo existindo produções sonoras difundidas em território espanhol para o público brasileiro, inexistem em tais programas uma relação afetiva mais intensa, visto que é no consumo de produtos originalmente brasileiros que são identificados os códigos linguísticos e sociais que fornecem a vinculação buscada. Estar informado sobre o que ocorre no país de origem, por meio dos programas jornalísticos, ouvir a música que está entre as mais tocadas no Brasil e acompanhar as entrevistas e entretenimentos que fazem parte da rotina brasileira, realoca o sujeito diaspórico, o reconecta a um espaço geográfico que ele não faz mais parte, ao menos não presencialmente, mas com quem mantém a conexão afetiva e identitária. Assim, por mais que seja importante o reconhecimento da cultura brasileira por parte dos espanhóis, para o migrante, é no ato do consumo do rádio originário de seu país que se encontra o fortalecimento de um sentimento de pertença.

Entretanto, foi por meio dos contatos com os programas produzidos na Espanha, com programação voltada aos brasileiros, que se deu a entrada no campo e a conexão com os brasileiros migrantes que vivem em Barcelona. A compreensão do que impulsiona tais programas e do que caracteriza sua audiência serviu para embasar a pesquisa aqui proposta, visto ter fornecido dados para uma compreensão mais ampla da realidade afetiva do sujeito migrante, além de promover uma percepção mais clara sobre o cenário no qual esses brasileiros estão inseridos.

²⁰ Disponível em <goo.gl/YC4hpc>. Acesso em: 10/03/2019.

4 AS VOZES DOS MIGRANTES

A etapa empírica da presente tese foi desenvolvida no período de ocorrência do doutorado sanduíche, realizado nos meses de setembro de 2019 a fevereiro de 2020 na cidade de Barcelona, na Espanha. A Universitat Autònoma de Barcelona foi a instituição receptora da bolsista e a professora doutora Belén Monclús a orientadora responsável no período do sanduíche.

A realização da pesquisa se desenvolveu em duas etapas. A primeira consistiu na identificação e posterior aproximação com os brasileiros que vivem na cidade de Barcelona. Apesar de compreender que há, na cidade de Barcelona, particularidades que a descolam da realidade espanhola como um todo, a exemplo dos conflitos políticos pela busca da independência, a língua catalã e a realidade econômica e sociocultural, entende-se que a cidade, por ser a que mais recebe brasileiros no país, foi a melhor escolha para realização da pesquisa. Além disso, a vinculação com a Universitat Autònoma de Barcelona, na realização do doutorado sanduíche, permitiu maior acesso às produções acadêmicas convergentes à tese em desenvolvimento e uma base sólida de apoio para a realização da etapa empírica, principalmente quanto à orientação da professora Belén Monclús. Além disso, a escolha por Barcelona é justificada por a cidade expressar uma realidade sociocultural próxima à brasileira, por sua base latina, mas, ao mesmo tempo, diferente o suficiente para gerar desconfortos e estranhamentos, o que é fundamental, principalmente para verificação mais fidedigna das renegociações identitárias e das vinculações emocionais.

A primeira etapa da pesquisa consistiu, portanto, em identificar os brasileiros viventes em Barcelona por meio de redes sociais, a exemplo dos grupos de Brasileiros em Barcelona e grupos de movimentos políticos, e por meio de contato com radialistas migrantes que produzem ou produziram conteúdos voltados aos brasileiros em território catalão. A identificação dos sujeitos através das redes sociais se deu por meio da inserção da própria pesquisadora nos grupos citados, durante o período de vigência da bolsa do sanduíche. Neste primeiro contato, iniciou-se o diálogo com o grupo, sendo

possível identificar os diferentes perfis dos participantes, abrindo espaço para a apresentação da proposta da pesquisa.

Após a realização do primeiro contato e a explicação da pesquisa, foi enviado um questionário com perguntas que objetivaram auxiliar no mapeamento dos sujeitos em relação à idade, região brasileira de origem, período de vivência em Barcelona, gênero e motivações para a migração. O questionário foi enviado ao grupo digitalmente. Buscou-se, neste momento, o maior número de respostas possíveis para posterior análise e escolha dos participantes. No questionário foi disponibilizado espaço para que o participante expressasse sua vontade em continuar ou não na pesquisa.

Foram obtidas 39 respostas a este formulário. Esperava-se um número maior de participantes, porém, chegou-se ao ponto em que o permanente envio do questionário gerou incômodo nos grupos, optando-se assim pela finalização dessa etapa. A partir da análise das respostas, definiu-se os perfis que trariam resultados mais diversos à pesquisa, em um primeiro momento. Porém, ao final do período em Barcelona, todos aqueles que responderam ao formulário foram contatados, mas nem todos aceitaram participar da pesquisa.

Além disso, a pesquisadora buscou inserir-se nos grupos de brasileiros por intermédio da Associação de Pesquisadores e Estudantes Brasileiros na Catalunha – APEC, do Consulado Brasileiro em Barcelona. A indicação de nomes por quem já havia sido entrevistado também foi de vital importância, visto que permitiu inserir na pesquisa um número mais amplo de entrevistados.

Os radialistas brasileiros que auxiliaram na pesquisa também foram entrevistados, a fim de compreender os motivos que os levavam a criar programas radiofônicos voltados para o público brasileiro em território espanhol, assim como para buscar indicativos de quem compunha essa audiência. Foram entrevistados três brasileiros, responsáveis por dois programas: Rádio + Brasil e Caipirinha Libre. As duas entrevistas foram analisadas separadamente, por abarcarem aspectos diversos ao restante dos entrevistados. Contudo, como ambos expressaram muitas vivências como sujeitos diaspóricos, suas falas foram analisadas com o objetivo de compreender de que forma o rádio auxilia nas suas ressignificações identitárias.

A pesquisa foi desenvolvida com a realização de 20 entrevistas semiestruturadas, com tempo médio de 50 minutos cada. Ao todo, compreende-

se 290 páginas de transcrições, uma média de 12 páginas por entrevista. Apesar de ser um método comumente utilizado nas pesquisas de Ciências Sociais, a entrevista tem por objetivo, por meio de uma conversa estruturada, “obter, recuperar e registrar as experiências de vida guardadas na memória das pessoas” (PABLO, et al, 2005, p. 48). A opção pela entrevista centrou-se na necessidade de ter um contato mais próximo aos sujeitos analisados e a criação de um ambiente formado a partir das conversas realizadas, no qual fosse permitida uma troca profunda de informações e experiências, algo que permitiu uma compreensão mais clara de como se constrói e se sustenta a relação entre o ouvinte e o rádio. “As perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo (...), possibilitam ainda identificar problemas, microinterações, padrões e detalhes, obter juízos de valor e interpretações” (DUARTE, 2015, p. 63).

A seleção dos entrevistados ocorreu de forma a valorizar a diversidade de perfis, tanto quanto à idade, condição social, tempo em Barcelona e formas de consumo sonoro. Contudo, não foi possível realizar a pesquisa com imigrantes irregulares, pois, apesar de terem preenchido o questionário, estes não aceitaram participar da pesquisa. Além disso, mesmo objetivando, em um primeiro momento, seguir o critério para participação na pesquisa quanto ao tempo mínimo vivendo em Barcelona e em condição diaspórica, observou-se que a diversidade permitiria uma análise mais ampla das formas de vinculação identitária através do consumo radiofônico e sonoro, como um todo, além de permitir identificar possíveis diferenciações desta veiculação após períodos mais longos de vivência diaspórica.

Apesar da variação quanto ao perfil dos entrevistados, busca-se aqui agrupá-los de acordo com as similaridades encontradas, a fim de facilitar a análise dos perfis inseridos na pesquisa. Entre os 20 entrevistados, 13 eram mulheres e sete homens. Quanto às regiões de origem, nove entrevistados vieram do Sudeste brasileiro, cinco do Sul, cinco do Nordeste e um do Norte. As idades variaram entre 19 e 60 anos, mas com predominância de pessoas com idades entre 30 e 40 anos.

Gráfico 1: Idades

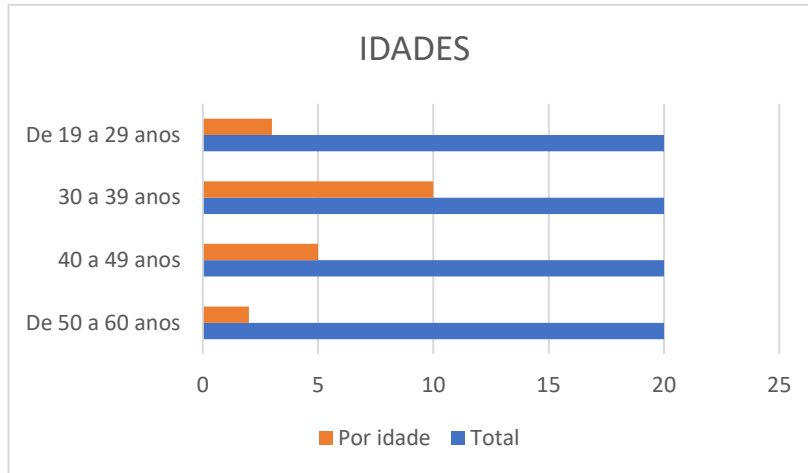


Gráfico 2: Regiões de origem

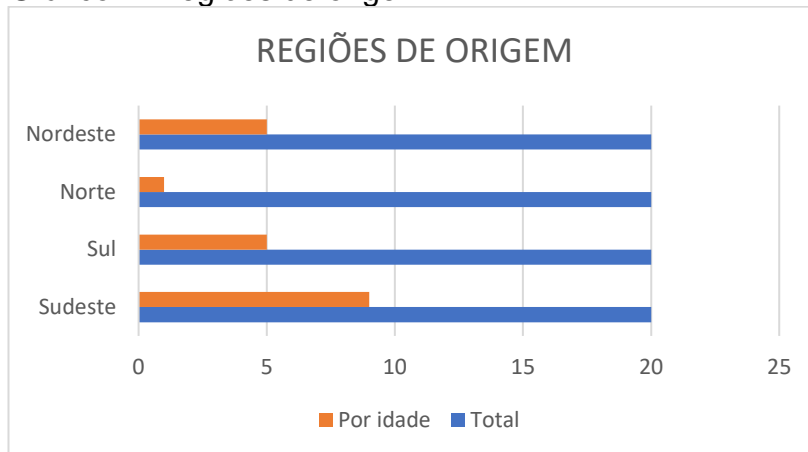
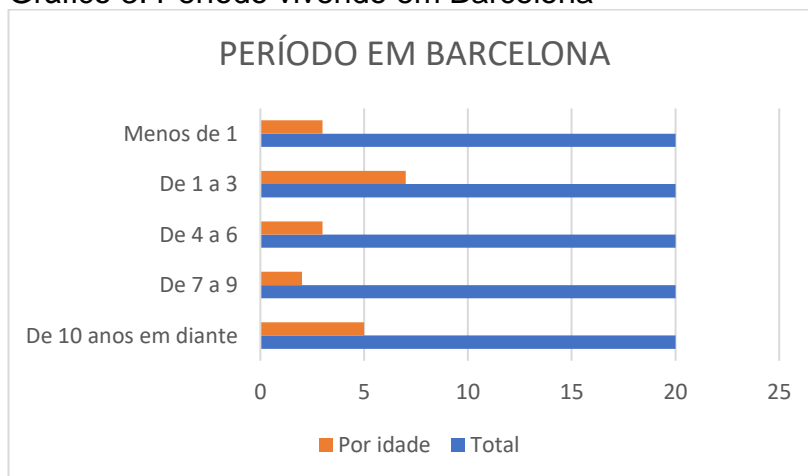


Gráfico 3: Período vivendo em Barcelona



Observa-se que não há equilíbrio entre os perfis entrevistados, tendo uma clara predominância de participantes mulheres, na casa dos 30 aos 39 anos, provenientes de cidades da região Sudeste e que vivem em Barcelona de um a três anos. Ainda assim, foi possível analisar um número razoável de outros perfis, o que trouxe à pesquisa a possibilidade de verificar se, no consumo radiofônico e na ressignificação identitária, essas diferentes representações se diferenciavam ou não. Além disso, equiparando-se os números oficiais²¹, os dados etários coincidem: a maioria dos imigrantes brasileiros que mora em Barcelona tem entre 30 e 44 anos de idade e é do sexo feminino.

A partir da análise das entrevistas chegou-se a nove categorias, que correspondem a diversos aspectos da vivência diaspórica, são elas: as diferentes perspectivas sobre ser imigrante; o trabalho como demarcados de alteridade; a diferenciação do brasileiro diaspórico do brasileiro comum; a saudade como impulsionador do vínculo radiofônico; o orgulho como busca do identificador nacional; a música como (re)ativador mnemônico e de ressignificação geográfica; a busca pela informação no radiojornalismo; a brasilidade como perspectiva identitária; e a ressignificação do local e global. Os nomes dos participantes da pesquisa, assim como quaisquer informações que auxiliem na identificação dos entrevistados, foram omitidos na redação do texto apresentado.

As categorias foram definidas a partir de 3 aspectos determinantes: o primeiro com a observação da pesquisadora quanto aos assuntos ou termos mais presentes nas entrevistas. O segundo com a atenção às relações entre as entrevistas e a abordagem teórica, buscando trazer as convergências entre ambos. O terceiro com a definição dos assuntos confluentes ao problema da pesquisa, necessários para entendimento amplo das questões postas, ou seja, apesar de aparentemente distintas, as categorias estão em consonância quanto a análise do migrante consumidor.

Antes de apresentar os dados obtidos com as entrevistas, expõem-se a experiência pessoal da autora ao longo da realização da etapa empírica. Esta exposição se faz necessária visto ter sido a própria condição de vivência diaspórica, mesmo que temporária, e a condição de compartilhamento

²¹ Disponível em <https://www.idescat.cat/poblacioestrangera/?b=1&nac=d342&lang=es>. Acesso em: 17/02/2020.

sociocultural como mulher brasileira que facilitaram a aproximação com os participantes da pesquisa e estimularam maior aprofundamento nas conversas realizadas. Isto faz com que a percepção em primeira pessoa seja um dado relevante para a análise aqui proposta.

4.1 A entrada no campo

O período compreendido do doutorado sanduíche, de 180 dias ou seis meses, permitiu à autora a vivência de determinados aspectos trazidos pelos entrevistados, assim como a condição de brasileira vivendo em Barcelona foi fator importante de vinculação entre pesquisadora e pesquisados. Assim sendo, entende-se que há a necessidade de descrever as vivências pessoais na condição de diáspora. Como a experiência aqui descrita será em primeira pessoa, o texto seguirá, apenas nessa descrição, a mesma lógica narrativa.

Cheguei em Barcelona no dia 3 de setembro de 2019 e as primeiras semanas em território catalão foram na busca por adaptar-me e assentar-me no novo local. Assim, o foco foi encontrar um local para morar, conhecer um pouco a cidade, buscando entender basicamente sua forma de funcionamento e inserir-me na universidade. A professora Belén me recepcionou na Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) e, após um breve tour, me indicou onde seria minha sala. O despacho (sala) o qual ocupava era dividido com uma pesquisadora brasileira da UAB, mas que fui conhecer apenas semanas após minha chegada e veio a tornar-se uma boa amiga, ajudando na minha adaptação e me apresentando outros pesquisadores da universidade.

Após a necessária adaptação nas primeiras semanas, iniciei minha busca por brasileiros, me inserindo em grupos de *Facebook* de brasileiros em Barcelona, assim como em grupos de *WhatsApp*. Também busquei entrar em contato com as rádios brasileiras que haviam em Barcelona para entrevistar os radialistas e foi por eles que adentrei ao campo. Vale ressaltar que, em paralelo, a minha adaptação na nova cidade também se deu no contato com brasileiros, neste caso, doutorandos que estavam em condição similar à minha, em período

de sanduíche, e foram esses contatos que permaneceram ao longo dos meus seis meses em Barcelona.

Realizei a primeira entrevista dia 13 de setembro e foi a partir dela que pude levantar aspectos importantes da vivência dos brasileiros em situação de diáspora e que me permitiu descobrir novos nomes para a pesquisa. No entanto, pelo fato de estar apenas há algumas semanas em Barcelona, não me senti conectada ao que descrevia meu entrevistado e não consegui pensar em outras perguntas que relacionassem essa vivência diaspórica ao proposto pela pesquisa. Com o passar do tempo comecei a sentir que, de certa forma, ocupava local similar ao dos participantes da pesquisa e, com o aumentar da saudade de casa, consegui pensar em outras camadas que compunham essa vivência migratória e essa busca pela conexão com o país de origem. Isso evidencia que estar vivendo condição parecida com a dos entrevistados foi algo fundamental para o aprofundamento da pesquisa, visto ter me permitido ver além da superficialidade daquilo que me foi falado.

Além da obviedade da saudade do lar, pude observar que passei a buscar coisas e a agir de determinadas formas que não eram comuns na minha vivência no Brasil. Foram elas: o aumento do consumo de músicas brasileiras; a busca por restaurantes brasileiros; a vontade de apresentar minha cultura aos catalães, através da comida e da música; a conexão com brasileiros que estavam em situação similar à minha, doutorandos que estavam em Barcelona em período de sanduíche; a necessidade de falar português; a defesa da cultura brasileira, corrigindo equívocos. Os aspectos observados podem ser encontrados também nas entrevistas realizadas, ou seja, parece compor a realidade de muitos brasileiros que vivem em Barcelona.

Curiosamente, apesar de achar inicialmente que seria fácil a seleção dos participantes que viviam em Barcelona, senti que houve uma resistência não esperada. A resistência nada teve a ver com a pesquisa ou a pesquisadora, mas sim com a realidade de muitos brasileiros entrevistados e participantes dos grupos os quais me inseri, em relação à demanda de trabalho e moradia. Algumas pessoas contatadas trabalhavam em Barcelona e moravam em cidades próximas, isso fazia com que tivessem poucas horas disponíveis durante a semana entre o tempo de traslado e o tempo de trabalho. Outros trabalhavam horas alternativas ou trabalhavam e estudavam, tendo, portanto, pouco tempo

disponível durante a semana. Aos finais de semana ou em períodos de folga, estes brasileiros queriam relaxar, viajar, curtir e não participar de uma pesquisa acadêmica. Com isso em mente, busquei flexibilizar os locais de realização da pesquisa, indo a bares, restaurantes, parques ou cafés.

Pude observar também que o fato de ser brasileira e estar vivenciando, mesmo que temporariamente, a condição de migrante, foi um fato importante de vínculo com os entrevistados, que se sentiram mais à vontade para falar sobre questões mais íntimas, pessoais e aprofundadas, o que deu consistência às entrevistas. Identifico que isso ocorreu porque os participantes se sentiam compreendidos em suas vivências, percebiam que estavam se abrindo para alguém que estava em situação similar a deles e sentindo afetos similares aos deles.

A análise das entrevistas realizada a posteriori também foi beneficiada pela minha vivência pessoal no período do sanduíche, isto porque pude observar as sutilezas presentes nos discursos e ao que eles se relacionavam na vivência diaspórica. Quando eles descreviam determinados afetos, locais ou situações, eu compreendia mais nitidamente o que diziam, pois eu já tinha vivido, conhecido e presenciado coisas similares.

Identifica-se, contudo, que é possível que tenha existido, justamente pela identificação dos pesquisados com a pesquisadora, uma predominância de perfis similares, mulheres de cerca de 30 anos e provenientes do Sudeste, perfil muito similar ao meu. Esta predominância e a clara similaridade com a minha realidade foi algo observado apenas na sistematização dos dados, não tendo sido, portanto, algo almejado na pesquisa. Ressalta-se que apesar deste predomínio, a conexão com os entrevistados foi algo preponderante, mesmo nos perfis mais diversos.

As categorias de análise criadas a partir das entrevistas foram determinadas, primeiro, pela fala dos entrevistados, mas também tiveram certa influência da minha vivência em território catalão no período do sanduíche, visto que pude compartilhar com os brasileiros migrantes as angústias, alegrias, memórias e ressignificações experimentadas na situação diaspórica.

Os sentimentos vividos ao longo desses seis meses me ajudaram consideravelmente na análise dos dados colhidos, porque no período descrito experimentei sentimentos que eram complexos e divergentes. A saudade existia,

a vontade de estar com a família e com os amigos também, mas ao mesmo tempo havia o encantamento com a cidade, com o país, com a vida experienciada ali. Esse *mix* de afetos também foi identificado na fala dos entrevistados, que reforçavam sua brasilidade, mas, ao mesmo tempo, destacavam que Barcelona era seu lar.

A oportunidade de me inserir na realidade empírica que me propus analisar foi de vital importância, pois me permitiu acessar camadas subjetivas da realidade dos meus entrevistados. Entendo que o distanciamento do objeto analisado, exigido nas pesquisas científicas mais tradicionais, impediria um maior aprofundamento na análise efetuada, isso porque afeto, identidade e memória são conceitos que permeiam uma realidade incorpórea dos sujeitos.

4.2 As diferentes perspectivas sobre ser imigrante

Algo que ficou evidente desde as primeiras entrevistas, persistindo por todo o período de inserção no campo, foi que o entendimento sobre o que é ser um imigrante não é algo pacífico. Os entrevistados, apesar de estarem vivenciando a imigração, trouxeram diferentes perspectivas sobre a experiência da condição em si, com o predomínio de uma visão prioritariamente negativa da migração.

O imigrante foi descrito de diferentes formas, indo desde o entendimento mais simples e lógico, como aquele que sai do seu local de origem e assenta-se em novo país, percorrendo também o entendimento da hibridação cultural imposta pelo imigrante e vivenciada por ele, indo até mesmo ao entendimento do imigrante como um criminoso, como aquele que sai de seu país para cometer crimes em outros locais.

Imigrante é aquilo que eu tinha te falado. Imigrante para mim é alguém que vem de forma ilegal, que se submete a trabalhar em coisas ilegais. Eu entendo que imigrante está vinculado à ilegalidade, porque se as pessoas estão aqui, ou elas foram contratadas por alguém para trabalhar ou vieram legalmente e estão aqui trabalhando. Só que a Espanha é muito louca, a Espanha atrai muita gente do mundo inteiro. Essa cidade, Barcelona, atrai muita gente do mundo inteiro. Porque tem muitos negócios do mundo inteiro. Já imaginou a gente tratar todo

mundo como imigrante? Todo mundo que não é daqui, que é quase metade da cidade! Então não sei, é muito forte essa expressão, principalmente numa cidade que tem uma mistura cultural louca como é em Barcelona (...) Acho até chato falar do assunto imigrante ou taxar alguém como imigrante. Tá aqui porque está tentando alguma coisa aqui, ou veio para estudar ou veio para trabalhar ou veio contratado do Brasil, cada um tem sua história (Entrevistado V, 2019).

Vale ressaltar que o entendimento do imigrante como ilegal e criminoso é justificado não apenas por uma noção deturpada do termo, mas também pela forma como o imigrante é representado midiaticamente e socialmente, principalmente nos países europeus. Em pesquisa realizada por Roberta Rangel Batista e Mariana Bonomo (2017) sobre as representações sociais de imigração e imigrantes nas mídias espanhola, italiana e portuguesa, destacou-se que os eixos mais difundidos pelo jornal *El Mundo*, da Espanha, foram os problemas trazidos pela imigração massiva, como drogas, criminalidade e ilegalidade, percepções que fortalecem uma ótica negativa do sujeito em condição de diáspora.

Além disso, tem-se, em muitos países europeus, uma percepção do imigrante como fardo para o governo e a sociedade, como aquele que consome os bens locais, contribui pouco ou nada para o funcionamento da sociedade e rouba os poucos empregos disponíveis para os locais (MUNDIM e SANTOS, 2019).

Acrescenta-se a isto o gradual crescimento da xenofobia²² por parte dos movimentos radicais de direita no mundo, em que há “o preconceito, a injustiça, a discriminação e a violência em relação ao Outro, baseados em diferença cultural hipostasiada” (HALL, 2018, p. 51), e tem-se um cenário cada vez mais desfavorável ao sujeito diaspórico e uma visão cada vez mais depreciativa sobre sua realidade em si.

Os entrevistados evidenciaram o desconforto com a palavra imigrante, pois consideravam ser de cunho pejorativo, prejudicial e de difícil compreensão, visto englobar perfis muito diversos entre si.

Eu não acho que alguém seja imigrante, tipo, eu acho que existe a categoria de pessoa que cresceu em um lugar, com família, com referência, com uma cultura e que tem a dificuldade de sair daquela. Meu irmão, por exemplo, é uma pessoa que já tentou morar fora, já

²² Disponível em <<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/os-imigrantes-na-europa.htm>>. Acesso em: 23/10/2020.

tentou morar em outra cidade e ele não consegue, ele tem que morar ali em Porto Alegre, com a família dele, com os amigos dele, ele tem que estar ali. Existe essa pessoa e existe outra que sou eu, que decide vir em dois meses e não volta nunca mais, tipo e se tivesse que ir pra China morar, eu com certeza me arriscaria, não hoje com minha filha, mas entende o que quero dizer? Existe esse tipo de pessoa. E depois existe o tipo de pessoa que “ou eu fico aqui e morro de fome, ou morro de um tiro ou me arrisco e vou embora tentar sobreviver em algum outro lugar, mesmo que seja em situações precárias”, então, os dois são imigrantes? É a mesma definição para estas duas pessoas? Tipo, sabe o que quero dizer? Quando perguntam assim “a, você é imigrante também”, também, não sei, me custa muito esse rótulo de imigrante, sabe? (...) Como é essa caravana que está saindo da Guatemala, atravessando o México, sei lá da onde, indo para os Estados Unidos. São imigrantes, mas o que eu tenho a ver com eles? Eu sou imigrante também. Muito difícil definir (Entrevistada III, 2019).

Eu quando vim morar fora do país, eu acho que me acharia muito melhor, mas eu, na verdade, eu sinto que as pessoas têm outra visão sobre mim, porque a questão da imigração na Europa é uma questão muito forte e muito polêmica e acaba generalizando para todo o tipo de cultura e como a gente tem muito problema na Europa por causa de imigração ilegal, vindo de países mais pobres, eu acredito que a gente ainda tenha muito preconceito por parte não só de espanhol, mas de europeu, sendo imigrante, porque mesmo eu morando aqui há um ano ou vou morar 20 anos, eu vou continuar imigrante, eu não vou ser espanhola, eu posso ter meu passaporte europeu, mas eu vou continuar sendo uma imigrante e eu sinto um preconceito dos europeus em relação a esse tipo de pessoa e meio que se confunde com esse tipo de imigração ilegal, de pessoas mais pobres, de pessoas que não tem essa mesma cultura, que a gente veio para cá, eu tenho dinheiro, eu tenho estrutura, eu não vim para fazer nada ilegal, eu tenho dinheiro para pagar as taxas do país, eu tenho dinheiro para tudo, mas você acaba sendo inserido no mesmo grupo de imigração que é o problema hoje da Europa (Entrevistada VII, 2019).

Essa multiplicidade de entendimentos também se relaciona em muito com a diversidade de vivências dos entrevistados, que experienciam realidades diaspóricas diferentes entre si, visto que alguns tiveram uma inserção facilitada por um passaporte europeu ou por uma realidade financeira robusta e outros tiveram que passar por muitos obstáculos até se adaptarem e serem aceitos pela sociedade catalã.

Essa diferenciação socioeconômica ficou evidente nas entrevistas. Alguns participantes tinham uma realidade financeira que os permitiram uma maior tranquilidade na adaptação da nova cidade, na busca pelo emprego. O passaporte europeu facilitava a inserção profissional e diminuía consideravelmente as burocracias envolvidas na entrada do país. Os que não tinham tais facilitadores, vivenciaram realidades bem distintas, tendo encarado desafios que os marcaram profundamente como migrantes.

O entendimento quase unânime do imigrante e da imigração como ideia e conceito negativos evidencia que há uma clara autodepreciação quanto à vivência diaspórica por parte dos entrevistados. A identificação de si como imigrante, apesar de ter sido descrita pela maioria dos participantes, foi realizada de forma a evidenciar os diferentes perfis migratórios, em que se observou a criação de uma clara hierarquização dos tipos diaspóricos, em que o entrevistado se inseria, quase sempre, em uma posição de privilégio, como evidenciado nos exemplos a seguir.

Então, pra mim, assim, a imigração em massa é aquela econômica né, é um imigrante que sai do seu local de origem procurando uma vida melhor e ele faz isso com a ideia de voltar, eu acho, e nem sempre está disposto a, como é uma coisa passageira também, a princípio né, ele pode não se abrir desde o princípio, então, assim, é uma questão muito de ser forçado, não por querer. Então, claramente eu não acho que estou nisso (Entrevistado IV, 2019).

Se você se enxerga como imigrante, você vai ser sempre imigrante, sempre vai ser aquele, sabe aquele caipira que chega na cidade grande e tenta se enturmar e tal e se sente sempre nostálgico, essa noção um pouco fechada do horizonte, do global, se você sente tanta nostalgia daquilo que você deixou para trás, você nunca vai expandir sua visão. Então, eu acho que depende muito disso. Eu não me sinto imigrante em lugar nenhum, no final das contas, porque é isso, moro aqui, mas amanhã eu posso viver em qualquer lugar que eu quiser, tipo, sei lá, sempre falo isso com minha esposa (Entrevistado XII, 2019).

Pessoas que não têm essa mesma cultura que a gente veio para cá, eu tenho dinheiro, eu tenho estrutura, eu não vim para fazer nada ilegal, eu tenho dinheiro para pagar as taxas do país, eu tenho dinheiro para tudo, mas você acaba sendo inserido no mesmo grupo de imigração que é o problema hoje da Europa (Entrevistada VII, 2019).

Eu me sinto como fosse espanhol, porque no papel sou casado como uma espanhola, que é nascida no Brasil, mas é filha de espanhola, eu estou legal aqui. E, na prática, quando eu falo que sou casado com uma espanhola, todo mundo me respeita muito bem (...) E quando eu falo isso todo mundo me respeita super bem, eu não sinto na pele esse negócio de imigrante (Entrevistado V, 2019).

É que eu acho que minha situação é muito diferente da maioria dos imigrantes que vem para a Espanha, tipo, os imigrantes na Europa em geral estão procurando, estão saindo de uma condição ruim, não só brasileiros, mas em geral, principalmente dos países da África. Tem muitos imigrantes hoje na Europa em geral né. E a situação deles é muito diferente da minha. Eu vim com tudo certo, eu não trabalho, meu pai me banca, eu só estudo numa escola cara, privada, eu tenho um apartamento bom, num bairro bom. Na situação que eu estou aqui eu não preciso lugar para me manter aqui, então não sei se me encaixo. Eu sou imigrante sim, mas eu acho que as pessoas falam de imigrante neste sentido, da pessoa que vem para tentar a vida, né e eu não

conseguiria fazer isso, desta forma como muitas pessoas fazer (Entrevistada XI, 2019).

Destaca-se nos relatos a depreciação de determinado tipo diaspórico, principalmente aquele que busca melhor condição econômica, que tem origem supostamente mais simples e pobre e que sente dificuldade em inserir-se na nova realidade sociocultural. Curiosamente, parece existir nesta hierarquização uma ideia de proteção da vivência pessoal diaspórica, mesmo que para isso seja necessário marginalizar outros perfis.

Contudo, apesar da predominância do entendimento negativo da condição do imigrante, alguns entrevistados expuseram entendimentos mais positivos sobre o significado de imigrar. Esses entrevistados, apesar de poucos, trouxeram abordagens mais relacionadas ao sair da zona de conforto e encontrar novos desafios e vivências, transformando-os.

Eu acho que ser imigrante é ser uma pessoa que está aberta para o mundo, sabe, acho que é isso, é não ter muita essa preocupação da fronteira, do país como geografia, acho que é tu querer enxergar mais outras pessoas, outras culturas e experienciar isso. Acho que é tu sair daquela caixinha que você foi criado ali, da tua zona de conforto, acho que é tu querer dar um passo a mais e realmente ter a coragem de sair, de enfrentar tudo que tem que enfrentar para tu sair dessa zona de conforto (Entrevistada IX, 2019).

É uma pessoa que sai da sua zona de conforto, do seu lugar no mundo, do seu lugar de pertencimento no mundo, o lugar em que construiu a sua identidade. Eu estou generalizando, mas é claro que existem exceções, uma pessoa que sai desse lugar de referência e que vai para outro lugar. Esse movimento de ir pra outro lugar não é só um movimento geográfico, ele é um movimento, sei lá, espiritual, intelectual, a tua saúde muda, tudo muda na sua vida. Teu sentimento muda, então eu acho que é um exercício assim (Entrevistada XX, 2019).

Outros já admitiram não apenas sua condição diaspórica, como a permanência desta condição em terras estrangeiras, mesmo após anos vivendo em Barcelona.

E por mais que você tenha 20 anos aqui, você sabe que é um imigrante. Você não se sente 100%, mesmo que tenha filhos espanhóis, nascidos aqui e tudo mais, mas você ainda está nessa condição de ser imigrante e de sentir-se imigrante (Entrevistado VI, 2019).

O que eu entendo por imigrante? Recomeçar, recomeçar cada dia, nossa, nunca me fizeram essa pergunta. Eu diria que recomeçar cada dia. Eu não tenho esse, como eu falei antes, eu não tenho essa

dificuldade, mas sim que ser imigrante é recomeçar, é lutar, dificuldade, muitas dificuldades. Principalmente não ter afeto carinhoso, uma aproximação de família, a falta, a carência digamos, mas ser expatriado é custoso, ser expatriado, ser imigrante é recomeçar a cada dia, então assim, levanta, não é começar a ter um segmento é recomeçar, é uma luta constante, uma luta diária de superação, de motivação, de dizer a si próprio eu posso, eu quero (Entrevistada XVII, 2019).

Essas falas evidenciam que há na vivência desse sujeito diaspórico uma clara dualidade em sua identificação territorial *versus* sua identificação social, visto a constante lembrança de sua condição não europeia. Contudo, o ponto de diferenciação da realidade social não é exatamente a existência como sujeito brasileiro, mas sim como sujeito imigrante, visto que “a gente está num bolo aqui de ser imigrante” (Entrevistado VI, 2019).

Nesse sentido, tem-se a abordagem da imigração por grupos de nações com proximidades culturais e geográficas, onde os sujeitos evidenciam tanto similaridades quanto diferenciações, mas que é justificada, principalmente, pelas formas de distinções impostas pelos sujeitos sociais do país de morada, algo que aproxima esses indivíduos diaspóricos a um mesmo grupo de pertencimento.

“O intercâmbio, a inter-relação e a conexão que existiu entre a Ibero-América e as suas ex-metrópoles, Espanha e Portugal, sempre foi muito intenso” (PADILLA, 2009, p. 26) e talvez seja justamente essa relação que fundamente essa aproximação entre sujeitos diaspóricos latino-americanos, visto a forte influência dos países da Península Ibérica na América do Sul. Assim, em território espanhol, o latino-americano é visto como uma personalidade identitária que abarca tanto brasileiros, como argentinos, chilenos, colombianos e etc.

É importante destacar, todavia, que a definição do que compõe a América Latina é desafiante, principalmente na inserção do Brasil como país membro. “A marca cultural ibérica é o principal denominador comum a fundamentar a inclusão, em uma mesma categoria, de países e regiões drasticamente diferentes em termos de composição étnico-racial, níveis de desenvolvimento econômico e estrutura social” (MOYA, 2018, p. 33). Entretanto, essa marca ibérica tem predominância espanhola na América Latina, fazendo com que o Brasil se destaque dessa similaridade.

É por essa diferenciação que muitos brasileiros não se sentem representados pelo termo sul-americanos. Ainda assim, parece haver uma maior aceitação do termo pelos brasileiros migrantes que vivem em Barcelona, talvez pela proximidade geográfica, cultural e socioeconômica entre esses países quando comparados aos países europeus.

Contudo, vale ressaltar que esse é um agrupamento imposto e não sentido. A percepção dos entrevistados quanto aos seus grupos de pertencimento tem clara evidência nacional de origem e não de região. Os entrevistados se veem como brasileiros e não latino-americanos e é a brasilidade que justifica o consumo radiofônico e sonoro. Mas é preciso ressaltar que é justamente essa diferenciação sociocultural, que se desenvolve no agrupamento entre os latino-americanos, ordenada pela realidade diaspórica, que impõe ao imigrante condições de trabalho específicas, assim como limitações profissionais, algo que foi muito descrito pelos entrevistados.

4.3 O trabalho como demarcador de alteridade

Apesar deste tópico relacionar-se com o tópico acima, ou seja, a condição de trabalho fazer parte da depreciação da condição do imigrante, destaca-se aqui essa categoria pela reincidência do tema nas entrevistas realizadas, o que trouxe para discussão a realidade dos subempregos na vivência do imigrante, assim como os mecanismos utilizados pelos empregadores catalães na criação de uma outra realidade de hierarquização diaspórica, assim como a defesa dos subempregos pelos entrevistados a fim de justificar suas escolhas.

O primeiro aspecto que se destacou foi a formação dos brasileiros entrevistados que estão em condição de subemprego. No total de 20, sete tem pós-graduação e a metade deles curso superior completo, sendo que três possuem mais de uma formação. Apesar disso, apenas quatro entrevistados conseguiram trabalhos em suas áreas de formação, sendo que um deles já trabalhava em uma empresa norueguesa há anos, mudando-se já empregado.

Essa dificuldade em conseguir emprego na área de formação pode ser justificada tanto pelo não reconhecimento do diploma brasileiro em território catalão, sendo necessária convalidação e homologação do diploma, algo extremamente burocrático, demorado e difícil, mas também por uma diferenciação entre perfis diaspóricos realizada pelos empregadores catalães.

E na época da crise, em que eu cheguei, eram, clarissimamente, os trabalhos que os espanhóis não queriam. Então, “aproveita que a hora boa é essa”, “tem que pegar estes trabalhos”. E, dentro dos imigrantes, eles também diferenciam imigrantes de estrangeiros. E tinha um currículo dizendo [...] alguma coisa de estrangeiro, e aí digo: “pá, é pra mim”. Aí, o cara falou assim para mim: “Não, não. Eu estou falando estrangeiro europeu”. Aí eu digo, “pô”, só faltou o cara dizer que tinha que ter olhos azuis e ser loiro. Porque ele estava me mostrando a diferença entre vir do Norte e vir do Sul, era puramente pela aparência, pelo fenótipo. (Entrevistado VI, 2019).

São níveis, você é catalão, União Europeia, latino. São níveis, se você é europeu você está um nível acima, principalmente nesta parte de burocracia. E se você chega no lugar falando catalão, eles vão te atender muito melhor do que uma pessoa falando em inglês ou um espanhol meia-boca, isso com certeza. Eles têm essa diferenciação, assim, quando eu era garçõete, vários clientes vinham falar comigo em catalão, eu respondia em espanhol e eles continuavam falando em catalão. Eu ficava assim, “gente, não é possível”, aí eu saía e eles ficavam falando espanhol na mesa (Entrevistada II, 2019).

Vale ressaltar que a abordagem a essa diferenciação entre imigrantes e estrangeiros nas pesquisas sobre o tema são diferentes da oferecida pelos entrevistados. Na análise teórica, se afere ao estrangeiro mais uma condição de mobilidade constante, uma condição do estrangeiro desterritorializado, como aquele que “está ligado ao movimento, ao ir e vir sem vínculo com o local” (RAMOS, 2017, p. 99). Já a perspectiva sugerida pelos entrevistados é de uma diferenciação que ultrapassa o entendimento do termo em si, em que o imigrante é aquele que possui origem em países sul-americanos, africanos, orientais. Já o estrangeiro é aquele que vem de países europeus, com conexões realizadas pela União Europeia ou o Espaço de Schengen.

Essa diferenciação pode ser compreendida quando analisado o sentimento de pertença, visto que os europeus, apesar de não serem catalães, são algo que representa proximidade, são reconhecíveis, algumas vezes admirados. Os brasileiros, por exemplo, compõem o grupo de imigrantes sudacas, termo depreciativo utilizado pelos espanhóis que significa sudamericanos.

A existência do termo em si já evidencia que há uma relação dos espanhóis com os sul-americanos mais pautada na diferenciação do que no reconhecimento, mesmo que isso não tenha sido evidenciado pelos entrevistados. Além disso, o termo corrobora com o percebido pelos participantes da pesquisa quanto a integrarem um grupo de imigrantes que não possui uma nacionalidade bem determinada. Os sudacas são, em essência, considerados todos iguais.

O sentimento de pertencimento é, portanto, central para o entendimento das diferenciações descritas pelos entrevistados. Se sentir pertencente a um lugar ou grupo diz respeito ao processo de identificação das similaridades, isso porque “os indivíduos pensam em si mesmos como membros de uma coletividade, de onde emergem símbolos que expressam valores, medos e aspirações; salientando características culturais e étnicas” (DIOGO, *et al.* 2017, p. 90). E a existência dessas identificações são fundamentais para que haja “coesão comunitária” (FREITAS, 2008).

Os conflitos relativos aos migrantes surgem impulsionados pelo sentimento de pertencimento ou, mais especificamente, pela falta dele. Quando os sujeitos diaspóricos são postos em confronto com as características que vinculam o grupo social local, evidenciam-se suas diferenças e, portanto, a não possibilidade de sua inserção em tal grupo. Esse sentimento é identificado tanto nas categorizações as quais o migrante brasileiro é inserido, como nas dificuldades de inserção social, a exemplo da realocação profissional, algo que foi salientado pelos entrevistados.

O incômodo expresso pelos entrevistados em não atuarem na área de formação destaca-se por dois enfoques prioritários: o primeiro relativo às dificuldades em exercer determinadas profissões, experienciando uma certa perda identitária, e o segundo com a defesa do subemprego com justificativas financeiras.

O segundo enfoque foi identificado na fala dos entrevistados nos momentos em que buscavam justificar suas escolhas, principalmente quanto a se manterem em um país estrangeiro, mesmo que em condição de subemprego. A justificativa usada era a de que, apesar de estarem trabalhando em algo não tão glamoroso ou reconhecível, o retorno financeiro e de qualidade de vida era superior ao de muitos empregos considerados bons no Brasil.

Eu trabalho como camareira, tipo, não é um trabalho que seja que necessite de uma qualificação superior nem nada assim, mas é um trabalho fixo, é um trabalho que me dá segurança, é um trabalho que me possibilita fazer minha organização familiar, de estar com minha filha, de acompanhar ela. Então, eu acho que isso é o mais importante (...), fazendo minha jornada, fazendo meu horário, terminando e indo para casa eu ganho mais, eu recebo mais no meu salário aqui do que um advogado que esteja começando agora, que não seja super mega top, mas que trabalhe ali, digamos, básico, que tem seu escritorzinho no Brasil (Entrevistada III, 2019).

Aqui em Barcelona eu trabalho com manutenção elétrica, que é uma coisa completamente diferente, que eu nunca tinha feito. Logo que eu cheguei eu comecei a trabalhar com esse amigo argentino, antes da regulamentação dos papéis eu comecei a fazer isso, para ajudar eles com umas coisinhas ali e eu vi que não era tão difícil, tão duro fazer alguns serviços que eu na minha cabeça eu tinha como difíceis e duros de fazer. (...) E o salário que eles pagam aqui é um salário que muita gente com formação, trabalhando na sua área, ganha ou nem ganha isso. Então, enquanto a remuneração financeira, a média a nível de Barcelona, estou satisfeito. Quanto à mudança de trabalho, é uma mudança quase radical, mas não estranhei, me adaptei e estou tentando levar de boa, tentando me adaptar (...). Eu até mandei alguns currículos da minha área, alguns me responderam, eu troquei algumas coisas, conversas por telefone, mas não chegou a virar nenhuma entrevista pessoal. Até busquei algumas coisas na minha área. E estou buscando a validação do diploma e a partir do ano que vem quero começar a fazer curso técnico (Entrevistado V, 2019).

Então, como eu cheguei aqui e não tinha formação e não sabia o que era, você começa a buscar a vida, de trabalhar com o que surge né. Eu comecei a trabalhar, por exemplo, o primeiro trabalho que eu consegui foi distribuindo panfleto de uma loja, propaganda de uma loja. Neste momento você não está preocupada com seu futuro profissional, no que você vai fazer, neste momento você está preocupada em conseguir a grana para sobreviver aquela temporada ali, para economizar para de repente fazer uma viagemzinha. Então, no sentido profissional eu não estava muito preocupada naquela época, o que eu queria mesmo era ganhar a vida. Eu fazia faxina, fazia apartamentos turísticos, fazia *check in* e *check out*, ajudava a limpar também, distribuindo panfletos, fiz para umas duas ou três lojas diferentes, para eventos, trabalhei uma vez fazendo de porteira num edifício cobrindo as férias do porteiro fixo dali (Entrevistada III, 2019).

Entende-se que as falas destacadas acima são uma forma de defender não o subemprego em si, mas a atuação pessoal nessa condição de trabalho. O emprego, nesse caso, é visto unicamente como forma de subsistência e não como componente identitário. Porém, enfatiza-se que essa defesa se destaca do que predominou na fala dos entrevistados frente a importância do trabalho e que também foram identificadas incongruências em algumas entrevistas quanto ao tema, onde o entrevistado expressava tanto a vontade em trabalhar na área de formação, como também a defesa na atuação do subemprego.

A precarização do emprego é uma realidade contemporânea fruto das reorganizações sociais ocorridas nos últimos anos e intensificadas pelo neoliberalismo (PEROCCO, 2017). Entretanto, na vivência do migrante, essa realidade torna-se ainda mais evidente, visto serem esses sujeitos com maior nível de vulnerabilidade social, jurídica e econômica.

Em muitos países europeus, os trabalhadores imigrantes são sujeitos a uma dupla precarização, laboral e jurídica. A primeira dimensão está incluída em uma precarização do trabalho, enquanto a segunda está ligada às políticas migratórias de diversos países que subordinam a permanência legal em território europeu à existência de um contrato regular de trabalho, fazendo a ligação dos direitos sociais ao estado migratório, estratificando-os. Esses princípios têm contribuído para a volta da figura de *Gastarbeiter*²³, mas em contexto de capitalismo flexível com toda sua fragmentação e polarização: a generalização do vínculo entre permissão de residência e contrato de trabalho em face a crise econômica, ao elevado índice de desemprego e a precarização, é uma espada de Dâmocles permanente sobre a cabeça dos imigrantes, que os obriga a aceitar quaisquer condições (PEROCCO, 2017, p.82 – tradução nossa²⁴).

A dificuldade dos entrevistados na conquista de empregos condizentes com o nível de formação acadêmica é fruto das regras migratórias que vulnerabilizam os migrantes frente a um mercado já saturado e uma realidade socioeconômica que lhe é pouco favorável. A necessidade de se ter um vínculo empregatício para permanência no país leva o sujeito diaspórico a aceitar o subemprego como possibilidade de se manter no país escolhido, tanto geograficamente como financeiramente. Algo que foi observado por um dos entrevistados, que afirmou:

O importante é aqui que as pessoas trabalham muito, muito, eu vou reforçar, muito. E estas pessoas não tem tempo nenhum, mas estas pessoas são as que eu mais gosto de chegar nelas. Tem um povão que você não consegue falar. O povão não consegue porque o povão

²³ *Gastarbeiter* é o termo alemão que se refere ao trabalhador convidado. Diz respeito às pessoas que se mudaram para a Alemanha para participarem de um programa de trabalhadores convidados, nos anos 60 e 70.

²⁴ “En muchos países europeos, los trabajadores inmigrantes son sujetos a una doble precarización, laboral y jurídica. La primera dimensión está incluida en la precarización del trabajo que acabamos de ver, mientras que la segunda está ligada a las políticas migratorias de diversos países que supeditan la permanencia legal en el territorio europeo a la existencia de un regular contrato de trabajo y enlazan los derechos sociales al estado migratorio, estratificándolos. Estos principios han contribuido a la vuelta de la figura del *Gastarbeiter*, pero en un contexto de capitalismo flexible con toda su fragmentación y polarización: la generalización del vínculo entre permiso de residencia y contrato de trabajo en una fase de crisis económica, elevado desempleo, precarización, es una espada de Damocles permanente sobre la cabeza de los inmigrantes, que los obliga a aceptar cualquier condición” (PEROCCO, 2017, p.82).

tá ralando, muito, escravo. Tem pessoas aqui eu que posso considerar trabalho escravo. Por mais que a pessoa diga que está lá porque não está sendo obrigada a estar, mas precisa daquela grana (Entrevistado VI, 2019).

Ressalta-se, porém, que a defesa do subemprego pelos entrevistados se relaciona muito mais às escolhas feitas por eles, da opção em sair do país de origem e se manter em Barcelona, do que a defesa do sistema neoliberal e migratório que impõe condições precárias aos indivíduos que vivenciam a condição de diáspora.

Já quanto ao primeiro enfoque, o da perda identitária pela não atuação profissional na área de formação, tem-se a clara vivência da alteridade na condição diaspórica, em que o imigrante tem acesso facilitado a determinados papéis ou profissões, mas dificultado a outros, principalmente aqueles que são desejados pelos próprios espanhóis.

Então, imagina, você tem três profissões, você tem uma vida mais ou menos tranquila no Brasil. (...) Venho de uma família muito pobre, muito simples, mas eu vivia mais ou menos dentro de uma faixa de sobrevivência bacana. Muito contato com arte e tal. Aí você chega aqui e (...) você se vê assim, sabe, parece que te tiram e te jogam, metaforicamente é como se você tivesse uma caixinha, aí te tiram e te jogam pra fora dessa caixa e aí você tem que sobreviver. E aí, e agora? Quem sou eu? (...) Ainda tenho um pouco de revolta de não conseguir exercer a minha profissão, exercer o meu trabalho, ainda tenho que estar no subemprego. Ontem mesmo eu cheguei do trabalho chorando, morrendo de chorar, dá frustração de você, poxa gente, por quê? Porque eu tô fazendo, né, então isso é uma coisa que às vezes é difícil (Entrevistada I, 2019).

Existem advogados aqui que não exercem a profissão, advogados brasileiros que não exercem a profissão. Eu conheci esteticistas, diversas áreas de pessoas formadas no Brasil, mas que por questões, inúmeras questões, não estão exercendo suas profissões aqui. E estão fazendo o mesmo que eu fiz, trabalhando em outras profissões. Mas eles diziam: 'Pô, pretendo um dia também fazer isso, trabalhar na minha profissão', porque isso é o máximo para a gente, eu acho. Eu como profissional, o orgulho que eu tive foi de poder exercer minha profissão, para aquilo que nasci, em um outro país, mesmo que financeiramente eu não estava sobrevivendo disso. Mas poder exercê-la, aqui, me fazia sentir mais brasileiro (Entrevistado XVIII, 2019).

Eu tenho três e depois estudei aqui mais, então eu tenho quatro diplomas acadêmicos, mas nunca os convalidei para nada. Até o que fiz aqui também, fiz uma formação aqui, porque disse, vou me formar aqui pra ver se é diferente. Não, não foi, não serviu para nada. (...) Profissionalmente nunca convalidei, nunca me pediram e nunca me serviu para nada e você pode dizer 'aí, eu tenho quatro diplomas e tenho todo esse currículo' e os caras dizem 'tá, mas isso aqui...desculpe, mas nem sei que lugares são estes aqui, não sei que prestígio isso tem lá. Então, em resumo, esquece isso tudo e vem fazer

um trabalho braçal aqui, ombreiro, pagando pouco, que eu tenho para você' (Entrevistado VI, 2019).

Nas falas descritas destacam-se três questões centrais na relação desses sujeitos com o trabalho. A primeira quanto ao sentimento experienciado pela entrevistada de perda identitária, visto não manter mais as mesmas relações profissionais e culturais que possuía quando estava no Brasil. Considerando que “a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina, isto é, na qual ele se institui como sujeito” (PÊCHEUX, 1989, p. 163), esse sentimento de perda identitária se justifica, principalmente pela radical mudança na relação com o Outro e na relação consigo mesmo frente à coletividade.

Reafirma-se aqui o entendimento de identidade como fruto de construção individual e coletiva, mutável e fluída, porém, “a construção dos processos identitários pelos sujeitos ainda tem lugar, mesmo nas atuais relações de trabalho; certamente, são posições de sujeitos transitórias e efêmeras, mas não é possível negar a coerência e a continuidade na história de vida de cada um” (COUTINHO, KRAWULSKI e SOARES, 2007, p. 35). O trabalho permanece como aspecto importante na construção da percepção de si pelo sujeito.

Esse momento de modificação de referências e significados é parte de um processo de mudança dos terrenos que compõe a construção identitária, porque “a identidade tem a ver com discursos, objetos, práticas simbólicas que nos posicionam no mundo – que dizem nosso lugar com relação a outro. Ao fazer isto, a identidade também marca e estabelece uma posição, o lugar que efetivamente construímos e no qual nos inserimos” (FRANÇA, 2002, p. 28). Assim, a própria condição diaspórica traz novos aspectos constitutivos dessa identidade, compondo, junto a outras peças, um quebra-cabeça mutável e inconstante.

A segunda questão atrela a relação de trabalho ao entendimento de brasilidade. Quando o entrevistado diz: “mas poder exercê-la, aqui, me fazia sentir mais brasileiro” (Entrevistado XVIII, 2019), reporta-se a um sentimento que em muito se atrela ao sentimento de perda identitária, porque as referências, apesar de mudarem, não se modificam completamente e nem instantaneamente. Isto faz com que haja uma preservação mnemônica de determinadas referências que, quando repetidas, remetem a condições vividas anteriormente. Ao

mencionar a atuação na área de formação no Brasil, o entrevistado se refere ao trabalho “valorizado” e como esse intensifica sua condição de cidadão, de pertencente. Quando acessa essa inserção profissional em país estrangeiro, mesmo que momentaneamente, isso o faz se sentir novamente no Brasil, pois remete àquele sentimento de reconhecimento, de nós e não eles.

E é nesse universo de interlocução e de ação dos homens, que é o terreno da experiência; através da constituição e utilização dos quadros de sentidos por homens que vivem no mundo na qualidade de sujeitos desse mundo - sujeitos de ação, sujeitos de fala - que esses mesmos homens convivem, estabelecem suas diferenças, marcam seus lugares. Não é senão no domínio de suas práticas, e construindo discursos, que os homens estabelecem quem são - dizem o "nós", dizem o "outro" (FRANÇA, 2002, p. 38).

A desconexão com esse senso de pertencimento no âmbito do trabalho é fruto da não identificação de si naquilo que produz ou realiza. A falta de conexão com a atividade laboral traz ao migrante o sentimento de perda, de ausência, visto não conseguir identificar características que lhe são importantes naquilo. “Este ser trabalhador reencontra-se ao buscar controlar seu próprio trabalho, desenvolvendo uma profunda relação com aquilo que faz, tentando contrapor-se ao controle que lhe vem de fora” (FIGARO, 2008, p. 47), quer dizer, é apenas no reconhecimento de características próprias naquilo que produz que o trabalhador reencontra a si mesmo.

A terceira questão destacada concerne à evidenciação da alteridade em relação aos trabalhos disponíveis aos imigrantes. Nesse sentido, o trabalho, como realidade simbólica que insere o sujeito em uma relação específica com o Outro, a sociedade e a cultura, serve de ferramenta de diferenciação. Isto se dá, pois, dizer “o que somos” significa também dizer “o que não somos”. Afirmar a identidade demanda consolidar fronteiras, determinar uma forte separação entre nós e eles (MENDES, SILVEIRA e TAVARES, 2014, p. 155). Ao determinar os trabalhos reservados aos sujeitos diaspóricos, marca-se ainda mais essa fronteira, essa diferenciação entre os reconhecíveis e os não reconhecíveis. “Tal questão, cruzada às práticas sociais e vista pelo viés cultural, aproxima o pensamento sobre o eu e o outro, o pensamento sobre alteridade, de demarcações conceituais específicas e se reverbera nas práticas cotidianas de diferenciação” (MENDES, SILVEIRA e TAVARES, 2014, p. 155).

Por isso, ao entender a identidade como algo que se desenvolve e remodela-se nas relações discursivas, temos um vínculo importante de análise na conexão do sujeito diaspórico com o trabalho. A análise conjunta dos trechos das entrevistas relativas à temática do trabalho evidencia haver um claro reforço da diáspora como componente identitário por parte da sociedade catalã. Põem-se barreiras, estipula-se burocracias, a fim de afastar o migrante dos locais de pertencimento.

Se a partir da análise do trabalho é possível “entender o vai e vem do micro ao macrossocial, e como as escolhas feitas no âmbito do específico da atividade do *corpo si* no trabalho estão relacionadas aos valores que constroem a sociedade” (FIGARO, 2013, p. 13), tem-se na relação evidenciada de alteridade no campo laboral uma clara demonstração dos valores que permeiam a relação da sociedade local com os sujeitos diaspóricos.

Ainda assim, a recepção do migrante por uma sociedade é permeada também por outros fatores, que são determinantes para a qualidade da experiência em território estrangeiro. Segundo Portes e Rumbaut (1990), os contextos de recepção e os modos de integração da população imigrante definem-se mediante a articulação de três fatores: a política do governo receptor, as condições do mercado de trabalho do organismo receptor e as características das suas próprias comunidades étnicas. A Espanha, no período de realização da pesquisa, estava passando por uma crise política que persistia desde o início de 2019, iniciada pela rejeição da população pela proposta do governo acerca dos Pressupostos Gerais do Estado de 2019. Essa rejeição levou o então Presidente Pedro Sánchez a anunciar a dissolução do Parlamento e convocar novas eleições.

Em 28 de abril de 2019, Pedro Sánchez foi novamente eleito, mas não conseguiu maioria para governar. Em julho, nova votação parlamentar foi realizada, desta vez precisando apenas de maioria simples para fixação do governo, contudo, ainda assim não teve apoio suficiente. Em setembro, ainda sem governo formado, o Parlamento foi novamente dissolvido e novas eleições foram realizadas. Portanto, o início da pesquisa aqui descrita tem como pano de fundo um momento fulcral da crise política espanhola.

Em novembro, novas eleições foram realizadas e Pedro Sánchez foi novamente eleito, conseguindo, desta vez, maioria para governar. No entanto,

as crises geradas pela falta de apoio parlamentar ao governo trouxeram o fortalecimento do partido Vox, de extrema direita, que tem claro discurso anti-migratório. Esse crescimento, atrelado ao aumento significativo de migrações para a Espanha, desde 2018²⁵, tem importante relação com o distanciamento do migrante a condições mais inclusivas e reforça o observado pelos entrevistados.

Vale ressaltar, contudo, que essa diferenciação entre o eu e o Outro, percebida na relação com o trabalho, também foi evidenciada pelos próprios entrevistados quanto às condições como cidadãos brasileiros. Eles, os migrantes brasileiros que viviam em território espanhol, não se sentiam pertencentes à realidade do Brasil por entenderem que esta realidade não era suficientemente boa ou saudável.

4.4 A diferenciação do brasileiro diaspórico do brasileiro comum

A diferenciação observada na fala dos entrevistados quanto à realidade pessoal de migrante brasileiro em relação ao brasileiro que ainda vive em território nacional surgiu, principalmente, quando os entrevistados buscavam justificar sua condição diaspórica e a escolha por Barcelona como local de morada. Além disso, observou-se que a busca pelas fronteiras entre o eu e o Outro, mesmo que esse Outro seja da mesma nacionalidade, é utilizada como forma de determinar aquilo que compõe a identidade pessoal. Isto se dá, pois,

A identidade deve ser apreendida como uma construção que está também vinculada às práticas sociais e ao olhar do outro. Se a linguagem fornece ao indivíduo sistemas de classificação, é na interrelação entre os sujeitos de uma sociedade que o sentido irá se constituir, uma vez que a ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para os que a observam (MENDES, SILVEIRA e TAVARES, 2014, p. 152).

Esse sistema de classificação é parte constituinte da identidade pessoal, o que justifica o observado nas entrevistas quanto ao distanciamento do brasileiro migrante europeu do brasileiro que vive em seu país de origem. Apesar

²⁵ Disponível em < <https://www.terra.com.br/noticias/mundo/espanha-foi-principal-entrada-de-migrantes-na-europa-em-2018,dd122035eda808406a2a64f04eac3b75pcx6fs6e.html>>. Acessado em: 28/10/2020.

de ter sido evidenciado o vínculo e, muitas vezes, o reforço da brasilidade por parte dos entrevistados, principalmente naquilo que se refere ao consumo radiofônico e musical, tem-se também na vivência em território espanhol uma aproximação sociocultural intensa. Assim, os brasileiros entrevistados entendem terem assimilado, por intermédio da vivência diaspórica, experiências que os destacam e diferenciam dos brasileiros do Brasil.

Bom, acho que o fato de você morar fora faz com que você valorize algumas coisas, que de repente você não valorizava, por exemplo, de repente morando no Brasil você criticava muito o caos e a desordem (...) tipo o ônibus lotado, que demora a passar e não passa, de noite ter que ficar esperando, mas, assim, isso também é parte de uma certa regulamentação do espaço, então por outro lado é legal também, tem coisa ruim, tem coisa boa, na mesma coisa assim. Então, por exemplo, valorizar também essa capacidade de improvisação, de repente você não percebia isso antes, então tem, em relação ao próprio Brasil assim e a nossa diversidade, o fato de morar fora você acaba tendo contato com brasileiros que talvez você não teria contato morando no Brasil, seja de diferentes níveis sociais, mais ricos ou mais pobres, ou de diferentes espaços geográficos também, porque aí você acaba tendo uma noção melhor dessa diversidade, não sei (Entrevistado IV, 2019).

No Brasil a gente tem muita a cultura da aparência né, então assim, eu tinha um pouquinho mais de dinheiro eu ia para o shopping comprar roupa, sapato, alguma coisa para estar sempre bem vestida, assim né, a minha família é uma família que cobra muito isso, então você tem que estar bem vestida, você tem que estar impecável. Então, era isso, a minha vida era muito shopping, era muito sair, festa, balada, gastar dinheiro e ficar louca. E aqui não, aqui é bem mais tranquilo, eu trabalho muito, estudo muito, tenho outros tipos de conexões assim, não os amigos de balada, mas as amigas para sentar, tomar um café, conversar. Eu acho que nesse sentido mudou bastante, a forma de pensar mesmo, de priorizar a vida, de ser mais espiritualizada, aqui, porque lá não era (Entrevistada II, 2019).

Claro, pode ser que eu tenha mais experiência do que muitas pessoas que moram no Brasil, mas isso não é nenhuma vantagem para alguns temas. Para alguns temas sim, claro, porque tenho experiência de viagens, outros têm experiência de vida, experiência de viver fora, de morar sozinha, todas estas coisas que é vantagem, mas por outro lado as pessoas que estão lá têm outras experiências que eu não tenho, então eu acho que é legal combinar (Entrevistado XII, 2019).

Nossa realidade é diferente no Brasil, então realmente a gente vê as coisas diferentes, ou até mesmo coisas fúteis mesmo, por exemplo, não sei se talvez pela minha condição de imigrante aqui e muitas coisas eu ter deixado de me importar por elas, mas coisas como imagem, porque lá no Brasil todo mundo é muito preocupado com a imagem, com a marca, com corpo e tudo que aqui, não que aqui você não queira andar bonito e arrumado, mas aqui a concepção é diferente, totalmente, isso é uma das coisas, por exemplo, que eu vejo de uma forma diferente e eu não consigo fazer com que minhas amigas vejam assim, tipo, meu, você não precisa sair na rua com 10 kg de maquiagem para você estar linda, você não precisa, não sei, comprar aquela calça, daquela marca para você se vestir bem. Esse tipo de

coisa custa um pouco e é uma coisa que não é tão significativa assim, digamos é bem fútil, mas que é um dos pontos que eu acho que marcam mais a diferença e, não sei, acho que fugi do que era o ponto inicial da sua pergunta, mas basicamente coisas assim, fúteis (Entrevistada III, 2019).

Ao analisar os trechos destacados, observa-se haver, em um primeiro momento, uma percepção de distanciamento entre nós, brasileiros migrantes na Europa, e eles, brasileiros que ainda vivem no Brasil. Além disso, parte-se da diferenciação pela experiência, o que “nós”, sujeitos diaspóricos, aprendemos na vivência da diáspora nos diferencia “deles”, que permanecem inseridos nas mesmas vivências e realidades socioculturais. O observado evidencia-se quando o entrevistado diz experienciar maior diversidade ou quando afirma ter existido mudança na concepção das prioridades quanto à construção da imagem e na própria aquisição de experiências através de viagens e compreensão do diferente.

Assim, a mudança realizada com a saída do país de origem modifica a própria percepção social do migrante, que entende haver na escolha pela permanência no país originário a limitação de vivências e de mudanças ocorridas pelo contato cultural diverso e pela condição de saída do conforto do lar, proporcionado aos migrantes no novo território de morada.

Além disso, após a saída do país de origem, o migrante inicia um afastamento dos referenciais que compunham sua percepção de si e de seu grupo social. “A ruptura imposta pela imigração significa uma fragilização das referências habituais do sujeito, pois tudo o que era evidência em sua vida cotidiana, deixa de ser” (DAURE, REYVERAND-COULON e FORZAN, 2014, p. 94). Esse afastamento faz com que se inicie, em conjunto, uma percepção mais evidente das diferenciações entre o eu e o Outro, compatriota, o que explica dois aspectos observados: 1) a necessidade de compor um grupo de reconhecimento, sendo, nesse caso, o de brasileiros migrantes; 2) o distanciamento dos referenciais do país de origem, destacando as dissemelhanças com os brasileiros que vivem no Brasil.

Ao analisar as diferenciações notabilizadas nas entrevistas, em conjunto com as distintas percepções sobre ser migrante, observa-se um cenário em que o sujeito migrante vivencia uma condição fronteiriça, pois já não há o senso de pertencimento pleno quanto à inserção em sua realidade de cidadão local, do

país de origem, como também não existe a inserção total na realidade estrangeira. Essa observação foi externada também nas entrevistas, quando o participante afirmou: “então o imigrante para mim é no sentido de transitoriedade, não tô dizendo que amanhã eu vou voltar não, posso passar minha vida todinha aqui, mas eu gosto dessa sensação, do gerúndio sabe? Do estando, do incompleto” (Entrevistado VI, 2019). Este sentimento do migrante como aquele que nunca saiu completamente do seu país de origem e que nunca se inseriu completamente no país escolhido faz com que “o “lá” que define o indivíduo como emigrante e o “cá” como imigrante estarão sempre presentes no jogo da construção da identidade, “e o sujeito (i)migrante estará entre eles” (MACHIOSKI, 2018, p. 284).

É esse sentimento de estar entre realidades reconhecíveis que justifica a busca dos entrevistados por estarem em contato com outros brasileiros migrantes, visto que no compartilhamento de vivências similares encontra-se vínculos que conectam um sujeito ao outro e ao local.

A gente sai bastante, se fala bastante, temos nossos grupos de *WhatsApp* de zoação de brasileiros, alguma vez nos juntamos e fazemos uma feijoada na casa de alguém (...) depois tem o que seriam as associações de imigrantes brasileiros, associação de não sei o que, um lugar de referência que todos vão ou quando você chega aqui e é normal, natural, busca as referências, os grupos de brasileiros na Espanha e tal (Entrevistada II, 2019).

Quando você tem um problema, você acaba aproximando as pessoas que tem o mesmo problema. Por exemplo, o meu diagnóstico do câncer, quando eu tive o diagnóstico eu me aproximei muito de meninas da mesma idade que tinham o mesmo problema, porque eu sabia que elas sabiam o que eu estava sentindo. Mas meus amigos não iam saber nunca o que eu estava sentindo, seja se eu tivesse uma metástase, se eu não tivesse uma metástase, eu ia passar por uma cirurgia, o que eu ia sentir? Eu estou falando isso como cabeça, como sentimento, quando você tem esse problema de ir morar fora, você tem o mesmo sentimento nesta rede de amigos, nesta rede de contatos que se eu falar para meu amigo do Brasil, ele nunca vai saber, são coisas que passam dentro da gente e que infelizmente se a gente contar para fora, não vão saber. Então, você tem que se aproximar de pessoas que de alguma forma vão tentar te entender, não tentar, mas tem o mesmo fio condutor (Entrevistada VIII, 2019).

A necessidade de referências, portanto, conecta o sujeito diaspórico brasileiro a outros que vivenciam realidades similares, além de impulsionar a busca por produções radiofônicas brasileiras. É a necessidade de vinculação em realidade transitória que faz com que o sujeito se agarre a realidades

reconhecíveis, que ao mesmo tempo o insere em determinados grupos. Ser brasileiro é importante para estes sujeitos não pela ânsia de conectar-se ao Brasil, mas sim pela evidenciação de suas particularidades socioculturais em território estrangeiro, conectando-os, assim, a outros migrantes brasileiros que vivem em Barcelona.

Isso ocorre porque os seres humanos necessitam de classificação e ordem (Levi-Strauss, 2010) quanto a si, ao outro e a sociedade. É na identificação das similaridades e das diferenças que o sujeito social se organiza e define seus grupos de pertencimento. “A identificação de uma outra pessoa como pertencente a um grupo étnico implica compartilhamento de critérios de avaliação e julgamento. Logo, isso leva à aceitação de que os dois estão jogando o mesmo jogo” (BARTH, 1998, p. 196). E, apesar de haver na identificação nacional e dos concidadãos um forte apelo, para o migrante é apenas no compartilhamento da vivência da transitoriedade com seus conterrâneos que se identifica o senso de pertencimento.

Ressalta-se que essa diferenciação entre nós e eles não é fruto apenas da vivência diaspórica, visto que “esse sentimento persiste ao longo da história humana evocando constantemente a percepção daqueles que são meus iguais, aos quais se elaboram relações de reciprocidade e confiança, vínculos solidários, e os diferentes, aos quais cabe a desconfiança, o estranhamento” (OLIVEIRA, 2017, p. 95). Porém, essa diferenciação é problematizada na realidade migratória visto falar de sujeitos que não se conectam totalmente a nenhuma nação, mas sim a uma condição de descentralidade.

Contudo, a nação ou as características culturais relativas a uma nação ainda são fortes vinculadores e (re)significadores identitários. Por isso, mesmo existindo a distinção entre nós, migrantes brasileiros, e eles, os brasileiros que vivem no Brasil, há também a busca pelo sonoro como forma de vincular o sujeito a memórias e ao próprio país de origem.

4.5 A saudade como impulsionador do vínculo radiofônico

Ter saudades é viver
Não sei que vida é a minha
Que hoje só tenho saudades

De quando saudades tinha
Passei longe pelo mundo
Sou o que o mundo me fez
Mas guardo na alma da alma
Minha alma de português.
E o português é saudades
Porque só as sente bem
Quem tem aquela palavra
Para dizer que as tem
(PESSOA, 1997, p. 372).

A saudade foi um dos afetos mais destacados pelos entrevistados para justificar o consumo de produtos radiofônicos brasileiros. A saudade surge das ausências, seja dos familiares, da comida, das relações, do cheiro, da língua. O mecanismo encontrado pelos entrevistados para lidarem com essas ausências é o do consumo sonoro, mais especificamente o consumo radiofônico e musical.

A saudade como sentimento expresso revela muito da brasilidade dos entrevistados, visto ser a própria palavra um termo encontrado apenas na língua lusófona, não tendo correspondência exata em outras línguas. “A saudade, embora não seja um sentimento exclusivo desse idioma, sintetiza um sentimento que só pode ser plenamente experienciado por quem fala/domina o português, estando assim marcada pela singularidade de uma experiência cultural de pertencimento à comunidade de língua portuguesa” (TRUZZI e MATOS, 2015, p. 9).

A palavra saudade, apesar de ter significado claro no dicionário, como um sentimento evocatório, provocado pela lembrança de algo bom vivido ou pela ausência de pessoas queridas ou de coisas estimadas²⁶, na prática remete a uma gama ampla de outros afetos, muitas vezes não compreendidos, que fazem menção a pessoas, lugares, histórias, memórias e vivências. Assim, a saudade torna-se expressão recorrente nas entrevistas, pois é através dela que os entrevistados relatam a importância do seu país de origem na sua história pessoal, a falta que sentem dos amigos e parentes, a necessidade de acessar

²⁶ Disponível em <<http://www.aulete.com.br/saudade>>. Acesso em: 11/12/2020.

memórias do passado, a ausência da língua materna e a vontade de remeter-se a uma história que lhes é importante.

A saudade como expressão afetiva é sentida pelos migrantes de maneiras muito particulares, porém, com aspectos convergentes quando analisados à luz das migrações. Uma das similares encontradas é a busca por “índices de identificações” ou “atos de memória” que ajudem a construir uma “memória longa” nos migrantes, calcada no sentimento de pertencimento a uma comunidade que era, e continua sendo culturalmente diversificada” (SILVA, 2018, p. 102). A procura por aquilo que integre a realidade histórica dos brasileiros migrantes, originários de realidades socioculturais diversas, mas que possuem na diáspora a similaridade necessária para a vinculação com seus pares.

Além disso, a saudade como uma emoção evidencia, em si, uma manifestação que pode tanto aproximar o migrante da realidade local, como afastá-lo. Isso porque “na contemporaneidade, tanto o corpo quanto a emoção são elementos constituintes do processo midiático de construção de representações, de reforço do imaginário, de produções de sentido” (SIQUEIRA, 2015, p. 16), a forma como a saudade é expressa pelo migrante, se em desconforme ao modo predominante determinado pela cultura local, gera um maior distanciamento dos componentes sociais. Isso se dá porque “o modo adequado esperado de reação emotiva, na realidade, mostra um controle e uma construção social sobre a emoção sentida em face de determinadas situações” (SIQUEIRA, 2015, p. 21). Em resumo, a emoção é também uma esfera da construção social.

No entanto, “para ser socialmente expressa, a emoção necessita de alguma materialidade” (SIQUEIRA, 2015, p. 29), esse elemento pode ser representado tanto pelo corpo, como um sensível material, mas também por um meio de comunicação. O rádio é consumido, portanto, como modo de dar corpo à expressão dos afetos. Essa relação é facilitada pelo reconhecimento da língua, do sotaque, do despertar da memória com a descrição de fatos, com a vinculação afetiva e momentânea com o local de origem e com o aumento do sentimento de pertencimento.

Como assinala José Eugenio de Oliveira Menezes, o “cultivo da experiência do ouvir – cultura do ouvir – pode ajudar no trânsito entre as

diferentes formas de abstração que conhecemos com o desenvolvimento dos aparatos ou ferramentas de comunicação” (MENEZES, 2008, p. 113). E é graças a essas abstrações no ato do ouvir que se “desenvolvem os sentimentos de segurança e pertencimento” (MENEZES, 2008, p. 112). Foi justamente essa busca pelo local de pertencimento que se destacou na fala dos entrevistados.

Quando eu escuto rádio brasileira o que eu busco é Brasil, eu quero Brasil. O que significa querer Brasil? Todas as dimensões subjetivas e objetivas de querer Brasil. [...] Então, eu quero escutar, eu preciso saber o que está acontecendo em relação ao Brasil. Então, eu me informo muito, é verdade, porque politicamente eu quero estar informado e os programas informativos me informam muito. E eu quero também matar a saudade. O resumo é esse, eu quero matar a saudade do Brasil e eu mato muito a saudade do Brasil. [...] Mas depois dá mais saudade e você escuta mais de novo e vai, um processo cíclico. (Entrevistado VI, 2019)

Totalmente, de nostalgia, de saudade, de, não sei, manter a conexão, de né, continuar um pouco lá, porque música nova eu posso escutar música daqui, o que não quer dizer que eu não escute nunca música daqui ou música internacional, escuto obviamente, porque meu marido em casa também coloca música e, não sei, obviamente o que todo mundo escuta sim, ou no carro também a gente coloca rádio, escuto o que está tocando aqui. Mas com certeza, na hora que eu coloco a música para eu escutar é o que é referência para mim, acho que é aquela coisa de buscar a tua identidade, a música é a referência de quem tu é, do que você escutou a vida inteira, de que te provocou sentimentos, lembranças, com certeza (Entrevistada III, 2019).

A saudade sempre está, em uns momentos mais, em uns momentos menos. Mas sim, também está posta a saudade, às vezes o material, não só radiofônico, mas tudo que eu consumo, pode me ajudar. Mas é isso, de repente a saudade ajuda mais com a presença assim, de algum amigo ou familiar que vem. Mas sempre tem, sempre tem a saudade, a gente se acostuma né, e pode esquecer por dois meses, mas depois sempre vai voltar em algum momento, né, sempre difícil (Entrevistado IV, 2019).

Porque eu tenho, eu não consegui me desvincular de alguns hábitos de lá. Tipo esse de acompanhar o Grêmio, por exemplo, é o hábito mais forte. Eu tenho certeza que vou ficar aqui, se eu ficar morando aqui, ou em outro país da Europa ou fora do Brasil, durante mais cinco ou seis anos, sei lá, mas quanto tempo eu ficar morando, eu vou continuar, porque é minha paixão, eu gosto, e uma coisa leva a outra. Se eu gosto do time eu assisto aos jogos, eu vejo notícias, eu leio notícias, principalmente por causa do Grêmio (Entrevistado V, 2019).

Porque às vezes eu acordo com saudade do meu universo de lá, sabe. Então, eu escuto a rádio um pouco mais pra me sentir um pouco mais perto de lá, sabe. E esse é um hábito que eu tenho desde sempre, porque quando eu me formei no interior do Rio Grande do Sul e eu fiz estágio na rádio da universidade de lá e é uma rádio que a gente escuta muito na cidade. Então, quando eu saí de lá há 10 anos atrás e fui morar em outras cidades, eu continuava escutando essa rádio da universidade porque era um elemento de aproximação. Inclusive aqui, às vezes eu escuto a rádio da universidade que eu me formei, eu tenho

amigos que trabalham nessa rádio, inclusive pra ouvir a voz deles, então eu acho que é uma coisa assim muito de relembrar as minhas referências (Entrevistada XX, 2019).

A busca pelo Brasil por meio do rádio, descrita pelo entrevistado, é de um Brasil acessado por muitos caminhos. Ele pode ser consumido pela inflexão na voz dos locutores, pelo sotaque, pelos códigos presentes na língua materna, por meio dos temas abordados e dos enquadramentos dados por cada veículo de comunicação. O vínculo sonoro se estabelece em diferentes momentos, seja na transmissão sobre assuntos prementes no país de origem, relativos à política ou à economia, seja nos momentos em que o comunicador verbaliza gírias, expressa particularidades regionais e características que remetem o migrante à cidade que ele nasceu e viveu. Por isso, a voz no rádio permanece sendo essencial.

Aqui, às vezes eu escuto a rádio da universidade em que eu me formei. Eu tenho amigos que trabalham nessa rádio, (gosto de) ouvir a voz deles. Então, eu acho que é uma coisa de relembrar as minhas referências. Eu sou desse lugar, eu posso estar morando em Barcelona, posso estar morando na Austrália, mas eu sou desse lugar aí, sabe? Então, eu preciso saber o que está acontecendo e preciso me sentir um pouco ali também, porque me faz falta. (Entrevistada X, 2019).

A voz do comunicador radiofônico pessoaliza o interlocutor e, em decorrência disso, sensibiliza o ouvinte, não apenas pelo aspecto emocional, mas também pela identificação dos aspectos simbólicos do discurso realizado. “Essa identificação não está relacionada unicamente ao teor da fala, mas também à estrutura discursiva, à linguagem, à entonação, à relação que o ouvinte cria com essa voz, às vezes não apenas reconhecível, mas amiga” (MAIA, KISCHINHEVSKY e MONCLÚS, 2020, p. 15).

Portanto, a vinculação com o rádio é afetiva, mas, ao invés de apenas buscar a voz amiga no consumo radiofônico, busca-se o reconhecimento do eu como parte constitutiva de um país, de um lugar, de um grupo. O rádio expressa códigos sociais reconhecíveis, reforça a vinculação do sujeito diaspórico a uma gramática internalizada em seu desenvolvimento social e o posiciona no mundo como pertencente a um lugar.

“Devemos ter sempre em mente que formas de vida determinadas se fundamentam em afetos específicos, ou seja, elas precisam de tais afetos para

continuar a se repetir, a impor seus modos de ordenamento definindo, com isso, o campo dos possíveis” (SAFATLE, 2015, p. 17), e é por isso que o migrante necessita de vinculações que atendam suas especificidades, que ativem os afetos específicos dos quais anseiam. O rádio e a música, ou seja, os produtos sonoros, facilitam essa relação e entregam ao ouvinte aquilo que ele procura.

Mônica Rebecca Nunes, em seu livro sobre o mito no rádio, analisa essa relação que reforça o sentimento de pertencimento, que ocorre entre a produção radiofônica e o ouvinte. Ela afirma que “o canto vindo dos autofalantes FM devolve ao auditor a pulsação da metrópole e, paradoxalmente, a segurança de reconhecer-se em um centro: a sua cidade, proporcionando-lhe conforto psíquico” (NUNES, 1999, p. 133). Como já descrito, a relação do homem com o som precede o nascimento, estando inserido na forma como o sujeito se comunica com o mundo e as coisas. Por isso, a busca subjetiva pelo preenchimento da ausência é mais efetiva quando complementado por produtos sonoros, que são reinterpretados e atendem a demandas específicas do ouvinte. Esta maleabilidade do som encontra eco no próprio questionamento quanto à sua natureza. Afinal,

Onde está o som que escutamos? Está fora de nós, no mundo externo, sob a forma de ondas de variação de pressão do meio propagante (o ar) que nos atingem; compressões e expansões longitudinais do meio elástico (o ar), aproximadamente periódicas que ocorrem dentro de um específico limite de intensidade, frequência e tempo? Ou será que o som está dentro de nós, no universo subjetivo de nossas mentes, sob a forma da percepção, interpretação e reação às tais oscilações de pressão acústica; no processo fisiológico que nos permite reconhecer, entender, lembrar e até nos emocionar com aquilo que ouvimos? Consideramos o som como a informação que permeia o domínio externo (acústico) e o interno (subjetivo) (FORNARI, 2010, p. 7).

O som como produção externa reinterpretada e ressignificada pelo universo subjetivo das mentes dos ouvintes torna-se a ferramenta mais eficaz para a realização da vinculação em situação diaspórica, pois permite o atendimento a diversas demandas, que não necessariamente estarão atreladas ao conteúdo da mensagem ou ao gosto musical específico. Não à toa, muitos dos entrevistados confirmaram terem aumentado o consumo/a escuta de rádios brasileiros após mudança para Barcelona, além de apreciarem, na condição diaspórica, programas e tipos musicais que não ouviam no Brasil.

Por exemplo, lá eu não ouvia música gaúcha, sabe, e desde a primeira vez que eu saí é uma coisa que de vez em quando eu até escuto, bem de vez em quando, mas é uma coisa que me remete muito aos domingos no churrasco dos amigos, então totalmente uma coisa afetiva, é um sentimento, memórias, é uma nostalgia assim, mas totalmente relacionada ao afeto (Entrevistada IX, 2019).

Eu particularmente não gosto em nada do jornalismo da Gaúcha, não é um jornalismo que me interesse na forma como eles abordam o mundo, mas eu escuto porque me faz estar lá um pouco e é o que eu tenho disponível no momento. Mas eu confesso que é muito mais por uma questão sentimental. Eu gosto muito de escutar os jogos do meu time pela rádio também, o Grêmio, que é como eu me sinto lá, então isso é uma coisa que eu faço sempre. Que é um hábito também que a gente tinha na família, então eu sei que a minha família também vai estar fazendo isso, então eu me sinto tipo, um pouco parte disso. Eu não quero me afastar do Brasil totalmente, porque é meu lugar, então é uma maneira que eu tenho de estar perto, de estar um pouco lá também (Entrevistada XX, 2019).

Eu acho que ouço mais música brasileira aqui do que quando eu estava no Brasil, porque eu acho que a música tem também esse poder de te levar pra algum lugar, na tua memória ou algum lugar que tu queria estar. E, enfim, um dos meus cantores favoritos é o Vitor Ramil, que é um cantor muito do Rio Grande do Sul, então eu escuto muito ele aqui, eu sempre o escutei, mas aqui é também um ponto de referência pra mim assim, de voltar pra esse meu lugar, de onde eu sou, sabe. Então eu escuto bastante ele, tem um sotaque todo gaúcho (Entrevistada XX, 2019).

Deste modo, a saudade como impulsionadora pela busca do rádio brasileiro não se relaciona necessariamente ao conteúdo do programa ou da música ouvida, mas sim com a memória que é ativada por ele, principalmente quando essa remete às vivências do passado com famílias, amigos, com a cidade e com a cultura. Nesse sentido, “ter saudade implica uma experiência de memória” (TRUZZI e MATOS, 2015, p. 11), de reforço mnemônico de acontecimentos já vividos, de ressignificação de experiências frente ao distanciamento dos indivíduos e do local que compõe aquela memória.

Além disso, o sonoro serve como forma de vinculação com grupos de pertencimento, pois evidencia similaridades culturais que são de vital importância para o sujeito diaspórico. Isso se sobressai, inclusive, na forma como os brasileiros entrevistados citaram a música brasileira e como o reforço da brasilidade se deu pela supervalorização desse aspecto cultural em território estrangeiro, já que a música não é apenas valorizada pelos seus compatriotas, mas por uma diversidade de nações. É essa observação que revela como o orgulho é central na ressignificação identitária.

4.6 O orgulho como busca do identificador nacional

“Depois que eu comecei a escutar música brasileira eu notei que, para mim, das músicas populares que eu conheço no mundo é a mais rica, é uma riqueza que nem os próprios brasileiros tem noção, e hoje você toca, galera se comove, é fluído” (Entrevistado XIX, 2019). Durante a entrevista, quando questionados sobre o motivo de permanecerem consumindo música brasileira, mesmo em território catalão, todos os entrevistados afirmaram haver, na manutenção do consumo e na divulgação cultural pela música, uma fonte de orgulho. O argumento utilizado para justificar a permanência do consumo se pautava na superioridade das produções musicais brasileiras frente às produções musicais europeias, ao fato de a cultura brasileira se encontrar em uma relação de superioridade cultural perante os países europeus.

Esse sentimento de ser melhor que os europeus demonstrou ser algo importante para muitos dos entrevistados, o que pode ser explicado pela condição de alteridade vivida por esses migrantes em diversas esferas da vida, como o trabalho, o reconhecimento social e a própria desvalorização dos cidadãos sul-americanos.

Além disso, identifica-se que o reconhecimento da música brasileira como uma produção de superioridade musical e cultural, e a associação direta desse fato com o aumento do orgulho sentido pelos brasileiros em relação à sua nação de origem, é algo que fortalece a brasilidade desses sujeitos.

A questão da música, da arte, enfim, eu tento buscar bastante de várias partes, mas a música brasileira para mim é incrível, então é uma coisa que eu tenho que me alimentar dali, eu não vou conseguir me desvencilhar disso aí, eu gosto também de mostrar para as pessoas a minha cultura, então (Entrevistado XX, 2020).

Música eu acho que porque a música brasileira é única de qualidade, não tem música igual. Eu gosto de músicas do mundo, em geral, eu gosto de músicas africanas, tenho conhecido bastante música italiana também, são legais, não é só Pavarotti, não é só Laura Pausini. Tem vários cantores italianos que são bons, que a gente não conhece. (...) Música em espanhol eu até gosto, música do Chile, da Argentina, tem umas bandas boas. Mas música espanhola, em geral, não rola e em catalão sem chance. Mas acho que a música brasileira é incomparável com outras, não tem como, é muito boa (Entrevistado XII, 2019).

Acho que brasileiro, todo mundo, é embaixador de certa forma. A gente sempre quer vender o Brasil. Quando vem o gringo, a gente não gosta quando as pessoas... Entre nós, falamos mal do Brasil pra caramba, mas quando tem um gringo que fala, a gente se ofende, sabe? A gente tem uma coisa de querer vender o melhor do Brasil. (Entrevistado I, 2019).

Aqui eles valorizam muito mais a cultura brasileira do que a gente que está lá, endeusam, mitificam, na verdade, porque às vezes não corresponde com o que eles têm, com o que eles dizem, os mitos da Bossa Nova, o samba (...) Então, a música brasileira tem uma força imensa (Entrevistado VI, 2019).

Primeiro que me deixa muito orgulhoso, a palavra orgulho é forte, mas é isso mesmo, me deixa muito orgulho do país, eu gosto muito, eu vejo muito e confesso que um pouco ufanista, mas eu acho que a gente é bom nisso, eu acho. Aqui eu tô aberto, eu escutei muita música do mundo, muita. Eu tenho mania que quando sinto que estou em gueto, muito brasileiro, muito ufanistão, muito brasileirão, “nossos são os melhores” e bam-bam-bam, aí eu paro e me abro para outras coisas. Mas é verdade que somos fortes nisso, então o fato de estar aqui, ouvindo rádio brasileira, me ajudando a valorizar o país (Entrevistado VI, 2019).

Como é possível observar, a música destaca-se como fonte de orgulho e vinculação identitária. Isso se justifica porque “a música seria particularmente poderosa em sua capacidade interpeladora, já que trabalha com experiências emocionais particularmente intensas, muito mais potentes que as processadas por outros artefatos culturais” (VILA, 2012, p. 253), e é por isso que ela “pode representar, simbolizar e oferecer a experiência imediata de uma identidade coletiva” (FRITH, 1987, p. 139).

Nesse sentido, a música, composta por códigos sociais, é consumida e interpretada pelos sujeitos através de aproximações afetivas, que geram mudanças constantes no sentir, algo que demonstra ser a música muito mais que suas palavras ou ritmos, mas uma forma de ressignificar o meio em que vive e (re)acessar memórias e lugares.

As discussões que envolvem a música são menos sobre as qualidades da música em si do que sobre como contextualizá-la, sobre o que há na música que deve ser realmente apreciado [...] Nossa percepção de uma música, nossas expectativas a respeito dela não são inerentes à música em si (FRITH, 1990, p. 96-97).

Isso quer dizer que o importante da música para o brasileiro orgulhoso não está relacionado à qualidade musical do produto em si, mas sim no que a música significa para ele (VILA, 2012). “A música popular tem estado envolvida

de maneira medular na produção e na manipulação da subjetividade [...] e não tanto por refletir a realidade social, mas por oferecer maneiras pelas quais as pessoas poderiam desfrutar e valorizar as identidades que desejam ou acreditam possuir” (MIDDLETON, 1990, p. 249).

Há, portanto, uma clara valorização dos patrimônios culturais por parte desses sujeitos diaspóricos, daquilo que auxilia no seu reconhecimento como sujeito simbólico, componente de uma realidade sociocultural específica.

O patrimônio cultural é valorizado pois, por um lado, ressignifica o passado, trazendo-o para o presente, realiza “um exercício de poder que inscreve o novo como superação do velho, tornando o passado funcional para a demonstração das idades do tempo e, principalmente, como parâmetro para a noção de progresso e evolução” (PAIVA, 2015, p.213) e, por outro, e mais importante na vivência diaspórica, ele “implica na produção de lugares sociais e agentes autorizados para sua identificação, valoração, conservação e divulgação” (PAIVA, 2015, p.213).

Essa autorização de identificação e valoração que ocorre na preservação do patrimônio cultural remete tanto à identidade e seus mecanismos de preservação e ressignificação, como à memória, isto porque “entendemos o patrimônio cultural como lócus privilegiado onde as memórias e as identidades adquirem materialidade” (PELEGRINI, 2007, p. 1). O mecanismo é similar à preservação em âmbito institucional realizado pelos museus, por exemplo. Tem-se a história disposta para que se entenda o passado e ressignifique o presente e, nesse mesmo movimento, compreenda-se parte de si, de sua história, do que lhe compõe.

Contudo, no caso aqui analisado, a preservação é realizada tanto como processo grupal, como íntimo, objetivando sustentar uma compreensão identitária através do (re)acesso às memórias do passado, em uma conjuntura de confluências culturais constantes. Talvez por isso o orgulho descrito pelos entrevistados quanto ao seu país de origem compreenda apenas o aspecto cultural, não permeando outras esferas do viver. Isso demonstra que a brasilidade é compartilhada com outras percepções identitárias de si, não sendo fixa ou única. Além disso, essa inserção das memórias do passado no ambiente atual auxilia na própria manutenção da história pessoal, visto que “o passado só permanece vivo através de trabalhos de síntese da memória, que nos dão a

oportunidade de revivê-lo a partir do momento em que o indivíduo passa a compartilhar suas experiências, tornando com isso a memória viva” (ROCHA, 2012, p. 3).

Outro fator possível de ser relacionado à expressão do orgulho nacional e que foi descrito pelos entrevistados é a necessidade de ressignificação da autoimagem frente aos estereótipos brasileiros esperados pelos espanhóis. Os europeus possuem, muitas vezes, uma percepção limitada do que caracteriza o brasileiro, sendo necessário, portanto, que seja realizada pelo sujeito migrante uma reeducação desses sujeitos quanto ao seu país e seus conterrâneos.

“Ao se depararem com as imagens feitas pelo outro, os informantes são levados a repensarem as percepções sobre si mesmos. Surge uma relação ambígua com a identidade brasileira elaborada no exterior” (AZEVEDO, 2016, p. 16). Busca-se diferenciar das expectativas tipificadas dos europeus, a fim de marcar a construção de si a partir daquilo que não se é, do discordante.

Ressalta-se que foram as mulheres que expressaram maior desconforto quanto aos estereótipos brasileiros, visto sê-lo, para elas, muito mais prejudicial. Mais do que o desconforto em serem objetificadas ou tratadas com desrespeito, essas mulheres “sentem-se incomodadas em serem identificados com uma identidade que não condiz com seus modos de agir e pensar” (AZEVEDO, 2016, p. 17). Como expressam algumas das entrevistadas.

Isso eu tive que superar, isso para mim foi, no início, quando eu vim morar aqui, no ano de 2012, lembro que eu sofria um pouco de, não era bem assédio, mas era porque eu era mais nova, eu vim com as vestimentas, o trato mais enraizado baiano e quando eu cheguei aqui no verão, nossa, era um pouco prejudicial. Então, eu tirei esse prejuízo de mim, eu percebi que era uma questão de desconhecimento, eu também morava numa vila pequena, então isso era o que eu não queria deixar enraizar como um prejuízo, então eu tirei de mim. Mas sim, houve um choque muito forte, eu senti isso quando vim morar (Entrevistada XVII, 2019).

Porque aqui tem bastante o estereótipo da brasileira que vêm se prostituir, então eu acredito que quando você fala em português, no português do Brasil, em uma festa ou em um lugar que tenha outros homens, sempre tem aquelas piadinhas, “brasileiras, brasileiras sambam muito bem” coisas assim, que é um pouco também do sexismo, da sexualização da mulher brasileira, então eu senti, sinto até hoje. O que passa é que você acaba criando uma capa de respeito que acaba sendo um pouco ignorante, as pessoas acabam pensando que você é ignorante, mas é a ideia de por ser brasileira, por ser negra já existe essa capa, mas também pelo fato de ser brasileira. Conheço várias meninas brancas que passam pelo mesmo sexismo (Entrevistada XVI, 2019).

Quando você fala que é brasileira na balada os caras ficam tipo, ah, ela é fácil. Todas as vezes que fui, quando você fala que é brasileira, eles ficam animados, tipo “dança pra mim”. Na faculdade isso nunca aconteceu, não sinto. Por ser mulher você sente que, por ser brasileira não. Ainda mais numa faculdade de Administração, não sei, os caras sentem que são, sempre tem os grupos e quem vai ser o líder é sempre um cara, sempre um cara que toma as rédeas e quer ser o líder e sempre eles tentam, se você está fazendo um trabalho junto, vocês tiveram as mesmas aulas, vai fazer trabalho em grupo, eles sempre acham, não sei porque, que sabem mais e vão tentar te explicar, mas tipo você fala “eu sei também, eu estava na aula”. Mas eu acho que isso em qualquer lugar do mundo ainda (Entrevistada XI, 2019).

O orgulho é destacado na evidenciação daquilo que o sujeito diaspórico considera importante sobre a própria nação, das características que lhe são componentes identitários. Nesse sentido, a música é uma forma eficiente de expressar ao mundo aquilo que o brasileiro entende ter de melhor, pois relaciona-se a características particulares do brasileiro que são valorizadas por ele, a exemplo do trato afetuoso, do jeito leve e das amizades fáceis.

É principalmente pela centralidade da música nesse processo que se vê como necessário o desmembramento, em categoria própria, da importância da música no processo de resignificação geográfica e (re)ativador mnemônico.

4.7 A música como (re)ativador mnemônico e de resignificação geográfica

“A identidade nacional não é mais vista enquanto atributo natural adquirido pelo sujeito por pertencer à determinada nação. Não nascemos com uma identidade nacional, ela é formada e transformada de acordo com as representações que vamos adquirindo e criando”
(NERCOLINI, 2006, p. 125).

Começar o tópico da música como (re)ativador mnemônico com essa epígrafe é buscar mapear a relação da música como fortalecedor e resignificador identitário, mas considerando ser essa ação de consumo sonoro um ato de criação e transformação da compreensão sobre si.

Ao longo das entrevistas, a música é constantemente citada como aquela que reconecta, que transporta e reafirma. Não por acaso, é a música, de acordo com os entrevistados, que minimiza a saudade e que é foco do orgulho, da preservação cultural. É ela que evidencia a brasilidade e a fortalece, “uma brasilidade, porém, não baseada no consenso, no ideário do ‘todos como um’, mas no dissenso de uma nação que são muitas, de um Brasil formado por culturas diversas, não mais querendo forçar uma igualdade utópica” (NERCOLINI, 2006, p. 131).

A música atende às necessidades expressas pelos sujeitos diaspóricos, pois ela “seria particularmente poderosa em sua capacidade interpeladora, já que trabalha com experiências emocionais particularmente intensas, muito mais potentes que as processadas por outros artefatos culturais” (VILA, 2012, p. 253), isso quer dizer que, primeiro, ela remete ao local de origem, ela transporta o entrevistado para sua terra natal, como o descrito pela entrevistada XVI (2019): “eu penso que é uma necessidade né, porque a música que está dentro de mim, que eu escuto desde criança e através disso que eu me conecto com o Brasil. A música brasileira para mim é como se eu estivesse no Brasil”.

Neste sentido, a música catalisa reconhecimentos que conectam o sujeito a locais e vivências passadas e serve, através de suas subjetividades, como reforço de uma identidade brasileira que insere o sujeito diaspórico ao grupo de pertencimento.

O envolvimento dos sujeitos em certos prazeres musicais específicos deve ser construído; de fato, tal construção é uma parte essencial na produção de subjetividade. Nesse processo, os próprios sujeitos – ainda que sejam sujeitos “descentrados” – têm um papel a desempenhar (de reconhecimento, aceitação, recusa, comparação, modificação); mas é um papel de articulação, não simplesmente criativo ou de resposta. Os sujeitos participam de uma “dialética interpelativa”, e esta última toma formas específicas em áreas específicas da prática cultural [...] a música popular tem estado envolvida de maneira medular na produção e na manipulação da subjetividade [...] a música popular sempre se preocupou, e não tanto por refletir a realidade social, mas por oferecer maneiras pelas quais as pessoas poderiam desfrutar e valorizar as identidades que desejam ou acreditam possuir. (MIDDLETON, 1990, p. 249).

Vê-se, portanto, que a dialética interpelativa realizada pelo sujeito ouvinte com a música permite que haja uma valorização identitária fluída, não sendo necessariamente ligada a um suposto objetivo da música, de sua letra ou

de seu estilo. A forma como a música irá compor o arcabouço identitário do sujeito é uma articulação negociável. Nesse sentido, entender a música como componente de ressignificação identitária é “entender que o processo de construção identitária não só requer que o sujeito seja ‘chamado’ de determinada maneira pelos discursos em questão, mas também que o sujeito ‘aceite’ o chamado, quer dizer, que ‘invista’ na posição a que faz referência o chamado” (VILA, 2012, p. 256).

Esse investimento nos referenciais identitários conecta-se também às vivências e memórias ativadas pela música durante o consumo sonoro. Falar de identidade é falar de memória e a música é uma potente ferramenta mnemônica. A subjetividade da música que reforça padrões identitários, o faz por remeter a memórias sociais específicas.

A relação da música com a memória não é tão direta quanto a relação linguística ou fonética e não está ligada à memória grupal da mesma forma que outros gatilhos mnemônicos, assim como a música conecta a objetos que não são necessariamente sonoros, que sozinhos não evidenciam os sons aos quais estão se conectando na experiência do sujeito. Contudo, a música “reporta a uma série de ideias que nos são familiares, ideias e reflexões acompanhadas de imagens: os rostos de nossos pais, de nossos amigos, e também a pessoas que para nós representam a meiguice, a ternura, a secura, a maldade, o amargor, a dissimulação” (HALBWACHS, 2017, p. 194). A relação da música com a memória é uma relação que evidencia afetos e que, por meio dos afetos, transporta o sujeito diaspórico a locais remotos e o aproxima daqueles que estão distantes.

Abordar a música como expressão de afetos não é algo recente, visto que desde a Antiguidade, a exemplo de Pitágoras e Aristóteles, estuda-se esta relação e de que forma os “efeitos da alma humana remetem a determinadas melodias, ritmos ou harmonias” (BENASSI e VICTORIO, 2014, p. 34). O estudo da teoria dos afetos na música reforça a perspectiva de que a música afeta o ouvinte e o leva a acessar memórias e sentimentos determinados, sendo analisada, muitas vezes, pelo seu efeito catártico ou medicinal.

A ligação da música com a medicina é antiquíssima e a crença no poder mágico-encantatório da música remonta a tempos anteriores a Pitágoras; este conceito encontra-se em outras regiões culturais e

sobreviveu até aos nossos tempos em muitos povos. Todavia, os pitagóricos têm o mérito de precisar esse conceito conferindo-lhe uma dimensão manifestamente ética e pedagógica. Esta concepção catártica da música deve ser relacionada com a doutrina da harmonia como conciliação e equilíbrio de contrários (FUBINI, 2008, p. 72).

Pensadores modernos e contemporâneos permaneceram a valorizar o estudo dessa relação da música com a memória e o afeto, porém, acrescentando novas perspectivas, a exemplo de Bakhtin, para quem “a música é, por certo, uma manifestação semiótica, ou seja, constitui-se de códigos que representam concretamente o que se manifestam no abstrato” (BENASSI e VICTORIO, 2014, p.36), ou Ruwet, que defende que a “música é linguagem, pois considera que falar é exercer e compreender códigos culturais. Ruwet entende a linguagem como fato social e cultural e não apenas como uma capacidade de comunicar ou de expressar algo” (BENASSI e VICTORIO, 2014, p.38). Apesar de diferentes, as abordagens citadas possuem em comum a conexão da experiência da música com a relação afetiva, mnemônica e/ou social.

Outro aspecto que merece destaque na discussão acerca da relação da música com a memória e o afeto é a língua, mais especificamente o reconhecimento da língua como componente identitário. Ao serem questionados do porquê ouvirem produtos sonoros brasileiros em território catalão, muitos dos entrevistados justificaram a escolha pelo acesso à língua materna.

Eu acho que tu ouvir a tua própria língua, acho que não tem comparação, por mais que tu entenda e fale perfeitamente outra língua, eu acho que se é a tua língua-mãe, então. Então, eu acho que é uma coisa assim de me sentir em casa, mesmo estando em outro lugar, poder me transportar e eu acho que é entender perfeitamente o que aquilo está querendo dizer sabe. Porque eu acho que a gente, não sei, eu tenha muita dificuldade em me expressar e realmente ser eu em outra língua, então, eu acho que da mesma maneira é ouvir um podcast em português e ter uma música brasileira, é uma coisa que já está enraizada, então a gente se sente bem (Entrevistada IX, 2019).

Primeiro porque eu tenho saudade e para escutar a língua também, porque eu trabalho num ambiente catalão, minha empresa é internacional, mas eu trabalho pro departamento da Espanha, mas meus companheiros são daqui, catalães, então é o momento que eu tenho de voltar à origem, digamos. Quando eu escuto os podcasts, escutar as gírias do momento, porque minha gíria ficou, tem mais de 20 de anos de atraso e escutar a atualidade do Brasil também, basicamente a saudade (Entrevistada XV, 2019).

Acho que, um exemplo básico assim, eu ando de skate, surfo e ando de bicicleta e tal. Quando eu estou num ambiente muito, sei lá, mais

radical, eu ponho um rap, porque sou de SP, cresci ouvindo rap, sou da periferia, tenho amigos raps e tal. Então, eu ouço muito rap de SP e aqui eu ouço rap no fone, mas o rap aqui para mim tem outro sentido, porque eu ouço o rap, mas não vejo o que está falando na música, eu não vejo ao redor. Porque fala da política que bate, que prende, que não sei o que e tal, que ao redor está tudo calmo aqui, tudo tranquilo. Talvez se eu buscar essa repressão que existe, porque existe aqui, talvez se eu buscar eu consigo ver, então eu tento ressignificar essa letra, talvez, no ambiente que eu estou ali. Mas eu também acho que eu resgato muito daquilo que eu vivi, aí que está, tem uns pontos nostálgicos, porque eu resgato muito daqui que vivi no Brasil também. Aí quando ouço certo estilo de música me retorna aquilo que, minha história, de alguns momentos (Entrevista XII, 2019).

É, eu gosto de falar português, eu me sinto bem. É a língua materna, então como é a língua materna eu acho que é uma coisa mais natural, você se sente mais solto, se sente bem sabe, se sente como se estivesse em casa. Então é bom (Entrevistado X, 2019).

A gente está aqui, mas a gente está dividido né, o coração está lá, então em vários momentos da vida a gente quer sair correndo, voltar e eu acho que a música brasileira tem esse papel, de fazer um afago no coração mesmo, de dizer, “não, está tudo bem, aqui também é legal”, porque viver só a cultura local é difícil (...) Então acho que é esse papel mesmo, de aproximar e dar essa tranquilidade né, dizer que está tudo bem, que também precisa esperar. Eu acho que por mais que você esteja fora, longe, longe de tudo e de todos, a música te acompanha em qualquer lugar né, está sempre ali com você, então eu acho que é esse papel de aproximar as distâncias (Entrevistada II, 2019).

A música do sertão me leva pro sertão, a Bossa Nova me leva para o Rio de Janeiro, o samba me leva para Bahia, sei lá, tem os folclores mais regionais que me lembram o Rio Grande do Sul, Argentina, Uruguai, aquelas regiões fronteiriças ali. As milongas, sei lá, o coco, Recife que é milhares de ritmos africanos, tudo vem da África ali, a questão do ritmo ali é incrível, me leva muito para esse lado aí de tranquilidade, e sofisticação também, da parte técnica e da parte da poesia, a gente tem grandes poetas ali que fazem música, de muito tempo. Me leva aí, me dá essa sensação de ser uma coisa doce e acho que o português combina também com a musicalidade. É uma língua que já bem batucada já, é bem fácil de fazer fluir (Entrevistado XIX, 2019).

A língua materna relaciona-se a dois aspectos importantes na vivência do sujeito social, a primeira quanto à herança e a segunda quanto à memória. A relação da língua com a herança é clara na vivência não apenas da língua materna em si e sua relação com as experiências e simbolismos presentes na língua, mas pela própria inserção de características específicas do local de morada, através dos sotaques, gírias e provérbios. A herança da língua é algo percebido e ressignificado apenas pelos sujeitos que compartilham aquela língua. Fala-se tanto “da ordem da língua materna, aqui também entendida como cultural, familiar e, de certo modo, privado – e da língua nacional, em situações

de linguagem que perpassam a cultura, as relações públicas e privadas, mais rituais ou no mais ordinário do simbólico” (PAYER, 2009, p.3).

A relação da memória com a língua perpassa condição similar, visto que são os códigos sociais compreensíveis que servem de ativadores mnemônicos, que remetem à história do sujeito diaspórico quando em território materno, assim como acolhe esse mesmo sujeito quando em território estrangeiro. A busca e a valorização da língua não necessariamente se justificam pela dificuldade em expressar-se na nova linguagem predominante, mas sim por não reconhecer nesta nova linguagem os mesmos códigos sociais.

Enfatiza-se aqui que “a música aponta para uma linguagem desprovida de intenção. Porém, ela não se separa definitivamente do intencional como reinos distintos. Impera aí uma dialética: ela está disseminada de intenção por todas as partes” (BASTOS, 2008, p. 168). A música, apesar de expressar uma linguagem, não diz o mesmo a todos, não se limita a ela. “Ser musical significa incitar intenções relampejantes sem nelas se perder, mas sim as domando” (BASTOS, 2008, p. 169).

Contudo, apesar da música ser uma forte vinculadora afetiva, há outras linguagens, essas mais estáveis, que conectam o migrante ao seu local de origem. O radiojornalismo, pelas suas características sonoras, traz ao indivíduo não apenas a notícia, as informações, mas também o conforto gerado pelo reconhecimento na língua e no sotaque. Além disso, as informações jornalísticas empoderam o migrante de sua condição perante os sujeitos locais e estrangeiros.

4.8 A busca pela informação no radiojornalismo

Conforme citado, o consumo de informação através do rádio também evidencia a procura pela conexão, pelo pertencimento. A diferença, contudo, centra-se no fato de que a busca pelo radiojornalismo é justificada pela própria percepção de si como cidadão brasileiro e não através do fortalecimento desse sentimento, como é o caso da música. Dos 20 entrevistados, apenas cinco admitiram consumir programas informativos no rádio, contudo, quando

questionados sobre os motivos impulsionadores do consumo de notícias brasileiras em território catalão, os entrevistadores afirmaram:

Porque eu gosto do Brasil, eu gosto de saber o que está acontecendo lá, eu acho que, na minha percepção como cidadão brasileiro é importante saber o que acontece no país, porque eu acho que tem tantos problemas no Brasil agora, eu acho que o futuro é promissor, então eu acho que devo ser engajado com o que acontece no país e querendo ou não saber o que está acontecendo para opinar com os outros, tentar dar minha opinião, do que eu acho, do que não acho, do que está certo, porque eu acho que o brasileiro agora está meio relaxado, não está dedicado, nunca foi muito encorajado com a política, com estas coisas, porque ah, não tem jeito, ah é muito complicado (Entrevistado X, 2019).

E também, claro, me manter vinculado com a cultura brasileira é uma das coisas que eu mais preservo. E questão de notícia é uma maneira que eu também tenho de saber discutir depois com as pessoas que estão ao meu redor e de formar minha opinião. Eu leio também, claro, os jornais brasileiros, mas acho que o que mais me nutre de notícia é pela rádio e pelos *podcasts* de notícias (...) então, claro que no Brasil é onde eu entendo mais toda a situação, porque eu conheço mais o sistema político, principalmente, do Brasil para conseguir discutir. E como é tão dinâmico as coisas lá, como tem sido tão dinâmico, só essa maneira que eu consigo me manter atualizado e eu realmente sinto necessidade disso, eu acho que é o que me faz conseguir, pensando e criando minhas opiniões, eu acho que nunca pensei e nunca consegui ficar sem acesso às notícias brasileiras (Entrevistado XII, 2019).

Então, tem essa questão de também, de uma certa forma eu gosto também de estar informado sobre a política brasileira e tem a questão também cultura, de gostar assim, tem um vínculo, tem um vínculo com o Brasil, tem um vínculo que existe, então para mim tem o prazer de escutar coisas bacanas, pode ser um programa de música, pode ser o João Marcelo Bosco falando de um grupo novo que está rolando e eu vou conhecer através desse programa de rádio, então tem isso, tem a questão da própria manutenção da língua, também é importante escutar. Hoje em dia eu leio, 80% do que leio, 70% do que eu leio é português também pra poder, pra manter, porque também é difícil manter o idioma num espaço em que há outras línguas bem fortes e parecidas também, então para mim é legal por isso. Não sei, por gosto, por gostar de música brasileira (Entrevistado IV, 2019).

Nas falas destacadas, observa-se que a procura por informações jornalísticas brasileiras no rádio relaciona-se, e muito, com a necessidade de falar sobre o Brasil, poder opinar sobre os acontecimentos, ser referência fora do local de origem. Ao buscar ouvir programas radiofônicos jornalísticos, de notícias, os entrevistados estão buscando referências discursivas que intensificam memórias e auxiliam na construção da compreensão do presente a partir de códigos sociais específicos, ideativos.

As notícias têm efeito (ideológico) de evidência, mas são uma narração possível do acontecimento, constituindo o que representam, produzindo significados. E, nesse movimento, contribuem para a constituição do imaginário social, cristalização da memória do passado e construção da memória do futuro (FELIPPI, 2006, p. 14).

O jornalismo, portanto, produz significados. A mídia, como meio técnico, facilita a divulgação dessas formas simbólicas, além de ter uma capacidade de fixação de símbolos muito maior que outros meios ou práticas, a exemplo do telefone ou da fala. Logo, o consumo dos produtos simbólicos pelo ouvinte radiofônico é explicado tanto pela possibilidade de fixação dos meios, como pela possibilidade de revisão dos dados obtidos. Como afirma John B. Thompson, “assim como diferentes meios permitem diferentes graus de fixação, assim também eles variam na medida em que nos permitem alterar ou revisar uma mensagem fixada” (THOMPSON, 2014, p.45).

O diferencial do radiojornalismo como produtor simbólico fundamenta-se na linguagem utilizada pelo meio, isso porque “a linguagem coloquial no radiojornalismo nada mais é do que a linguagem do cotidiano, isto é, a linguagem oral em oposição à escrita. Sendo essencialmente oral, ela estabelece um certo diálogo mental entre emissor e receptor” (SAMPAIO, 2008, p. 42). A facilidade na compreensão do que é dito e a aproximação linguística favorecem o uso do rádio como conectar identitário.

As próprias técnicas de locução do radiojornalismo demonstram existir a preocupação em se conectar com os ouvintes de modo eficiente. Considera-se tanto a altura da voz do locutor, que “deve ser de preferência grave, pois sugere seriedade” (SAMPAIO, 2008, p. 45), a dicção, com o domínio de técnicas respiratórias e a fala correta, a interpretação ou “a) saber mudar o tom ou o acento na voz; b) valorizar as palavras ou períodos; c) transmitir o seu sentido dramático, lírico, romântico” (SAMPAIO, 2008, p. 45) e, por fim, o grau de instrução do locutor, evidenciando o nível de conhecimento cultural.

Outra característica do rádio que legitima seu consumo pelos migrantes brasileiros entrevistados está no fato de que o meio sana uma necessidade muitas vezes não atendida do ouvinte de ter uma interação de copresença, “em que os participantes estão fisicamente presentes e partilham o mesmo conjunto de referenciais de espaço e tempo” (THOMPSON, 2014, p.48), porque o rádio,

mesmo funcionando a partir de um distanciamento espaço-temporal, trabalha com afetos que provocam a percepção de que a voz do rádio é a voz amiga, da conversa real. Assim, o consumo do jornalismo e sua produção simbólica parece se dar mais próxima da fonte de sua produção, do seu local de origem, sendo, portanto, mais reconhecível.

Isso ocorre porque “o ouvido é o sentido da comunicação humana por excelência; e a nível neurofisiológico, o órgão mais sensível da esfera afetiva do ser humano” (KAPLÚN, 2008, p. 89). O ouvir é ato que facilita as interações afetivas e imaginativas, contribuindo para as produções de sentido do migrante e o fortalecimento da relação de identificação entre o ouvinte e o meio. “Quando as pessoas escutam rádio, entram em jogo mecanismos psíquicos fundamentais como o da identificação. O público se identifica com determinados locutores, com determinados artistas (...) e estabelece com eles uma relação afetiva especial” (KAPLÚN, 2008, p. 89).

Além disso, a busca por informações em meios de comunicação do país de origem pode ser compreendida pela própria familiaridade com as regras e procedimentos das mídias consumidas, já que “o uso dos meios técnicos pressupõe um processo de codificação; isto é, implica o uso de um conjunto de regras e procedimentos de codificação e decodificação da informação ou do conteúdo simbólico” (THOMPSON, 2014, p.49). A habilidade já adquirida de compreensão dos códigos empreendidos nas notícias consumidas permite uma aproximação identitária do sujeito com o conteúdo noticioso, em outras palavras, tem-se a capacidade de decodificação para posterior reprodutibilidade para aqueles que não dominam tais códigos.

Na fala dos entrevistados observa-se que há, no consumo do radiojornalismo, uma busca em se manter conectado com o Brasil como forma de retribuição a partir das conquistas adquiridas em território estrangeiro. Essa retribuição não é necessariamente financeira, mas sim ideativa, fruto das observações realizadas em um país considerado “mais avançado” ou de “primeiro mundo”, como destacado na fala do entrevistado abaixo.

Eu vou ficar aqui quatro anos, eu acho que nesse tempo eu vou com certeza aprender alguma coisa, eu vou ter novas experiências, vou aprender coisas novas, vou ver coisas, como acontecem as coisas em um país mais desenvolvido, um país de primeiro mundo. O que deu certo aqui, o que não deu certo aqui, o que eu posso ver, porque a

gente tem que se espelhar nos países que deram certo, eles não deram certo por acaso, eles deram certo porque fizeram alguma coisa diferente, entendeu? Então, eu acho que com as ideias, com o conhecimento, acho que é importante, não só pra mim, mas como milhares de brasileiros que estudam fora, que conseqüentemente vão voltar algum dia pro Brasil e vão ter o impacto positivo no país (Entrevistado X, 2019).

A manutenção da conexão através do consumo noticioso, nesse caso, conecta-se ao projeto de retorno ao país de origem e a busca por levar conhecimentos teoricamente não acessados pelos compatriotas que permaneceram no Brasil. Contudo, mesmo para aqueles que não possuíam intenção de retornar ao Brasil, o compartilhamento de informações com os indivíduos de outros países demonstrou ser algo importante, principalmente no desenvolvimento de referenciais sociais e políticos, a fim de ser a fonte de informação e opinião do país de origem em território estrangeiro, algo que foi evidenciado nas entrevistas. “No trabalho tem muitas pessoas que se eu chego uma das primeiras perguntas é ‘e aí, o que você acha da situação não sei o que?’, então eu tenho que ter minha opinião formada, eu tenho que ter pelo menos uma base, alguma coisa para me basear, não posso me desvincular” (Entrevistado XII, 2019).

Esse papel de informador também é justificado pela vontade em reformular as ideias, até então tipificadas, que alguns estrangeiros podem vir a ter do Brasil. Assim, ao se informar através do radiojornalismo, o migrante se arma de fundamentos para o posicionamento frente a indivíduos de outros pontos do Globo, tendo subsídios para argumentos a favor ou contra determinados posicionamentos, assim como para informar, de forma coerente, o grupo sobre os acontecimentos do país de origem.

Isso quer dizer que a busca pelo radiojornalismo conecta-se também ao reforço da brasilidade, principalmente quando atrelado ao consumo da música e a supervalorização da cultura em território catalão. Contudo, essa brasilidade reforçada relaciona-se a uma concepção diferenciada de brasileiro. Dos tópicos acima, a maioria, em algum nível, releva esse reforço da brasilidade, mas é no consumo sonoro que ele fica mais evidente.

4.9 A brasilidade como perspectiva identitária

Falar de brasilidade dentro de uma perspectiva contemporânea de identidade é um desafio, porém, tal conceito se justifica na presente pesquisa pela necessidade externada pelos entrevistados em se localizarem em uma identidade reconhecível, sendo que ocupam local transitório, sem fixação clara identitária. A condição de diáspora na qual se encontram os coloca em posição de deslocamento frente ao país que deixaram e ao país que adotaram, visto não serem mais totalmente reconhecíveis como parte de nenhum desses locais. É por isso que se observou a reafirmação da brasilidade como forma dos entrevistados se localizarem no mundo.

Ressalta-se, entretanto, que “identidade nacional é aqui entendida como construção simbólica coletiva que reflete a herança histórica e cultural de um povo” (AZEVEDO, 2016, p. 14), por isso não é abordada por perspectivas determinantes e estáveis de identidade, em que a percepção de si é enraizada e pautada em preceitos nacionais. A brasilidade como construção simbólica é tratada a partir das considerações das particularidades do grupo analisado, ponderando acerca das diferenciações na aplicação do conceito na realidade diaspórica.

Apesar do conceito de brasilidade possuir vários elementos de conexão nacional, sejam estruturantes ou subjetivos (simbólicos), o destacado na presente tese remete a uma brasilidade atrelada mais aos simbolismos, presentes principalmente na música e no rádio, do que em estruturas outras, como a política, econômica e social. Mesmo tendo sido identificadas conexões políticas, estas ocorriam através do destaque das diferenças, do afastamento determinado pela busca diaspórica e não pela aproximação, com a reafirmação da brasilidade.

No entanto, ressalta-se que a diferenciação é uma importante esfera da construção identitária, inclusive a realizada frente aos conterrâneos que ainda vivem no país de origem. Isso ocorre pois “a identidade é construída, em parte, na perspectiva, do não somos como eles” (MARGOLIS, 2013, p. 231), a identificação daquilo que não nos compõe é tão relevante na constituição de si como aquilo pelo qual nos reconhecemos.

A brasilidade entra aqui como um “esforço de reconhecimento de si em elementos que se reproduzem no outro a fim de que a relação entre os pares sociais produza a interação” (SANTOS, 2012, p. 23). A busca pelos elementos simbólicos que o conectam a outros, que o inserem em determinado grupo social. Neste sentido, a brasilidade como componente identitário justifica-se pelo próprio entendimento de que a identidade é tensionada a uma complexa rede, em que o outro é parte importante desta articulação.

O conceito de identidade é tão esquivo quanto o é o senso que toda pessoa tem de sua própria identidade pessoal. Mas, seja o que for, a identidade está associada às avaliações decisivas feitas por nós mesmos - por nós mesmos ou pelos outros. Toda pessoa se apresenta aos outros e a si mesma, e se vê nos espelhos dos julgamentos que eles fazem dela. As máscaras que ela exhibe então e depois ao mundo e a seus habitantes são moldadas de acordo com o que ela consegue antecipar desses julgamentos. Os outros se apresentam também; usam as suas próprias marcas de máscaras e, por sua vez, são avaliados (STRAUSS, 1999, p. 29).

A brasilidade, todavia, não é articulada com base apenas nos símbolos reais, mas também por aqueles construídos pelos grupos sociais. Essa construção, a partir da idealização da brasilidade, foi um fator identificado na fala dos entrevistados, percebido principalmente na descrição da personalidade alegre, acolhedora e afetuosa do brasileiro.

Sinto muita falta da vida no Brasil, de como as pessoas são, do tocar, do sentir, do abraçar, do beijar, de convidar pra sua casa, do ajudar. Por exemplo, acredito que a gente tem muitos problemas relacionados a classe e a raça e a gênero no Brasil, mas também temos que pensar numa parte muito positiva que temos que é a empatia, muito mais que aqui (Entrevistada XVI, 2019).

A maneira como falamos é agradável, somos mais carinhosos...isso de tocar. Então, eu senti muita falta disso, mas é aquela coisa, quando você sai do seu país, se você quer viver onde você está, que não é o teu país, você tem que se adaptar ali (Entrevistada XIV, 2019).

O calor humano é o que eu mais sinto falta. E quando mais você sobe, mais choque você encontra e olha que eu moro aqui, me considero adaptada, mas o calor humano, isso de sair, de falar, de dar um abraço, de poder cumprimentar alguém do seu lado e ele responder, coisa que aqui as pessoas não fazem, então por isso. Mas é o que o brasileiro sente falta, desse calor humano, desse abraço, desse aperto, desse “oi, tudo bom? O que você vai fazer hoje?” (Entrevistada XVII, 2019).

Antes o que, a princípio, eu também sofri, principalmente quando eu vim pra cá, essa distância, essa falta de cordialidade, das pessoas falarem bom dia, boa tarde e tal e, mas eu me adaptei bem, tanto que

minhas irmãs, quando vieram pra cá, disseram “você tá muito espanhola”, porque eu acabo já sendo...o espanhol em si, que a princípio me chocava muito, que mesmo a minha família me chocava, me sentia até mal, por causa da minha tia, muitas vezes, porque da maneira como eles falam muito francamente e tal, mas eles são assim, são muito diretos e, lógico, nós pensamos duas vezes, dependendo do que vai falar, a maneira como falamos é agradável, somos mais carinhosos...isso de tocar. Então, eu senti muita falta disso (Entrevistada XVI, 2019).

Constata-se na fala dos entrevistados que esses acreditam existir na manifestação do brasileiro uma expressão de cordialidade, carinho, de demonstração desreprimida de afeto, que serve como comparação com o perfil “seco” dos europeus. Essa percepção não está necessariamente atrelada a uma vivência real desses sujeitos na realidade do Brasil ou dos brasileiros que ainda vivem no país, mas principalmente da valorização de uma troca que, provavelmente, só ocorria perante a família ou amigos mais próximos. Porém, essa valorização indica existir uma criação de símbolos que não são necessariamente reais, mas que auxiliam no enaltecimento de determinadas características dos cidadãos do país de origem.

Essa condição indica os aspectos simbólicos e imaginários do fortalecimento da brasilidade, isso porque não são pautadas necessariamente em realidades factuais, mas sim em percepções afetivas frente ao funcionamento social.

Os símbolos, sejam eles reais ou construídos pelo grupo, servem de pontos de referências identitários aos migrantes frente a uma realidade que não é plenamente reconhecida. Ao analisar as entrevistas, fica evidente que o reconhecimento de si é composto, em grande parte, pelas referências adquiridas pelo indivíduo ainda no país de origem.

O lugar de onde a gente vem é um ponto de referência para a gente mostrar pro outro quem a gente é. Então quando tu está conhecendo pessoas novas, acaba sendo mais forte do que poderia ser. Agora pensando sobre isso eu me dou conta que é muito forte isso, assim. Eu sou do Brasil. Quem eu sou? Primeira coisa, eu sou brasileira (Entrevistada XX, 2019).

Minha brasilidade, meu amor pela minha cultura, nossa, é o que me motiva, o que me impulsiona (Entrevistada XVII, 2019).

Eu acho que estou aberta a outras culturas, estou feliz aqui, tampouco quero ir embora daqui, estou feliz aqui, mas eu acho que sua base é a sua base. Tipo, você pode conhecer mil pessoas, mas no caso das

pessoas que tem uma boa relação com a mãe, a mãe é a mãe, ou seja, tua raiz é a tua raiz (Entrevistada I, 2019).

Porque é o que eu gosto é o que pulsa na veia, assim. Eu faço festa brasileira, eu estou sempre com os amigos brasileiros, eu gosto de comida brasileira, gosto demais da música, assim. Eu já estava muito envolvida nisso no Brasil, não consumia muita coisa de fora. Então, no Brasil eu já fazia um samba, no Brasil eu já fazia festa de discotecagem de vinil de música brasileira, eu estava sempre envolvida assim em eventos brasileiros, em grupos femininos e feministas de mulheres, né?! Então eu acho que é meu mundo mesmo, meio assim, onde eu for vai ser isso (Entrevistada II, 2019).

Eu acho que a maioria dos amigos que eu conheço, que eu tenho próximo, todos fazem questão de ter um vínculo ainda com o Brasil, seja fazendo churrasco, seja frequentando restaurantes, frequentando festas brasileiras, todos que eu conheço continuam com esse vínculo. Não se adaptaram totalmente, não é adaptação, mas não mudaram sua cultura para a cultura espanhola, entendeu? Algumas tem namorado espanhol, mas você pode ver, seja numa festa de aniversário que ela queira fazer ou num encontro de amigos, tem alguma coisa do Brasil, seja vamos nos encontrar num bar ou vamos nos encontrar na casa de alguém e topa playlist é de música brasileira, todos os meus amigos tem alguma ligação. Isso é muito interessante, porque eu nunca tinha refletido até que você perguntou agora e realmente, todos têm, por mais que se adapte à cultura espanhola, mas todos têm ainda alguma coisa que tem que fazer que seja brasileira, para continuar assim, sabe? (Entrevistada VII, 2019).

É um sentimento de pertencimento, claro, eu nasci lá, tipo, eu me criei no Brasil, fiquei 37 anos vivendo no Brasil e não sei, o Brasil já me deu tanta alegria, mas também que dá tanta tristeza (...) Eu toco violão brasileiro, o que eu gosto de tocar é a música brasileira, o que eu gosto de escutar, a maioria, é música brasileira, então eu me sinto pertencente a isso, a cultura brasileira sabe, mas digo não ao espaço, ao meio onde as pessoas vivem ou ao sistema que está implantado no Brasil, então isso me fez sair, me fez ver outras maneiras de viver dignamente, ter um mínimo básico, porque é foda. (...) Então, eu tenho essa sensação de pertencer à cultura, que é a parte que me interessa da vida mesmo, mas a questão de viver, de raiz mesmo, de tradição, não tenho tanto não (Entrevistado XIX, 2019).

É importante ressaltar, contudo, que esse entendimento de brasilidade parte de brasileiros em situação de diáspora que, independentemente de suas regiões de origem, compartilham vivências similares, próximas, que são altamente determinantes para a estruturação do grupo observado. Pensar uma brasilidade a partir de vivências dos indivíduos que ainda vivem no Brasil seria um desafio ainda maior, visto não haver, ainda hoje, uma definição clara do que é o Brasil (SOUZA, 2012), assim como por existirem diferenças socioculturais muito marcantes dentro do território nacional.

Além disso, a brasilidade observada é transitória, tensionando-se a outras construções identitárias que permeiam as vivências dos sujeitos

pesquisados. A noção de pertencimento destes brasileiros com o Brasil não era completa ou predominante, mas apenas pontual, momentânea. A brasilidade aqui está relacionada, como descrito, à noção de pertencimento ao grupo migrante similar e não à nação em si.

A brasilidade na condição do sujeito diaspórico é, portanto, diferente da do sujeito que ainda vive em território brasileiro, pois está atrelada a uma construção do que é ser brasileiro e não à nação em si. Isto quer dizer que o brasileiro diaspórico não se identifica como brasileiro de origem, visto ele ter se apropriado de outras noções de nacionalidade que não compõe a vivência tradicional do brasileiro. “O todo nacional se consolida, portanto, na experiência local sem precisar, contudo, nem superar a comunidade sanguínea, características regionais, ou arranjos produtivos locais, nem, por sua vez, ser submetido a elas” (SOUZA, 2012, p. 37).

É importante destacar que a noção de brasilidade ainda caminha muito atrelada às pesquisas de música ou arte, principalmente pela centralidade da cultura na compreensão de si e do Outro. Contudo, por analisar um grupo muito específico de brasileiros, é preciso ressaltar que os processos de decodificação simbólica, a reinterpretação do popular, a partir do consumo sonoro desses sujeitos diaspóricos, se dá de forma muito particular, principalmente porque ocorre fora do território brasileiro e em uma realidade de hibridação cultural.

Ao considerar essa realidade analisada, necessita-se ponderar acerca da brasilidade como “fonte de significados culturais, foco de identificação e um sistema de representação” (AZEVEDO, 2016, p. 18), como uma construção realizada e em processo, que deve ser sempre examinada a partir dessa concepção fluída e situacional.

Isso quer dizer que a relação de brasilidade do migrante é dúbia, pois há a “existência de um afrouxamento de identificações com a cultura nacional e, ao mesmo tempo um reforço de laços e lealdades culturais relativos ao país hospedeiro” (AZEVEDO, 2016, p. 18). Essa dualidade foi identificada nas entrevistas, pois, ora os participantes evidenciavam os laços com o país de origem, ora afirmavam não possuírem mais a mesma relação com o Brasil.

É justamente por conta da condição particular que os participantes da pesquisa estão inseridos, principalmente quando se analisa o reforço da brasilidade, que se tem a necessidade de discorrer acerca das ressignificações

geográficas proporcionadas pelas tecnologias da comunicação e como elas impactam na realidade do migrante e no seu processo de constituição de si e do Outro.

4.10 A resignificação do local e global

Neste tópico tem-se necessária reflexão acerca das resignificações geográficas determinadas, em importante nível, pela convergência midiática e pela globalização. A aceleração no desenvolvimento de tecnologias da comunicação, a exemplo do *Facebook* e *WhatsApp*, aproximou os sujeitos diaspóricos de suas famílias e amigos. A globalização, como aponta Stuart Hall (1999), comprime o espaço-tempo, aproxima o sujeito a acontecimentos e fatos que ocorrem em diferentes pontos do Globo, encurtando as distâncias.

Ambos os fenômenos aqui descritos estão conectados à própria flexibilização identitária do sujeito contemporâneo, tem-se acesso imediato a diferentes realidades socioculturais e hibridações culturais intensificadas por tais conexões. Na condição do sujeito diaspórico, insere-se na rotina diária em país estrangeiro o contato facilitado com a família e amigos que ainda vivem no país de origem.

A manutenção dessas relações remete o migrante a uma realidade reconhecível no país de origem, porém não mais rotineira, como também resignifica as relações familiares e de amizade frente ao distanciamento geográfico, sociocultural e linguístico, algo que influi sobremaneira na forma como esse indivíduo constrói suas novas relações no novo território e como ele vê a si mesmo nessa condição transitória.

Nesse sentido, observa-se que a disseminação cultural potencializada pelas tecnologias da comunicação não cria uma heterogeneidade cultural, mas auxilia, inclusive, na identificação das diferenças e na valorização de aspectos culturais específicos que o sujeito adota como constituinte de sua percepção identitária.

Até pouco tempo atrás a diversidade cultural foi pensada como uma heterogeneidade radical entre as culturas, cada uma enraizada em um território específico, dotadas de um centro e de fronteiras nítidas. Qualquer relação com outra cultura se dava como estranha/estrangeira e contaminante, perturbação e ameaça, em si mesma, para a identidade própria. O processo de globalização que agora vivemos, no entanto, é ao mesmo tempo uma potencialização da diferença e de exposição constante de cada cultura às outras, de minha identidade àquela do outro (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 60).

Um exemplo da potencialização das diferenças é a defesa constante dos entrevistados para a permanência do consumo de músicas brasileiras, pois esse consumo explicita ser essa uma ação de posicionamento identitário frente a um mundo globalizante e híbrido. Da mesma forma, a manutenção das relações com o país de origem, através da conexão quase diária com a família e amigos, faz com que a própria concepção de local seja ressignificada. Este sentimento foi descrito pelos entrevistados e é evidenciado nas falas a seguir.

Eu, na verdade, tenho uma relação mais próxima com minha família agora, do que quando eu morava em São Paulo e eles moravam no interior. Porque quando eu morava em São Paulo minha vida era muita loucura, eu ia a cada 15 dias ver minha família, ligava para minha mãe, às vezes uma vez por semana, pelo *WhatsApp*. Hoje eu falo todos os dias com minha mãe, a gente se liga por vídeo todos os dias, então eu me sinto como se eu tivesse lá. E se eu falar para ela que eu só vou para o Brasil daqui há um ano, se eu falar, ela vai sentir, mas se eu não falar, ela está sentindo a minha presença todos os dias, então eu tô muito mais perto da minha família agora, do que quando eu estava em São Paulo, que era muito mais perto (Entrevistada VII, 2019).

O *Whats* me facilitou para falar, porque antes, isso é engraçado, porque quando eu vim morar não tínhamos o *WhatsApp*, em 2012, vai fazer nove anos agora. Não tínhamos o *WhatsApp*, tínhamos que ligar, comprar um cartãozinho destes que eu podia introduzir o código no meu telefone fixo e do meu telefone fixo eu ligava pro fixo da minha família e durante a semana. Hoje tem a facilitação com o *WhatsApp*, está melhor, claro. A saudade é menor, eu falo a cada dia, estou no metrô, estou falando, estou viajando, eu faço uma vídeo chamada, muito mais fácil tudo, muito, muito mais fácil (Entrevistada XVII, 2019).

Eu acho que sim, eu acho que é muito bom por um lado, porque você não tem tempo de sentir saudades das pessoas, eu tô sempre em contato com as pessoas. Então, sendo bem objetiva, pra mim não faz muita diferença em eu estar em Barcelona ou estar em Porto Alegre, porque eu não estava morando com minha mãe, então eu não via minha mãe todo dia e falava por ela por chamada de vídeo. A única diferente é que eu vou demorar um pouquinho mais pra ver ela agora do que eu demorava pra ver antes. Mas a relação com as pessoas que estão longe é basicamente a mesma, não importa onde tu esteja, porque tu está ali, falando todo o tempo. Mas eu acho que por outro lado isso te tira um pouco também da experiência de estar fora, porque o que eu falava antes, às vezes, tu tá tão conectado com quem ficou, que tu não consegue estar aqui 100% sabe (Entrevistada XX, 2019).

Acho que família e amigos é a parte que mais pesa para mim, mas hoje em dia, com toda essa tecnologia. Eu já morei em outros lugares também, muitos anos atrás, e hoje eu vejo que a facilidade de comunicação ela é tão ampla que facilita muito, aproxima muito as pessoas. Por exemplo, eu morei na África do Sul há 12 anos atrás. Não tinha *internet*, quer dizer, tinha *internet*, mas não tinha Skype, telefone assim...eu tinha que ir na *lan house*. Quando eu fiz a tese da minha graduação, eu fiz a distância, eu fiz lá, me graduei e depois só voltei para defender e tal. Então, eu tinha que fazer tudo via *coffee shop*, via *lan house*, era bem complicado. Então assim, essa facilidade que a gente tem hoje de tecnologia, aproxima muito e ajuda muito a gente manter o contato, tem grupo do *Whatsapp* que você fala muito mais do que você precisa, mas a tecnologia ajuda. Então, eu acho que essa dificuldade que a gente está falando, da distância, de sentir falta de amigos e família, diminuiu, ainda existe, mas diminuiu bastante. É mais o lado afetivo, de contar com a pessoa, para te suportar, de dar um abraço, de falar coisas (Entrevistado XII, 2019).

Eu falo muito com meus irmãos e minhas amigas pelo *WhatsApp*, o *WhatsApp* facilitou muito isso. Na época que eu morava na Holanda não tinha nada disso era só, basicamente, e-mail e carta, então agora com o *WhatsApp* não tem nenhum problema. Eu falo com eles (...) facilita, encurta a distância, porque eu posso falar com minha irmã o dia inteiro se eu quiser, claro que aí eu estou trabalhando e ela também, mas nada impede de eu falar com ela cada dia e de forma gratuita e eu posso ver a cara dela. Eu acho bastante positiva. Seria melhor pegar o avião e ir, mas, no caso, se você está sem grana e tal, a facilidade de falar todos os dias, se você quiser, é positiva. Eu não falo a cada dia com minha família, né, falo uma vez a cada 15 dias ou se não nem tem assunto também, mas pelo *WhatsApp* é um bom meio de comunicação com a família (Entrevistada XV, 2019).

Portanto, tem-se no uso das tecnologias da comunicação eficiente forma de vivenciar a simultaneidade não espacial, isto é, “torna-se possível experimentar eventos simultâneos, apesar de acontecerem em lugares completamente distintos” (THOMPSON, 2014, p. 59). É precisamente essa capacidade de compartilhar vivências simultâneas a maior evidência da transformação percebida no espaço e tempo, ou no global e local, visto que, por muito tempo, “simultaneidade pressupunha localidade: ao mesmo tempo exigia o mesmo lugar” (THOMPSON, 2014, p. 59), algo que atualmente não é mais necessário.

Além disso, essa expansão cria o que Thompson (2014, p. 61) chama de “mundanidade mediada”, em que se passa a acompanhar os acontecimentos sem a necessidade de se estar fisicamente no local do fenômeno, normalmente mediado por formas simbólicas produzidas por tecnologias midiáticas. Isso se faz de forma tão intensa que “quando viajamos pelo mundo para lugares mais distantes (...) nossa experiência vivida é muitas vezes precedida por um conjunto

de imagens e expectativas adquiridas através da nossa prolongada exposição aos produtos da mídia” (THOMPSON, 2014, p. 61).

Essa mundanidade mediada modifica a própria percepção de distância, que é ressignificada quanto ao acesso aos acontecimentos mediados, por um lado, e pelos avanços nas tecnologias de transporte, por outro. Contudo, “o mundo foi se encolhendo em ambas as dimensões, mas mais rapidamente numa do que outras” (THOMPSON, 2014, p. 61), as mídias proporcionam uma aceleração superior quanto às ressignificações geográficas.

Pensar em ressignificação, contudo, é pensar também no impacto que ela proporciona na vivência do indivíduo, sua história e sua compreensão identitária. Para o sujeito diaspórico, como observado, a mídia se torna central na vivência em novo território, tanto para transportar o ouvinte sonoro para suas memórias passadas, através da música, como para aproximar o sujeito à família, amigos e aos acontecimentos longínquos, seja para acompanhar os principais fatos políticos, sociais e econômicos. Assim, é possível afirmar que a temporalidade e o distanciamento foram comprimidos na vivência diaspórica, favorecendo a saída do país de origem, que permanece próximo, vivenciado e relevante.

Algo que comprova essa percepção é a atuação intensa de muitos dos entrevistados em atividades políticas com foco na realidade brasileira. A exemplo do grupo Mulheres Contra o Fascismo, que se uniram com o intuito de se manifestarem contrárias às políticas do atual governo, ou as ações presenciais organizadas por grupos de brasileiros com o objetivo de questionarem políticas consideradas abusivas, políticos brasileiros contrários aos valores defendidos pelo grupo ou com o propósito de conscientizar sobre ações racistas ocorridas no Brasil ou a degradação do meio ambiente.

Em comum, essas ações revelam que, para o migrante, suas ações ainda repercutem no Brasil, mesmo que ele esteja a quilômetros de distância, em outro país e realidade sociopolítica. Essa certeza se pauta na própria ressignificação das distâncias, visto que as informações sobre acontecimentos ocorrem simultaneamente à execução do fato, sendo possível o posicionamento frente a questões que não mais impactam a realidade geográfica ao qual o sujeito está inserido.

É também buscando diminuir as distâncias que três entrevistados decidiram iniciar programas radiofônicos em Barcelona, com divulgação de música brasileira e, um deles, com foco na comunidade brasileira que vive na cidade catalã. Essas entrevistas são analisadas separadamente com o intuito de verificar pormenores relativos à produção midiática e não seu consumo.

5 RADIALISTAS EM BARCELONA

As entrevistas realizadas com os radialistas de dois programas radiofônicos com conteúdo sonoro brasileiro foram analisadas separadamente com o intuito de compreender os aspectos que compõem a produção e não apenas a recepção radiofônica. O local ocupado pela maioria dos entrevistados da pesquisa é de audiência e, como tal, eles ressignificam e reforçam perspectivas que possuem de si.

Contudo, os entrevistados radialistas, produtores midiáticos, vivenciam uma realidade dúbia, pois ocupam esse mesmo lugar de audiência, ao mesmo tempo que produzem conteúdos que auxiliam nessas ressignificações. Por isso a importância de compreender os pormenores envolvidos na produção radiofônica por brasileiros em território catalão. Os desafios impostos a esses radialistas são inúmeros e, muitas vezes, divergentes dos encarados em território nacional, assim como também são os motivos por trás do impulsionamento pela criação desses conteúdos.

O primeiro radialista entrevistado para a pesquisa foi Ruy Flávio, fundador da Rádio + Brasil. Essa primeira entrevista, além de ter ajudado a orientar as perguntas a serem feitas aos outros participantes, serviu para mapear alguns dos interesses dos brasileiros que vivem em Barcelona, visto a constante busca da rádio em sanar tais anseios. Posteriormente, realizou-se entrevista com o casal criador e fundador do *podcasting* Capirinha Libre, Kika Serra e Jayme Carlos, o Mic. Ambos os programas focavam na divulgação da música brasileira, porém, com diferenças consideráveis quanto aos objetivos que impulsionaram a criação e manutenção dos programas em território catalão. Vale

ressaltar que a Rádio + Brasil já não estava mais no ar no período da entrevista, porém, a Caipirinha Libre permanece ainda hoje.

As entrevistas realizadas com os três radialistas também permitiram compreender como se formam as demandas advindas da comunidade brasileira, principalmente no que concerne à relação com as mídias. As dúvidas, os pedidos, as cartas ou *feedbacks* recebidos por eles indicam alguns aspectos que formam essa realidade. Além disso, por estarem vivenciando a mesma condição que seus ouvintes, de diáspora, a interpretação realizada por eles a essas demandas também serve como forma de enriquecer a presente tese.

5.1 Rádio + Brasil

A Rádio + Brasil foi fundada em 2016 pelo radialista Ruy Flávio e o técnico em informática, com experiência em rádio, JC. O estímulo para a criação da rádio veio da vontade em atuar na área de formação, visto que Ruy, apesar da formação como radialista, quando se mudou para Barcelona, em 2007, não pôde exercer sua profissão e teve que trabalhar em áreas alternativas, a exemplo dos setores de construção civil, hotelaria, restaurante e cozinha. Porém, a não possibilidade de atuar na área de formação aumentava o sentimento de não pertencimento, visto que não via componentes identitários nas profissões impostas a ele.

Porém é o trabalho que você apenas mantém financeira sua casa, mas não mantém quem você realmente é. Então, um dia eu disse, um dia eu saio e vou fazer o que eu realmente amo, fazer rádio. Porém, não era o momento em si. Até que em 2016 a gente tomou a decisão de, quando me tornei legalmente no país, decisão de suprir essa necessidade da comunidade brasileira de ter uma rádio brasileira (FLÁVIO, 2019).

A ida para Barcelona em condição irregular foi um dos fatores que o aproximou de uma considerável parcela da comunidade brasileira, após ter sido acolhido por seus conterrâneos. Essa aproximação também o permitiu assimilar as necessidades expressas por esse grupo, a exemplo do auxílio profissional,

legal e da clara necessidade dos migrantes em realizar uma aproximação cultural objetivando o fortalecimento do senso de pertencimento.

Então, os programas de interesse do público brasileiro são os programas de saúde. A gente também ajudava as comunidades quando precisam de informações sobre o consulado. Utilizavam a emissora para, às vezes, falarem sobre alguns desserviços do consulado, alguns se queixavam, na maioria das vezes se queixavam um pouco dos serviços do consulado brasileiro, falta de horário para encontrar cita, usavam a rádio como canal também de reclamações. E também, claro, sobre trabalho, porque alguns empresários brasileiros utilizavam, alguns anunciantes, que tinham seus negócios e anunciavam na rádio, pediam também que a gente divulgasse sobre mão de obra mesmo. Se precisava de uma atendente para a loja, alguns restaurantes brasileiros que anunciavam com a gente pediam também auxiliar de cozinha para trabalhar, garçom. Do contrário, algumas pessoas também se utilizavam da emissora para dizer que estavam à disposição, brasileiros que estavam à disposição para trabalhar como cantor, como empregada doméstica, serviço de limpeza que é um serviço que é muito utilizado pelos brasileiros quando chegam na Espanha.

Pela irregularidade de sua condição de migrante, Ruy vivenciou uma marginalização de sua realidade diaspórica de maneira ainda mais evidenciada. A alteridade permeia consideravelmente a existência do migrante, contudo, quando possui dividendos jurídicos ou sociais, fortalece-se sobremaneira. A irregularidade do migrante o coloca em situação mais perceptível de vulnerabilidade social.

Talvez pelos desafios enfrentados por Ruy, fica evidente que o objetivo da Rádio + Brasil era de ser um ponto de acesso dos brasileiros à realidade catalã, de acolhimento e fornecimento de orientações quanto às demandas e necessidades no novo território. Obviamente, a música também serviu de fonte de conexão, pois, além de remeter a memórias e afetos, serviu para identificação do público majoritário de ouvintes da rádio.

Há uma predominância sim dos ouvintes serem mais de Goiás. Mas, enfim, o sertanejo está muito difundido no Brasil. Mas quando a gente fala em termos de população, proporcionalmente eu acho que o público sertanejo está mais em Goiás, Bahia, no sudeste brasileiro também, no interior de São Paulo. Eu acho que se eu fosse citar dois estados eu citaria Goiás e Rondônia, em proporção de pedidos de música dos que participavam, da nossa audiência. Mas tinha Bahia, extremamente, São Paulo, Rio de Janeiro, todo o país.

Quando questionado sobre o que engajava a audiência de migrantes brasileiros em Barcelona a ouvirem a rádio, Ruy trouxe três pontos principais: o

primeiro quanto ao contato com a língua e o sotaque; o segundo quanto ao orgulho de ouvir uma rádio brasileira em território catalão; e o terceiro quanto à tentativa de matar a saudade do país de origem. Percebe-se que os três aspectos foram destacados nas entrevistas realizadas com ouvintes radiofônicos, o que confirma tais percepções acuradas.

Quanto à língua e ao sotaque, o radialista observou maior engajamento e expressões afetivas quando a rádio recebia um convidado da cidade de origem do ouvinte que expressava, na fala, gírias reconhecidas da região. “Ouvir também aquele cantor que veio de Goiânia, de Goiás, falando uai, trem, hoje à noite convido vocês. Se sentiam mais próximos, sabendo que ele não estava fora, que este cantor estava aqui”.

Já a percepção do orgulho se dava na interação com os ouvintes, que se sentiam representados e orgulhosos de ouvirem uma rádio brasileira no exterior. “O orgulho, nacionalismo, existiam quando eles sabiam que havia uma rádio brasileira aqui. Que tinha um prédio fisicamente, que você podia conhecer a emissora, que você podia receber brindes, presente, que a gente sorteava”. Esse orgulho estava atrelado à saudade, visto que, ao ouvirem a rádio, a língua, os assuntos, o formato e, principalmente, os códigos simbólicos presentes no formato radiofônico brasileiro, os ouvintes experienciavam um nível de contato com o país de origem, transportados ao local reconhecível e, portanto, acolhidos pelo grupo afim.

O acolhimento do grupo afim de migrantes parece ser a tônica não apenas da Rádio + Brasil, como do próprio Ruy. A importância da comunidade brasileira, para ele, é evidente e, em certo nível, ser um representante desse grupo é motivo de muito orgulho ao radialista.

Por fim, outro aspecto observado por Ruy no engajamento da audiência foi quanto à profissão, mais especificamente ao fato de haver, em território catalão, profissionais que conseguiam exercer sua profissão de formação, como foi o caso do próprio Ruy. “Saber que têm profissionais, radialistas, locutores de rádios brasileiras, exercendo a profissão aqui. De certa forma acho que eles se identificavam, porque são muitos profissionais que não conseguem exercer a sua profissão”. Novamente, o observado pelo radialista condiz com o expresso pelos entrevistados quanto à realidade profissional como confirmadora da realidade diaspórica.

A observação quanto à profissão demonstra existir também uma valorização das conquistas dos indivíduos da comunidade, pois o crescimento individual desses componentes evidencia a possibilidade de melhoria para todo o grupo. Portanto, a possibilidade em trabalhar na profissão de formação existe, é uma meta possível de ser alcançada.

De acordo com Ruy, a conexão do rádio com os ouvintes ultrapassou o espaço da emissora e aproximou alguns desses brasileiros, que se reúnem com frequência em churrascos, festas, jogos de futebol e atividades afins. Esses encontros, nas palavras de Ruy, eram quando eles podiam ser mais brasileiros, o que remete a uma interpretação de que, ao longo da semana, pelas demandas de trabalho, eles eram os migrantes, sem características próprias, mas aos finais de semana eram brasileiros, eles mesmos. Essa interpretação reforça também a valorização da brasilidade observada nas entrevistas.

Final de semana é quando temos os horários livres, para lavar a alma, vamos dizer assim, para ouvir nosso sertanejo, é o nosso sextou. O sextou é o brasileiro sendo brasileiro. Sextou é passar no Mercadona, comprar nossa cervejinha, passa na carnesceria, compra o churrasco, vamos fazer pamonha, vamos fazer pão de queijo. Aí chama os amigos, telefone toca, se junta e deixa a fumaça subir, a fumaça da carne. Não generalizando, mas o que eu acompanho. Porque no final de semana é quando ligavam para rádio para pedir música, e quando eles ligavam diziam: 'Estamos aqui no churrasquinho, na minha casa...aniversário'. Você ouvia de fundo o sertanejo da rádio que estava tocando, ligavam para pedir o sertanejo, o modão.

A amizade criada entre Ruy e os ouvintes da rádio indica haver a predominância dos desafios da migração na seleção do grupo de afinidade. Os brasileiros se juntam, apoiando-se mutuamente, independente do papel representado pelos seus componentes. Isso demonstra não haver, na realidade radiofônica aqui analisada, o distanciamento entre emissor e receptor. A rádio serve, nesse sentido, fidedignamente, como meio que atende às demandas sociais de sua audiência.

Apesar dos esforços em atender o público brasileiro em Barcelona, Ruy não conseguiu manter a rádio no ar. Os gastos eram muitos e os funcionários que atuavam com ele precisavam manter outras fontes de renda para permanência na cidade catalã, não podendo dedicar muitas horas para a produção dos programas. Por isso, a rádio teve que fechar suas portas. Contudo, Ruy afirma ainda ter esperanças de que a rádio volte à ativa em breve.

Destaca-se que, apesar da Rádio + Brasil não estar mais no ar quando foi realizada a entrevista, isso em nada influenciou nos dados obtidos, visto que o observado pelo radialista em muito se relaciona com o observado nas entrevistas. Além disso, alguns dos entrevistados relataram conhecer a rádio, o que demonstra que, mesmo fechada, ela foi importante para a comunidade brasileira em Barcelona, afinal, como defende Ruy, a Rádio + Brasil foi a primeira rádio brasileira em território catalão.

5.2 Rádio Caipirinha Libre

O Caipirinha Libre é um programa de música brasileira que vai ao ar todas as quartas-feiras, na rádio Contrabanda, 91.4 FM às 18h (horário de Barcelona) e também é disponibilizado em formato de *podcast*. O Caipirinha Libre é fruto de um outro programa, fundado também por Kika Serra e Jayme Carlos enquanto ainda moravam em Londres, a Caipirinha Appreciation Society. Ambos os *podcasts* surgiram impulsionados pela vontade de levar música brasileira de qualidade para o público destes países, ou seja, o público de audiência almejada pela rádio não é de brasileiros, mas sim de estrangeiros. Isso fica evidente também na língua usada em ambos os programas, o inglês e o espanhol. O objetivo principal do *podcast* é apresentar músicas brasileiras além dos clichês.

O que moveu ele desde o princípio foi o desejo de comunicar para as pessoas que a música brasileira é muito mais do que se conhece e se sabe sobre ela, então ele inventou esse mote, “música brasileira além dos clichês” e isso é muito amplo, vai além dos clichês, pode ser moderno, pode ser antigo, pode ser maracatu, contanto que não seja aquilo que todo mundo entende e conhece que seja muito limitante da música brasileira.

Diferente da Rádio + Brasil, o objetivo e o foco da rádio não tinham relação propriamente com a comunidade brasileira, mas com públicos variados que tivessem interesse em conhecer músicas fora dos padrões tradicionalmente divulgadas como música brasileira. Contudo, os radialistas disseram que,

inicialmente, objetivavam conquistar o público brasileiro que vive em Barcelona, porém, por tocarem músicas diferentes, não tiveram tanta adesão.

Porque o que acontece, o imigrante em geral ele vai buscar uma coisa relacionada ao Brasil, seja um restaurante, comida, eventos, shows ou eventualmente um programa de rádio, porque ele tem saudade, e porque ele tem saudade ele está buscando uma coisa que ele conhece e nós não oferecemos coisas que as pessoas conhecem, a gente tem pouquinho, mas o nosso programa tem essa particularidade, então nós não fomos avassaladoramente abraçados pela comunidade daqui.

O observado por Kika e Mic conecta-se ao observado na pesquisa acerca da relação dos sujeitos diaspóricos com a música como forma de reativar memória, (re)acessar vivências e se transportar para um novo local. A busca por novas músicas pode sim ser realizada pelos migrantes, porém, o que os impulsiona a consumir tais produtos sonoros não é, necessariamente, a imprescindibilidade de conectar-se, de sentir-se pertencente.

Outro fator de diferenciação entre as duas emissoras é que a Caipirinha Libre não é o primeiro *podcasting* produzido pelo casal e nem o mais famoso. Kika e Mic tiveram muito sucesso com a Caipirinha Appreciation Society no começo da rádio, visto que começaram juntamente com a tecnologia do *podcasting*, em 2005, tendo muita visibilidade e sucesso. De acordo com os radialistas, ainda hoje, o Caipirinha Appreciation está entre o TOP 10 de *podcasts* mais ouvidos de música brasileira.

Como ele se estabelece em 2005, 2005 foi o ano que inventaram a tecnologia dos *podcastings*, então a gente já entrou direto nesse, quando as pessoas estavam descobrindo, comprando os IPods, não sei o que e tal, então teve uma capilaridade enorme, pelo programa ser em Inglês e por a gente estar desde do começo desta tecnologia, foram meses depois, foi no mesmo ano que a gente começou. Então, a gente testemunhou juntos um crescimento exponencial da nossa audiência e começou a trabalhar internacional (...) ele foi crescendo muito, durante o tempo que moramos no Brasil, nós fomos entrevistados pelo Globo, pela Folha, pelo Estado, pelo Canal Brasil, a gente teve realmente muita visibilidade.

Evidenciar o sucesso obtido com o produto produzido é importante pois mostra que o impulsionador para a criação da rádio não é a necessidade de trabalhar com a profissão de formação em território estrangeiro ou atender demandas da comunidade brasileira, mas sim divulgar diferentes camadas da cultura brasileira. Todavia, a própria busca em divulgar músicas brasileiras para

os estrangeiros evidencia certo grau de orgulho da cultura produzida no país de origem, como material de alta qualidade, que merece ser divulgado. Esse orgulho é destacado pela Kika, que afirma ser “o desejo de exportar o Brasil um lado que todo brasileiro tem um pouco, quanto você vai explorar aquilo que você tem e as outras pessoas não tem”.

A própria realidade como migrante do casal demonstra realidade bem distinta de vivência da alteridade. Ambos já tinham morado fora, em Londres, tendo experiência diaspórica. Esse conhecimento prévio fez com que tivessem certa vantagem e soubessem melhor quais caminhos percorrer para inserção na sociedade local, algo que foi expressado pela própria Kika. “Quando eu cheguei, eu cheguei logo adicionando todo brasileiro que morava aqui e que eu achava interessante, porque eram ouvintes em potencial para o programa, para nossas festas e tal”.

Os radialistas afirmaram produzir esporadicamente eventos presenciais e que esses costumam atrair sempre muitos componentes da comunidade brasileira. Ressaltam, todavia, que essa busca pelas festas não ocorre necessariamente pela afinidade com o programa, mas sim pela temática do evento.

Nossos eventos crescem, tem aquela coisa de contração e retração, de vez em quando são as festas ótimas, enormes e, às vezes, pode ser uma festa com meia dúzia de nossos amigos, mas ao mesmo tempo nós emplacamos o carnaval. O carnaval é uma festa que quase a gente pega um universo muito maior de brasileiros, a gente vê gente chegar ali que nós não esperaríamos que sejam ouvintes do Caipirinha Appreciation Society ou Libre, mas o que eles querem? Eles querem baile de Carnaval, que eles conheceram quando eram jovens, eles querem ir num lugar lá para dançar um frevo, se fantasiar e tal e coisa.

A presença da comunidade brasileira nas festas evidencia que, mesmo que o Caipirinha Libre não seja um programa que visa atender ou sanar demandas da comunidade brasileira, o fato de haver brasileiros com uma programação radiofônica/musical em território catalão os aproxima desse grupo, mesmo que seja para sanar a ânsia por participar de um baile de carnaval ou de uma roda de samba.

A própria produção de festas temáticas brasileiras, como de carnaval ou rodas de samba, demonstra haver um reforço da brasilidade também por parte desses radialistas. O consumo continuado de aspectos culturais do país de

origem não apenas intensifica a conexão dos ouvintes com o Brasil, mas também dos próprios produtores. A escolha por fazer uma rádio como essa já comprova os componentes identitários que impulsionam a produção.

Outra evidência dessa aproximação se deu no dia da realização da entrevista, em que foi possível acompanhar a gravação do programa (que também é transmitida ao vivo, via FM). O Caipirinha Libre, diferente de seu irmão famoso Caipirinha Appreciation Society, também possui raras entrevistas na programação. No dia em questão foi convidada uma integrante dos grupos Ciclo Mujeres e Mulheres Contra o Fascismo para falar sobre um evento que iriam realizar para a semana da Consciência Negra. A convidada compõe a comunidade brasileira em Barcelona, assim como a maioria das participantes de ambos os grupos, isso significa que o programa estava auxiliando na divulgação de evento predominantemente brasileiro.

Kika e Mic afirmaram que, vez ou outra, realizam entrevistas com cantores que irão realizar show em Barcelona ou auxiliam na divulgação do Dia do Brasil, evento que ocorre todos os anos em Barcelona, em setembro, e é o principal evento da comunidade brasileira atraindo um grande número de pessoas. Assim, mesmo não sendo o objetivo central do *podcasting*, há uma aproximação com as demandas evidenciadas pela comunidade brasileira, mesmo que parcialmente.

Essa conexão ultrapassa também o espaço da emissora, pois tanto Kika quanto Mic são membros dessa comunidade e atuam politicamente, socialmente e culturalmente para a manutenção desse grupo. Algo que é comprovado pela proximidade do casal com alguns dos entrevistados da pesquisa.

Outro fator de aproximação dos radialistas com a comunidade brasileira é a expressão política, mais especificamente o claro posicionamento político realizado por ambos nos programas ao vivo. Na entrevista, foi expresso que, em muitos programas, define-se as músicas de acordo com determinada temática e que, frequentemente, temáticas políticas são escolhidas. “A gente quer explicar a diferença entre golpe e não sei o que, entendeu? Então tem um lado doutrinador sim, se tem algum indeciso e alguém que não pensa muito em política, que nosso discurso possa tocar o coração”.

Ocorre, portanto, uma valorização dos acontecimentos ocorridos no Brasil, pois ambos se consideram porta-vozes, representantes brasileiros em

território catalão. Assim, possuem a responsabilidade em conscientizar a população estrangeira quanto às minúcias políticas brasileiras e quanto à diversidade cultural e musical existente no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos na presente tese, apesar de parecerem múltiplos, convergem para um mesmo objeto, que é compreender como ocorrem as ressignificações identitárias do sujeito diaspórico no consumo radiofônico. Para atender a esse objetivo, buscou-se mapear de forma ampla a realidade dos brasileiros entrevistados, de forma a criar um quadro que evidencia o que impulsiona tal consumo e quais afetos permeiam essa relação comunicacional.

Por isso, tem-se a análise do trabalho, da saudade, do orgulho, da vida como um todo desses sujeitos, daquilo que permeia e compõe a realidade diaspórica dos participantes da pesquisa. Contudo, o rádio e, principalmente, o sonoro, é central no objetivo descrito. Assim, faz-se necessário, no fechamento da pesquisa, realizar essa relação entre os dados obtidos, a fim de verificar se o objetivado foi cumprido.

Notabilizou-se, na análise das entrevistas, que os entendimentos de imigrante e imigração pelos entrevistados foram predominantemente negativos. Isso demonstra duas coisas: a primeira é a clara desvalorização de si como indivíduos diaspóricos, isso porque, mesmo que não houvesse uma identificação de si como tal, a realidade no qual estavam inseridos e as burocracias relativas à vivência migratória europeia, os lembraram dessa condição. Segundo que, ao assumirem seus papéis como imigrantes, e justamente por conceberem isso como algo negativo, buscavam hierarquizar essa realidade a fim de distanciarem-se de perfis migratórios desfavoráveis, a exemplo dos migrantes africanos e haitianos.

O distanciamento e a necessidade de demarcarem perfis migratórios mais favoráveis às suas condições foi um dos motivos identificados no reforço da brasilidade por parte dos entrevistados. Ao fortalecerem a identidade nacional, esses brasileiros conseguiam tanto explicitar suas particularidades como tal, marcando bem as diferenças frente aos sul-americanos em geral, como também conseguiam o afastamento buscado dos perfis migratórios mais criticados pelos europeus.

Uma das formas mais efetivas e prestigiosas de fazerem isso foi através do consumo da música brasileira. Havia nesse consumo duas esferas

importantes: a primeira quanto ao reforço de uma linguagem social específica, expressa pela música consumida; a segunda pela valorização da cultura brasileira, especificamente a música no mundo. Nesse sentido, a produção sonora remetia tanto ao país de origem e às memórias do passado, como também era fonte de orgulho para os migrantes frente à uma realidade que lhes é pouco favorável.

Um exemplo dessa desvalorização é a realidade de trabalho expressa pelos entrevistados. O subemprego e a não possibilidade de exercer a profissão de formação foram destacados nas falas dos participantes. Mesmo com a defesa das escolhas feitas, demonstrou-se ser, a possibilidade de galgar patamares profissionais ainda indisponíveis a eles, aquilo que indicará a aceitação pela sociedade do local de morada. Assim sendo, o subemprego indica a alteridade ainda presente da sociedade catalã frente aos migrantes brasileiros entrevistados.

O reforço da brasilidade surge, portanto, dessa necessidade dos sujeitos diaspóricos se destacarem frente à massa migratória. Outra forma muito efetiva de se fazer isso é através do consumo radiofônico, principalmente o do radiojornalismo. Curiosamente, os entrevistados que expressaram ouvir emissoras jornalísticas no rádio o faziam não por necessidade pessoal, mas sim grupal. Os brasileiros buscavam ouvir notícias advindas do país de origem a fim de informar amigos e conhecidos estrangeiros ou espanhóis. Era a necessidade de serem vistos como referência, como aqueles a quem vão buscar para saberem mais sobre o Brasil. Esse papel de embaixador informacional é uma clara indicação do reforço da identidade nacional.

Contudo, foi possível identificar que essa brasilidade reforçada pelo sonoro não era a mesma brasilidade manifesta pelos cidadãos brasileiros que ainda vivem no país. A diferenciação entre esses dois perfis foi realizada pelos entrevistados na criação de um entendimento de nós e eles. O nós é o brasileiro diaspórico e o eles é o que ainda vive no Brasil. A experiência migratória é o cerne da distinção. Por isso, a valorização da brasilidade pelos participantes se fundamentou exclusivamente no viés cultural, com a música, a comida, a língua, as festas. Os aspectos relativos à vivência no Brasil em si, ou a uma possível visão de mundo concebida pelos brasileiros que estão no país, diferia em muito dos olhares proferidos pelos participantes da pesquisa. Por isso, ao falar de

brasilidade na presente pesquisa, fala-se de uma concepção identitária muito particular da experiência diaspórica.

Por esse motivo, os dados aqui obtidos precisam serem adequadamente tensionados às bases teóricas, a fim de se criar uma clara relação entre os conceitos trazidos e os resultados observados, objetivando relacionar ambos. Isso porque o *corpus* teórico é complexo, amplo, mas se conecta perfeitamente às demandas trazidas pelos participantes da pesquisa.

Com isso em mente, separa-se, no presente capítulo, em uma breve análise, a relação dos dados com cada conceito central, isto é, rádio, afeto, memória, música, consumo cultural, identidade e brasilidade. Por fim, busca-se conectar todas essas relações realizadas em um quadro final, com o objetivo de verificar o atendimento ou não do problema de pesquisa.

O rádio, apesar de ter sido trabalhado pela sua perspectiva expandida, raramente foi reconhecido como tal pelos entrevistados. Porém, sua invisibilidade não estava atrelada apenas às formas de difusão em si, mas também aos programas radiofônicos tradicionais. Eles reconheciam ser rádio, por exemplo, o rádio *online*, mas desde que fosse de um programa que também estava presente no *dial*, como a CBN ou a Jovem Pan. Já os programas ouvidos em *podcasting*, como o Mamilos, não era reconhecido como rádio.

Isso demonstra haver na invisibilidade do rádio uma relação mais pautada na institucionalização do meio do que em suas formas de produção e difusão. O problema identificado no campo não possuía relação direta com as tecnologias usadas, apesar de isso ainda existir, mas sim com quais programas eram e quais não eram rádio. Isso se sobressaiu pela identificação do rádio nos formatos *online* e *Spotify*, com a difusão de programas já conhecidos, e na negação do rádio em formatos novos, que não estavam presentes no *dial*.

Outro aspecto importante identificado na relação com o rádio foi que a escolha pelo meio se deu, em predominância, pelas facilidades que ele proporciona quanto ao seu consumo. Os entrevistados estavam em trânsito, trabalhando ou em alguma outra atividade que exigia atenção enquanto consumiam as produções radiofônicas escolhidas. O tempo é assim valorizado pelo rádio, pois consegue-se manter o consumo midiático enquanto se divide a atenção com outros afazeres.

A escolha pelo rádio se deu também pela necessidade que os entrevistados possuíam do reconhecível. O meio permeou a história dos brasileiros participantes, sendo seu consumo uma forma de resgate dessa história. A relação com predominância afetiva era pautada pelo acesso à voz que acolhe, ao sotaque que recorda e a língua que reconecta. Buscava-se não o conteúdo em si, mas a memória e o afeto que eram ativados pelos programas escolhidos.

Destaca-se, contudo, que o conteúdo também foi apontado como relevante para alguns dos entrevistados, porém, o que impulsiona o consumo do rádio em si não é tanto a informação, que pode ser encontrada em outros meios, mas sim àquilo que o rádio representa na história pessoal do sujeito diaspórico e ao que ele remete. Logo, a conexão entre o ouvinte e o meio se dá pelo vínculo afetivo.

Tem-se, portanto, uma conexão clara entre o rádio e seu consumo com o afeto. Somado a isso, ao longo das entrevistas, observou-se que o afeto era sempre relacionado à memória, isso porque era no resgate de memórias do passado que o brasileiro diaspórico sentia-se conectado à família, aos amigos e ao próprio país de origem, o Brasil. O afeto é assim vinculado à memória, sendo os dois conceitos trabalhados em conjunto.

O afeto, descrito pelos entrevistados, pode ser visto como ato racional, porque a busca pela ativação dos afetos no consumo se dava, predominantemente, de forma lúcida, com o objetivo de alcançar determinados resultados. Quando questionados sobre o porquê consumiam programas radiofônicos brasileiros, os entrevistados sabiam descrever, com clareza, os motivos que os impulsionavam a tal consumo. Isso mostra haver uma clareza racional sobre atos que desencadeiam emoções e memórias.

A busca pela ativação mnemônica foi descrita pelos participantes como uma forma de se reconectar à essência daquilo que são, a memória confirmava ou reforçava a percepção que esses sujeitos tinham de si mesmos, de sua identidade. A memória destaca-se, portanto, por evidenciar características que são ricas aos sujeitos diaspóricos por resgatar os vínculos de reconhecimento.

No entanto, é preciso ressaltar que, apesar do rádio ter grande importância na pesquisa realizada, foi a música que mais se destacou nas entrevistas. Todos os 20 entrevistados priorizavam a música no processo

afetivo-mnemônico-identitário descrito. Era por intermédio da música que ocorriam mais intensamente as vinculações afetivas com o país de origem. Apesar do objetivo da tese ser analisar a relação com o rádio, não foi possível ignorar a clara evidência da música como central, algo que trouxe dados não esperados para a pesquisa. Os resultados obtidos enriqueceram a análise realizada e mostraram ser a conexão sonora de vital importância no problema da pesquisa.

Ao defrontar a centralidade da música como resultado da etapa empírica, foi preciso questionar os motivos atrelados a tal predominância. Descobriu-se que a música permite um maior envolvimento afetivo e mnemônico, pois possui múltiplas possibilidades de interpretação. A música, ao contrário do conteúdo noticioso, é apropriada mais facilmente à rotina e realidade do ouvinte. É por isso que ela é tão relevante aos brasileiros que vivem em Barcelona.

Além disso, a vinculação cultural através da música valoriza o brasileiro perante uma realidade que lhe é pouco favorável, a exemplo da vivência diaspórica. Ao encarar em Barcelona uma realidade de maior estruturação social e econômica, o brasileiro sente-se depreciado como componente de uma realidade socioeconômica bem diferente. A música brasileira, frente às produções europeias, destaca-se pela sua qualidade e reconhecimento, dando ao brasileiro a distinção desejada.

A música e o rádio são dois componentes significativos nas ressignificações identitárias, porém, não são os únicos. Foram evidenciados pelos entrevistados outras formas de conexão com o país de origem, a exemplo da comida, das festas, dos grupos de *WhatsApp*. Essas outras conexões convergem com as dimensões do consumo propostas por Canclini, o consumo como lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital, como lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social, como lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos, como sistema de integração e comunicação, como cenário de objetivação dos desejos e como processo ritual (CANCLINI, 2012).

A disputa pelos produtos sociais se destaca na relação dos entrevistados com a música, principalmente nas falas que afirmam ser a música brasileira muito superior às demais, de muito mais qualidade. Esse aspecto também é destacado na busca pela ocupação de espaços tanto digitais, com a criação de

grupos para brasileiros que vivem em Barcelona, como da cidade, com a organização de eventos para brasileiros ou com expressões culturais brasileiras.

As distinções simbólicas também são contempladas por esses eventos, visto serem uma forma de destacar a brasilidade que une os componentes do grupo social. Porém, o que impulsiona os brasileiros entrevistados no que tange ao consumo radiofônico e musical, além dos eventos citados acima, é a aproximação dos sujeitos componentes do grupo de brasileiros migrantes. É a socialização dos sujeitos que vivenciam desafios similares, apesar de não iguais, e que carregam códigos sociais aproximados que estimula o consumo simbólico ou midiático.

O consumo como processo ritual é encontrado na fala dos entrevistados quando afirmam que a música brasileira diz sobre quem eles são ou o que os deixam felizes ou com força para encarar o dia. Nesse sentido, a música entra como uma forma de hierarquizar os símbolos e, ao mesmo tempo, atender às demandas íntimas que compelem ao consumo.

As dimensões observadas facilitam também o entendimento sobre como se dá a vinculação entre o consumo radiofônico e musical com o processo de ressignificação identitária. Isso porque, ao reforçar os símbolos e códigos sociais, com o intuito de aproximar o grupo afim e marcar as diferenças na condição de migrante, os aspectos relativos ao entendimento de si a partir de fatores nacionais também são reforçados. A brasilidade é evidenciada pela necessidade do migrante de diferenciar-se de outros migrantes e de se aproximar dos sujeitos afins.

Essa talvez tenha sido a maior surpresa identificada na tese, o da ressignificação identitária através do consumo de produtos sonoros brasileiros ocorrer através do reforço da brasilidade. Tinha-se por hipótese de pesquisa que o consumo radiofônico era uma forma de ressignificar o entendimento que o sujeito tem de si, porém, esperava-se que tal processo ocorreria pelo tensionamento entre ser brasileiro e ser espanhol, ou ao menos um componente da sociedade espanhola. Entretanto, o que se observou foi que a diferenciação como migrante é central na vivência dos entrevistados pois a inserção completa na sociedade espanhola não é possível, eles serão sempre migrantes. Assim, torna-se mister, ao menos, destacar-se entre a massa migrante vivente em Barcelona.

A brasilidade sobressai nas entrevistas em vários momentos, percorrendo os argumentos utilizados pelos participantes para justificar o consumo de produtos sonoros brasileiros, sendo encontrado também na necessidade que eles tinham de estar em contato com outros brasileiros migrantes de Barcelona, estando nos argumentos sobre as festas brasileiras ou sobre os restaurantes brasileiros. A grande maioria dos 20 entrevistados, além de ouvir músicas e rádios brasileiras, também tinha grupos próximos de amigos brasileiros, frequentava muitas festas e restaurantes brasileiros, isto é, o consumo dos produtos nacionais ia além dos sonoros.

A brasilidade reforçada, como já dito, é diferente da brasilidade identificada nos brasileiros que ainda vivem no Brasil, é a construção de uma identidade brasileira que não é pautada no país de origem em si, mas na vivência em condição diaspórica. Tal fato surgiu nas entrevistas nos momentos em que os participantes distinguiram a realidade deles, como migrantes, da realidade dos familiares e amigos que permaneceram no Brasil.

Foi observado que a vivência em condição de diáspora para os entrevistados é uma experiência que modifica a visão de si e do mundo, sendo, portanto, algo que os diferencia daqueles compatriotas que ainda não vivenciaram tal condição. O acesso a diversas línguas, a possibilidade de conhecer outros países, de viver em um país com uma realidade sociocultural e econômica diferenciada, tudo isso contribui para esse sentimento.

A brasilidade aqui descrita é, portanto, uma construção necessária de si, ocorrida na condição diaspórica para que haja uma diferenciação frente aos Outros, sejam esses sul-americanos, europeus, africanos. Porém, a diferenciação é também frente aos outros brasileiros, os que ainda vivem no país de origem, sendo tal concepção identitária pautada não apenas nos componentes culturais do Brasil, mas na absorção de tais componentes em uma realidade outra, na vivência migratória.

Essa distinção traz ao conceito de brasilidade uma outra dimensão, que não corresponde à noção de identidade pautada no nacional, mas sim na construção de determinadas características de si como forma de evidenciar-se frente a uma realidade pouco favorável, de alteridade. A brasilidade na vivência diaspórica, apesar de não ser única ou fixa, é uma construção de si impulsionada pela necessidade de pertencer a um determinado grupo, a um grupo que possui

características únicas que os diferenciam dos brasileiros que ainda vivem no Brasil.

Para adequada finalização da tese, faz-se necessário mapear os objetivos iniciais, assim como as hipóteses levantadas, a fim de verificar se foram adequadamente respondidas e confirmadas. Assim, recupera-se aqui ambos: o objetivo central foi o de analisar como o consumo sonoro, por parte dos brasileiros que vivem em Barcelona, auxilia na ressignificação identitária desses sujeitos. As hipóteses levantadas foram a de que o principal impulsionador do consumo radiofônico é a necessidade de vinculação afetiva por parte dos sujeitos diaspóricos e a de que o consumo de produtos sonoros brasileiros opera como forte fonte de ressignificações identitárias na realidade do migrante que enfrenta, pela sua própria existência diaspórica, uma realidade transitória contínua.

Quanto ao objetivo, identifica-se que foi respondido com o resultado final obtido. Porém, a resposta ao problema trouxe outras esferas para a pesquisa, não esperadas, a exemplo da música e da brasilidade. Apesar disso, foi possível compreender como tais ressignificações ocorrem no consumo radiofônico e musical, no consumo sonoro.

A proposta de analisar algo tão subjetivo, como a ressignificação identitária no consumo radiofônico, só foi possível através da realização das entrevistas semiestruturadas. Foi apenas no contato direto, pessoal e, de certa forma, de confiança com os participantes que se tornou viável identificar características tão complexas. No entanto, foi apenas após a entrada no campo que se identificou esse fato, verificando que era o método de entrevista que permitiria o mapeamento aqui proposto. Por esse motivo, optou-se por descartar outros métodos empíricos, a fim de tirar maior proveito do que estava funcionando na pesquisa.

O projeto inicial da pesquisa previa a aplicação de duas metodologias de coleta, sendo a primeira a entrevista semiaberta e a segunda o diário de consumo. O primeiro entrevistado para a pesquisa chegou a receber o diário de consumo, contudo, após aproximação do campo empírico e compreensão dos perfis dos participantes, compreendeu-se que os diários não seriam preenchidos e existiria menos engajamento para participação da pesquisa, além de identificar

que o método não traria quantidade considerável de novos resultados para análise.

Com isso em mente, foi necessário, ao longo da realização empírica, adaptar o projeto de acordo com a realidade encontrada. As entrevistas foram realizadas e, em avaliação posterior, foi possível verificar que elas trouxeram uma grande quantidade de dados que serviram para atender aos objetivos da tese. Assim, optou-se por manter apenas uma metodologia de coleta.

A realização das entrevistas de acordo com a disponibilidade dos entrevistados, tanto quanto a data, hora e local, também foi fundamental, porque os participantes escolhiam locais que lhes eram reconhecíveis e onde se sentiam mais seguros e à vontade, o que facilitou a conexão entre pesquisador e pesquisado e trouxe mais consistência para os resultados. Além disso, a realidade da pesquisadora como brasileira vivendo em Barcelona foi de grande relevância para o reconhecimento, por parte dos entrevistados, de uma componente do mesmo grupo migratório. Esse reconhecimento demonstra-se importante visto o sentido atribuído à brasilidade na vivência diaspórica dos participantes.

A brasilidade, apesar de ser um conceito que diz respeito ao reforço da identidade nacional, foi aqui ressignificada. Os migrantes entrevistados expressavam uma brasilidade única, que não tinha conexão necessariamente com o país de origem, mas sim com o grupo com o qual se relacionavam, isto é, os brasileiros migrantes como uma esfera particular de expressão dos componentes identitários do país de origem.

Essa manifestação única esteve presente em toda a tese, percorrendo os reforços dessa vinculação pela música, o rádio, a comida, as festas, mas ao mesmo tempo evidenciando o afastamento e as diferenciações já identificadas em si quando comparado aos compatriotas que ainda vivem no Brasil. Esse movimento de reconhecimentos e desigualdades é fundamental para a construção perceptiva de si, sendo, portanto, o cerne das ressignificações identitárias buscadas na presente análise.

As hipóteses de pesquisa foram, portanto, confirmadas. O afeto claramente é o principal impulsionador do consumo sonoro, principalmente pelo efeito que gera quanto à recuperação de memórias do passado e pela sensação de transporte a uma realidade já vivida. O consumo de produtos sonoros é

realmente uma forte fonte de ressignificação identitária. Contudo, essa ressignificação se deu pela reinterpretação de uma composição identitária prévia, de uma concepção de brasilidade nova, que atende a questões relativas à experiência migratória desses indivíduos e não a uma relação direta entre identidade e nação. Por isso, a crítica realizada pelos pesquisadores de identidade quanto à concepção de nação como determinadora da compreensão de si é reforçada pelos resultados aqui obtidos. A brasilidade reforçada afasta-se do Estado e ganha características específicas do grupo a qual se refere, tensionando-se, obviamente, a outras múltiplas concepções identitárias que compõem esses sujeitos.

A condição de diáspora revelou aspectos identitários únicos do grupo analisado. A realidade de alteridade em que vive o migrante, de transição continuada, faz com que a perspectiva de si seja constantemente confrontada com fatos que lhe são pouco favoráveis, que mesclam o preconceito e a violência, à aceitação parcial pela sociedade local. A brasilidade, nesse caso, surge como forma de se posicionar, com suas características particulares, frente a uma realidade que lhes quer uniformizar.

Por isso, acredita-se que caso a pesquisa fosse realizada em outro país ou cidade, os resultados seriam muito aproximados, pois as características espanholas e/ou catalãs pouco tiveram impacto nos resultados colhidos ao longo da realização da tese. A realidade como migrante, em contrapartida, foi decisiva para criação do quadro observado. Exemplo disso são algumas das referências bibliográficas usadas na presente tese que possuem resultados aproximados dos obtidas aqui em pesquisas realizadas com migrantes brasileiros, mas em outros países. Isso demonstra que a realidade migratória é superior na análise das ressignificações identitárias.

O sonoro serviu como filtro para a pesquisa realizada, pois através dele foi possível verificar os mecanismos utilizados pelos participantes que vivem em Barcelona em situação de diáspora frente ao tensionamento existente na elaboração da brasilidade. A relação do som com a produção de afetos e da recuperação de memórias introduziu à análise camadas diversas que compõem a vivência do migrante, permitindo maior aprofundamento.

Apesar do objetivo central ser o rádio, foi o sonoro que se destacou de forma a validar-se como fulcral na análise proposta e isso se deu por dois

motivos. O primeiro pela não identificação do rádio como meio consumido. Dos entrevistados, apenas três prontamente expressaram consumir rádio. Os outros, apesar de ouvirem *podcasts* informativos, rádio no *Spotify* ou no *Youtube*, não assumiam ouvir rádio. Segundo que, de acordo com as entrevistas, a música é a principal fonte sonora consumida pelos participantes. E a música não necessariamente precisa ser ouvida pelo rádio, as *playlists* pessoais do *Spotify*, por exemplo, comprovaram ser muito mais utilizadas.

A relação do sonoro com a ressignificação identitária só foi constatada após a transcrição das 20 entrevistas realizadas, momento em que se tornou plausível avaliar a quantidade de dados obtidos de forma mais consistente. Foram 300 páginas que exigiram análise cuidadosa para a criação das categorias. Nesse momento, foi determinada a necessidade de se obter um *software* capaz de auxiliar na organização dos dados, mas algo que fosse voltado também para pesquisas qualitativas, como a realizada aqui. Com isso em mente, optou-se pelo *Atlas.ti*. O *software* foi de grande auxílio, contudo, foi a observação do campo e a compreensão das relações realizadas pelos entrevistados os aspectos determinantes para a definição das categorias aqui apresentadas.

Os perfis diversos dos entrevistados trouxeram dados complexos, mas muito interessantes ao proposto na tese. Compreendeu-se, por exemplo, que o período de tempo em que o sujeito diaspórico se encontrava fora do país de origem demonstrou ser irrelevante quanto aos motivos que o impulsionavam tanto a consumir produtos sonoros brasileiros, como a estar em conexão com a comunidade brasileira. Foi possível mapear que quanto mais forte a cultura do local de origem no Brasil, maior era a conexão quando fora dessa mesma cultura – algo que foi evidenciado, principalmente, na fala dos brasileiros originários do Rio Grande do Sul. Observou-se, contudo, que quanto maior era o período morando em Barcelona, maior era o afastamento frente aos brasileiros que permaneciam no Brasil, principalmente naquilo relativo à formação identitária em si, no reforço da brasilidade.

Tudo isso indica que a escolha pelos perfis diversos trouxe uma riqueza de observações à tese, permitindo chegar aos resultados finais, respondendo de forma ampla ao problema da pesquisa. A opção poderia ter sido diferente, optando-se apenas por determinados perfis nas entrevistas que demonstrassem

serem mais próximos. Porém, entende-se que a diversidade oportunizou a abordagem do tema proposto por vários vieses. Além disso, entende-se que a pluralidade de representantes de diferentes idades, advindos de múltiplas regiões de origem e com distintos períodos de tempo fora do país de origem pouco influenciou na análise proposta, ou seja, os resultados analisados em conjunto foram muito aproximados no que se refere à ressignificação identitária no consumo radiofônico.

Ressalta-se que a realização da presente pesquisa só foi possível pela ocorrência do doutorado sanduíche, com bolsa CAPES PrInt. Nos seis meses em Barcelona toda a etapa empírica foi efetuada, com as 20 entrevistas semiabertas, com o envio prévio de questionário e com a oportunidade de conhecer a comunidade brasileira que vive na cidade catalã. Foi apenas após a realização da etapa empírica que se tornou reconhecível, de forma clara, os percursos da pesquisa, desde a estruturação teórica até a realização e categorização empírica.

Por isso, a estrutura teórica da tese foi revista após os seis meses descritos, a fim de atender mais adequadamente aos resultados obtidos. Como dito, a música e a brasilidade foram conceitos que surgiram apenas após a análise dos resultados e acabaram por se tornarem centrais na presente pesquisa.

Concebe-se que é importante destacar aqui alguns dos problemas encontrados ao longo da realização da pesquisa, visto que eles, mesmo que em menor grau, tiveram impacto no resultado final. Aponta-se aqui o baixo índice de respostas obtidas no questionário e a predominância de perfis de mulheres, com mais ou menos 30 anos, oriundas ou da região Sul ou Sudeste. Apesar de entender que nenhum dos dois problemas foram consideravelmente graves, compreende-se que, caso tivesse existido um maior número de respostas no questionário, a escolha pelos perfis teria sido realizada mais facilmente e se poderia ter uma diversidade maior de entrevistados. A própria predominância do perfil citado pode ter sido resultado desse baixo índice de respostas, além da identificação com o perfil da pesquisadora.

Contudo, a posição ocupada pela autora, de brasileira em situação temporária de diáspora, foi o que permitiu um nível maior de conexão com os entrevistados. A identificação da entrevistadora como componente do grupo

migratório concedeu a essa um papel importante e único, que provavelmente não existiria caso as entrevistas fossem realizadas à distância. Por isso, a oportunidade de permanecer em Barcelona por seis meses foi fundamental para os resultados da pesquisa aqui disposta.

Ainda assim, pela complexidade da pesquisa realizada, há alguns desdobramentos que não foram possíveis de serem realizados aqui, mas que podem ser aproveitados em pesquisas futuras de forma mais aprofundada. Sublinham-se dois exemplos. O primeiro é a relação da música como ativador de memórias afetivas na (re)conexão do imigrante com sua terra natal. Apesar dessa relação ter sido abordada na tese em decorrência da centralidade que a música surgiu na fala dos entrevistados, identificou-se que há alguns desdobramentos possíveis de serem realizados, inclusive com grupos migratórios de países distintos, a fim de verificar se há no consumo musical uma conexão mais intensa do sujeito diaspórico com seu país de origem e com o fortalecimento de uma identidade nacional.

Outra possibilidade que se apresenta é a de aprofundar a análise sobre a brasilidade como perspectiva identitária diferenciada na vivência do brasileiro migrante. Na busca por referências teóricas sobre brasilidade, observou-se poucas pesquisas que abordem essa diferenciação, identificando assim uma lacuna importante a ser preenchida. Há a possibilidade, inclusive, de analisar o fortalecimento da brasilidade em grupos que vivem em diferentes países ou entre brasileiros migrantes e brasileiros que vivem no Brasil.

A tese de conclusão do doutorado aqui finalizada deixa, portanto, importantes fios condutores para futuras pesquisas, permitindo a permanência do foco nas temáticas aqui propostas pela pesquisadora da presente pesquisa.

REFERÊNCIAS

ABREU, João Baptista. **Rádio e formação de mentalidades**: testemunha ocular da guerra psicológica na América Latina. 2004. 236 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO, 2004.

AZEVEDO, Eliane Marchetti Silva. Os imigrantes e as ressignificações identitárias: ambivalência da brasilidade. **Ponto e Vírgula**. São Paulo, n. 20, p. 06-22, 2016.

BARRETO FILHO, Eneus Trindade; RODRIGUES, Maria Clotilde Perez. O lugar do sujeito consumidor entre mediações e mídiatizações do consumo: uma perspectiva latinoamericana. In: Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. XXV. **Anais...** Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 7 a 10 de junho de 2016.

BARTH, Fredrik. "Grupos Étnicos e suas Fronteiras", in P. Poutignat; J. StreiffFenart. **Teorias da Etnicidade**. São Paulo, Editora Unesp, 1998.

BASTOS, Manoel Dourado. Fragmento sobre música e linguagem: Theodor Adorno. **Trans/Form/Ação**. São Paulo, n. 31(2), p. 167-171, 2008.

BENASSI, Claudio Alves e VICTORIO, Roberto P. Música e linguagem: da teoria dos afetos aos novos olhares através das "lentes conceituais bakhtinianas". **Revista Diálogos**: linguagens em movimento. Caderno Música, Arte e Cultura, ano II, n. I, Cuiabá, 2014.

BENTO, Artur Monteiro. **Memória, Espaço e Identidade**: a experiência de imigrantes caboverdianos no Rio de Janeiro (1950-1973). 2009. 203 f. Tese (Doutorado em Memória Social) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO, Escola de Memória Social, 2009.

BERGSON, H. **As Duas Fontes da Moral e da Religião**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

BEZERRA, Amélia Cristina A. Cidade, festa e identidade em tempo de espetáculo. In: AR-RAIS, Tadeu Alencar; GONÇALVES, Claudio Ubiratan; NASCIMENTO, Flávio Rodrigues do. **Itinerários Geográficos**. Niterói: EdUFF, 2007, p.176.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BOMFIM, Zulmira Áurea Cruz. **Cidade e Afetividade**: Estima e construção dos mapas afetivos de Barcelona e de São Paulo. Fortaleza: UFC, 2010.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Los estudios sobre Comunicación y Consumo: El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores**. Colômbia: Diálogos, 2012

CANCLINI, Néstor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores & Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. UFRJ, Rio de Janeiro, 1999.

CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, Rose de Melo. **Consumo Midiático e Culturas da Convergência**. São Paulo: Mito, 2011.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CAIXETA, Sheila Couto. **Memória e identidade em narrativas de migrantes: A chave de casa de Tatiana Salem Levy e Azul-corvo de Adriana Lisboa**. 2014. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Literatura. Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16118/1/2014_SheilaCoutoCaixeta.pdf
f. Acesso em: 27/01/2021

CEBRIÁN HERREROS, M. **La Radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil**. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Vozes: Petrópolis, 2017

COSTA, Samira; CASTRO E SILVA, Carlos Roberto. Afeto, memória, luta, participação e sentidos de comunidade: **Pesquisas e Práticas Psicossociais**, 10(2), São João del-Rei, julho/dezembro, p. 284-294, 2015.

COUTINHO, Maria Chalfin; KRAWULSKI, Edite; SOARES, Dulce Helena Penna. Identidade e trabalho na contemporaneidade: repensando articulações possíveis. **Psicologia & Sociedade**, vol. 19, 2007

CRAPANZANO V. **Réflexions sur une anthropologie des émotions**. Paris: Terrain, 1994

CRISTOFFANNI, Pablo R. Identidad mexicana e interculturalidad em Octavio Paz. In. CRISTOFFANNI, Pablo R. (Org.). **Identidad y otredad em el mundo de habla hispánica**. Dinamarca/México: Universidad de Aalborg/Universidad Autónoma de México, p. 39-102, 1999

CIAMPA, A. da C. **A estória do Severino e a história da Severina: Um ensaio de Psicologia Social**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

CIAMPA, A. da C. Identidade humana como metamorfose: A questão da família e do trabalho e a crise de sentido do mundo moderno. **Interações**, 3(6), p. 87-101, 1998.

DAMÁSIO, António. **Ao encontro de Espinosa**: as emoções sociais e a neurologia do sentir. Mem Martins: Publicações Europa-América, 2003

DAMÁSIO, António. **O erro de Descartes**: emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

DAURE, Ivy; REYVERAND-COULON, Odile; FORZAN, Sabine. Relações familiares e migração: um modelo teórico-clínico em psicologia. **Revista Psicologia Clínica**. Rio de Janeiro, vol. 26, n. 1, p. 91-108, 2014.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do Sentido**. São Paulo: Salinas Fortes, 1988.

DIOGO, Cardoso; et al. Espacialidades e ressonâncias do patrimônio cultural: reflexões sobre identidade e pertencimento. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**. Portugal, n. 11, p. 83-98, 2017

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **El mundo de los bienes**. Hacia una antropología del consumo, México: Grijalbo Conaculta, 1990.

DREYFUS, Hubert L; ROBINOW, Paul. **Michel Foucault**: beyond structuralism and hermeneutics. Brighton: Harvester, 1982.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In. DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. Atlas: São Paulo, 2015.

ELHAJJI, Mohammed. Mapas subjetivos de um mundo em movimento: migrações, mídia étnica e identidades transnacionais. **Eptic**, vol. XIII, n. 2, 2011.

ELHAJJI, Mohammed; MALERBA, João Paulo. Dos Usos Comunitários da webradiofonia no contexto migratório transnacional. **REMHU - Rev. Interdiscip. Mobil. Hum.**, Brasília, Ano XXIV, n. 46, p. 109-127, 2016.

ERTHAL, Ana Amélia. **Branding Sensorial**: percepções sensoriais que afetam as identidades das marcas. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

ESCOSTEGUY, A. C. Estudos Culturais. In. HOHLFELDET, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, p. 151-170, 2015.

FARIA, Ederson; SOUZA, Vera Lúcia Trevisan. Sobre o conceito de identidade: apropriações em estudos sobre formação de professores. **Revista da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional**. São Paulo, v.15, n.1, p.35-42, 2011.

FELIPPI, Angela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em zero hora**. 2006. Tese (doutorado em Comunicação Social) - Faculdade dos Meios de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.

FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta metodológica para pesquisar a história do rádio no Brasil. In. MARQUES DE MELO, José; PRATA, Nair. **Radialismo no Brasil: cartografia do campo acadêmico** (Itinerário de Zita, a pioneira). Florianópolis: Insular, 2015, p. 135-151.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 173-18, 2010.

FERRARI, Marian A. L. O papel da diferença na construção da identidade. **Boletim de Psicologia**. São Paulo, v.55, n. 124, 2006.

FIDLER, R. **Mediamorfosis: comprender los nuevos medios**. Buenos Aires: Granica, 1997.

FIGARO, Roseli. Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. In. FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. São Paulo: Salta, p. 7-137, 2013.

FIGARO, Roseli. **Relações de Comunicação no Mundo do Trabalho**. São Paulo: Annablume, 2008.

FORNARI, José. Percepção, cognição e afeto musical. In. KELLER, Damián; BUDASZ, Rogério (Org.). **Criação musical e tecnologias: teoria e prática interdisciplinar**. ANPPOM: Manaus, 2010, p. 6-38.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Discurso de identidade, discurso de alteridade: a fala do outro. In: _____ (org.). **Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver**. Autêntica: Belo Horizonte, 2002.

FRANCISCA DA SILVA, G. **A memória coletiva**. Aedos, Porto Alegre, v. 8, n. 18, 2016, p. 247-253.

FREITAS, Ricardo. **Da cidade-espetáculo à cidade-mercadoria: a comunicação urbana e a construção da marca RIO**. ECO-Pós: Rio de Janeiro, p. 49-65, 2013.

FRITH, S. "Music and identity". In: HALL, S.; GAY, P. du. (Eds.). **Questions of cultural identity**. London: Sage Publications, 1996.

GADRET, Débora Thayane de Oliveira Lapa. **A Emoção na reportagem de televisão**: as qualidades estéticas e a organização do enquadramento. Tese. Doutorado em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 189 f., 2016.

GIDDENS, Anthony. **The consequences of modernity**. Cambridge: Polity Press, 1990.

GOMES, Adriano Lopes; RODRIGUES, Edivânia Duarte. **Rádio e Memória**: as narrativas orais na reconstituição da história da Rádio Poti. Natal: EDUFRN, 2016.

GONZÁLEZ, J. **Ensayos sobre realidades plurales**. México: CNCA, 1994.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. Centauro: São Paulo, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HARGREAVES, David J.; MIELL, Dorothy; MACDONALD, Raymond A.R. What are musical identities, and why are they important? In: MACDONALD et cols. **Musical Identities**. New York: Oxford, 2004.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**. São Paulo, v.8, n.1, p. 45-64, 2014.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Ed. Estação das Letras e Cores, 2010.

HJARVARD, Stig. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**. São Paulo, v. 8, nº 1, p. 21-44, 2014.

JACKS, N.; RONSINI, V. M. Pensamento contemporâneo latino-americano. In: CITELLI, A.; et al. **Dicionário de Comunicação**: escolas, teorias e autores. Contexto: São Paulo, p. 349-358, 2014.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Ecuador: CIESPAL, 2019.

JANSSON, André. The mediatization of consumption: towards an analytical framework of image culture. **Jornal of Consumer Culture**. London, v.2, p. 5-31, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Aleph: São Paulo, 2009.

JOHN, Valquiria Michela. **Mundos possíveis e telenovelas**: memórias e narrativas melodramáticas de mulheres encarceradas. 2014. 200 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRG, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, 2014.

KAPLÚN, Mario. A natureza do meio: limitações e possibilidades do Rádio. In. MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. **Teorias do Rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, vol. II, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MODESTO, Cláudia Figueiredo. Interação e mediações: instâncias de apreensão da comunicação radiofônica. **Questões Transversais**: revista de epistemologias da comunicação, vol.2, n. 3, p. 12-20, janeiro-junho, 2014.

LE BRETON, David. **As paixões ordinárias**: antropologia das emoções. Petrópolis: Vozes, 2009.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas: Martim Afonso, 1992.

LEVI-STRAUSS, Claude. **As Estruturas Elementares do Parentesco**. Petrópolis, Vozes, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e Recepção: algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Revista Matrizes**. São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014.

LOPEZ, Debora Cristina; QUADROS, Mirian Redin. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Famecos**. Porto Alegre, v. 22, n.3, p. 164-181, 2015.

MACHIOSKI, Fábio Luiz. Entre os múltiplos "lá" e "cá": a pluralidade e a transitoriedade da identidade etnocultural dos imigrantes italianos em Curitiba no final do século XIX. **Revista de História Regional**. Ponta Grossa, n. 23, p. 279-300, 2018.

MAIA, Bárbara; KISCHINHEVSKY, Marcelo; MONCLÚS, Belén. Vínculos sonoros na diáspora: Investigando a teia de afetos entre migrantes e o rádio

expandido. **E-Compós**, Ahead of Print, Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2229>. Acesso em: 17 de fevereiro de 2021. DOI. <https://doi.org/10.30962/ec.2229>.

MARCONDES, Danilo. **Iniciação à história da filosofia**: dos pré-socráticos a Wittgenstein. Jorge Zahar: Rio de Janeiro, 1997.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: Sousa, Mauro Wilton (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo. Brasiliense, 1995.

MARTIN-BARÓ, I. **Acción e ideología**: Psicología social desde Centroamérica. (2. ed.). San Salvador, El Salvador: UCA, 1985.

MATHIAS, Ronaldo. **Do consumo da identidade a identidade do consumo**: o que fazer com a diferença. *Novos Olhares*, São Paulo, n. 3, p. 48-56, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001.

MENDES, André Melo; SILVEIRA, Fabrício José; TAVARES, Frederico de Mello. Identidade. In: VEIGA, França; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo. Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): **trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação**. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - PPGCom - UFMG, 2014.

MENESES, Antonio; RODRIGUES, Francilene; VALE, Ana Lia. Trocas e intercâmbios culturais: uma abordagem etnográfica das festas de forró e reggae na transfronteira Brasil (Bonfim)/Guiana (Lethem). **Revista Territórios & Fronteiras**. Cuiabá, vol. 8, n. 2, p. 154-169, 2015.

MIDDLETON, R. **Studying popular music**. Milton Keynes: Open University Press, 1990.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, v.13, n. 28, Porto Alegre, 2007.

MOYA, José. Migração e formação histórica da América Latina em perspectiva global. **Revista Sociologias**. Porto Alegre, ano 20, n. 49, set-dez, p. 24-68, 2018.

MUNDIAM, Pedro Santos; SANTOS, Cíntia Soares Rodrigues. Opinião Pública sobre Estrangeiros no Brasil: o caso dos imigrantes haitianos. In. VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2019, Brasília. **Anais...Brasília**, UNB, 2019, p. 1-20.

NEME, Samir Ricardo; RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ, Liliana. Consumo simbólico: una perspectiva sociocultural en la comprensión del comportamiento del consumidor. **Revista Iberoamericana de psicología: ciencia y tecnología**, v. 6, n. 2, p. 27-33, 2013.

NERCOLINI, Marildo José. A música popular brasileira repensa identidade e nação. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 31, 2006, p. 125-132.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O Mito no Rádio**: a voz e os signos de renovação periódica. São Paulo: Annablume, 2004.

NUSSBAUM, Martha. **Upheavals of thought**: the intelligence of emotions. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

OLIVEIRA, Adriana Capuano. Uma questão de identidade! Migrações e pertencimento na dinâmica do mundo globalizado. **Revista USP**. São Paulo, n. 114, p. 91-108, 2017.

OLIVEIRA, W. M. C. **Memória, Subjetividade e Afeto nos Bastidores do Rádio**. 2008. 163 f. Dissertação (Mestrado em Memória Social) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

OROZCO, Guillermo. Recepción televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia. In: Televidencia. **Cuadernos de Comunicación**. México, n. 6, p. 69-88, 1994.

ORTIZ, Renato. Imagens do Brasil. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, vol. 28, n. 3, 2013.

PAIVA, Odair da Cruz. Imigração, patrimônio cultural e turismo no Brasil. **Anais do Museu Paulista**. São Paulo, v.23, n.2, p. 211-237, 2015.

PELEGRINI, Sandra C. A. Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental. **Revista Brasileira de História**. São Paulo 2007, v. 26, nº 51, p. 115-140.

PALLARES, Miriam Rodríguez. El capital intangible como clave estratégica en la empresa radiofónica española: el caso de la Cadena SER. Panorámica de la comunicación y de los medios en Brasil y España. **Intercom**: São Paulo, 2012, p. 473-495.

PAYER, Maria Onice. Dimensões materna e nacional das línguas. **SILEL**. Uberlândia: EDUFU, 2009.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica a afirmação do óbvio. Edunicamp: Campinas, 1989.

PEROCCO, Fabio. Precarización del trabajo y nuevas desigualdades: el papel de la inmigración. **Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana**. Brasília, v. 25, n. 49, p. 79-94, 2017.

PESSOA, Fernando. **Poesias**. São Paulo: L&PM, 1997.

POLLAK, Michael. Memória e Identidade Social. **Revista estudos históricos**, vol. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

PORTES, A.; RUMBAUT, R. **Immigrant America**: a portrait. Berkley: University of California Press, 1990.

PRADO, José Luiz Aidar. Do consumo ao contemporâneo. In. ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander. **Estéticas Midiáticas e Narrativas do Consumo**. Salinas: Porto Alegre, p. 11-20, 2012.

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. 2008. 395 f. Tese (doutorado em Lingüística Aplicada) - Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2008.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. Brasília: E-Compós, v. 9, p. 1-21, 2007.

REZENDE, Claudia Barcellos; COELHO, Maria Claudia. **Antropologia das Emoções**. FGV: Rio de Janeiro, 2010.

RICHERS, Raimar. Segmentação de mercado: uma visão de conjunto. In. RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília Pimenta (Org.). **Segmentação**: opções estratégicas para o mercado brasileiro. São Paulo: Nobel, p. 13-24, 1991.

ROCHA, Rose de Melo. A comunicação é a ciência das convergências: ou como enfrentar, criticamente, a dicotomia teoria/prática. In. CARRASCOZA, João Anzanello. ROCHA, João de Melo. **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró, p. 10-25, 2011.

ROCHA, Rose de Melo; SILVA, Josimey Costa; PEREIRA, Simone Luci. Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 30, p. 99-111, dez. 2015.

ROCHA, Thaíse Sá Freire. Refletindo sobre memória, identidade e patrimônio: as contribuições do programa de Educação Patrimonial do MAEA-UFJF. In: XVIII Encontro Regional ANPUH-MG, ed. 1, 2012, Ouro Preto. **Anais Eletrônicos...Ouro Preto**: EDUFOP, 2013. p. 1-12. Disponível em: encurtador.com.br/ch245. Acesso em: 30/11/2020.

RUTH, S., B. Paula, et al. [e-Book] **Manual de metodología**: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO, 2005.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos**: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. São Paulo: Autêntica, 2016.

SAINSAULIEU, R. **L'identité au travail**. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1988.

SAMPAIO, Walter. Teoria e prática do jornalismo no rádio. In. MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. **Teorias do Rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, vol. II, 2008.

SANTOS, Francisco Sá Barreto. **A dor e a delícia de ser o que é**: a brasilidade e o caso do pertencimento como disciplina. 2012. Tese (doutorado em Sociologia) - Universidade Federal da Paraíba - UFPB/CCHLA - Paraíba.

SAWAIA, B.B. O calor do lugar, segregação urbana e identidade. São Paulo em Perspectiva: **Questões Urbanas, os Sentidos das Mudanças**. São Paulo, v. 9, n. 2, p. 20-24, 1995.

SCHMITZ, Daniela; BARBIERI, Alexis Oliveira. Jovens e Consumo Midiático: mapeando práticas juvenis das regiões Sul e Sudeste. **Novos Olhares**. São Paulo, v. 6, n. 2, p. 91-103, 2017.

SILVA, Ruberval José. Da partida à saudade: as representações de migrantes no Nordeste na obra de Luiz Gonzaga. **Aedor**. Porto Alegre, v. 10, n. 22, p. 86-105, 2018.

SILVA, T.T. da. A produção social da identidade e da diferença. In. T. T. da Silva (Ed.), **Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais** (3. ed., pp. 73-102). Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

SIMMEL, Georg. O Estrangeiro. **RBSE**, v. 4, n. 12, p. 265-271, 2005.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **A Construção Social das Emoções**: Corpo e produção de sentidos na Comunicação. Sulina: Porto Alegre, 2015.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Para pensar as dimensões do consumo midiático: teoria, metodologia e aspectos empíricos. **Contemporânea**. São Paulo, v. 14, n. 3, p. 385-397, 2016.

TRUZZI, Oswaldo e MATOS, Maria Izilda. Saudades: sensibilidades no epistolário de e/imigrantes portugueses (Portugal-Brasil 1890-1930). **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v.35, n.70, p. 1-12, 2015.

VILA, Pablo. Práticas musicais e identificações sociais. **Significação**: São Paulo, n. 38, ano 39, p. 247-277, 2012.

WARTMANN, Maria Lúcia Castagna. Encontros interculturais, hibridações e pós-modernidade. **REU**. Sorocaba, v. 36, n. 1, p. 21-35, 2010.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Campinas: Papyrus, 1998.

THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

APÊNDICE A – Questionário aplicado online

1. Nome
2. E-mail
3. Idade
4. Gênero
5. Estado Civil
6. Escolaridade
7. Trabalha em Barcelona?
8. Se sim, em que?
9. Estuda em Barcelona?
10. Se sim, o que?
11. Vive há quanto tempo em Barcelona?
12. Está regular no país?
13. Região de origem no Brasil
14. Quais rádios ouve?
15. Frequência que ouve rádio
16. Por qual motivo escuta?
17. Espaço para observação

APÊNDICE B – Roteiro entrevista semiaberta

Nome:

Idade:

Região de Origem:

1. Por qual motivo veio morar em Barcelona?
2. Há quanto tempo está vivendo em Barcelona?
3. Como se sente vivendo em Barcelona como um imigrante?
4. Quanto à mídia, o que costuma consumir?
5. Quais rádios brasileiras ouve?
6. Com qual frequência ouve rádio brasileira?
7. Porque ouve rádio brasileira, mesmo estando vivendo em Barcelona?
8. Você acompanha os acontecimentos políticos, sociais e culturais do Brasil?
9. Do que sente falta do Brasil?
10. A sua relação com o Brasil e com os brasileiros mudou depois que se mudou para Barcelona? Como?
11. Quais hábitos brasileiros você abandonou depois que se mudou para Barcelona?
12. Qual é sua concepção de imigrante? Sente que se insere nela?
13. Busca matar a saudade do Brasil? Como?

APÊNDICE C – Roteiro entrevista radialistas

Nome:

Idade:

Tempo em Barcelona:

Região de Origem:

1. Quem fundou a rádio mais Brasil? De onde surgiu a ideia de fazer uma rádio para brasileiros em Barcelona?
2. Quanto tempo tem a rádio? Quem é o público majoritário de ouvintes?
3. Tem números sobre audiência?
4. Observei que a rádio está alguns meses sem movimentação nas redes sociais, por quê?
5. Quais são os pedidos realizados normalmente pelos ouvintes?
6. Todos os apresentadores e jornalistas da rádio são brasileiros ou há espanhóis também?
7. Você sente que a rádio aproxima o brasileiro do Brasil?
8. Como a audiência espanhola recebe a rádio Mais Brasil? Do que eles gostam na programação?