

Memória, Identidade e Narrativa: os fundamentos da “Família Gazeta”¹

Kátia Fraga²

A *identidade* criada entre locutor e ouvinte, perpassando a *relação dialógica*, as estratégias utilizadas no processo da comunicação radiofônica a partir do discurso midiático do apresentador, são pilares da permanência de 44 anos do Programa Jairo Maia³ e indicadores da constituição uma *comunidade* por intermédio da mediação do comunicador. Para entender como essa interação acontece, analisamos neste estudo a evidência da imbricação entre *memória*, *identidade* e *mídia*, tendo como principal personagem o locutor de rádio, no caso em estudo.

Estudaremos o fato de o comunicador Jairo Maia buscar unir uma comunidade identitária em torno da irradiação do seu programa matinal: a “Família Gazeta”. A rigor, isso ocorre por meio do discurso midiático, capaz de reforçar as particularidades socioculturais que servem de base para a interpretação do mundo, a partir da interação perante a um grupo, de uma dada *comunidade*, e da formação dessa identidade ancorada essencialmente na radiofonia, no caso em questão, do “Programa Jairo Maia”. Vamos averiguar essa hipótese, analisando, primeiramente, a intercessão entre *mídia*, *identidade* e *memória*, a partir da interpelação do comunicador com o consentimento do ouvinte, que lhe confere autoridade nessa interface. Para desvendar como isso ocorre recorreremos, inicialmente, aos conceitos de *memória* e *identidade* apresentados por autores como Maurice Halbwachs e Michael Pollak.

Em *A Memória Coletiva* (1990), Maurice Halbwachs explica que nossas lembranças fazem parte de um contexto social, no qual estivemos envolvidos direta ou indiretamente. Segundo esse conceito, as nossas lembranças fazem parte de *quadros sociais* a partir de

¹ Trabalho apresentado ao Núcleo **Mídia Sonora**, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, Rio de Janeiro, 5 a 8 de setembro de 2005.

² Kátia Fraga é Jornalista formada pela Universidade Federal do Espírito Santo e Mestre em Comunicação, Imagem e Informação pela Universidade Federal Fluminense. Atualmente é professora de Radiojornalismo da Faesa – Faculdade de Educação e Comunicação Social, de Vitória, no Espírito Santo. Contatos pelo e-mail: katiafraga@terra.com.br

referências de um determinado ambiente coletivo. As situações vivenciadas individualmente são resultado de acontecimentos de relações em grupo, produzindo mudanças, transformações ou, até mesmo, garantindo a manutenção de quadros comportamentais, indicando que a *memória* é construção do presente a partir do passado, com motivações atualizadas.

A construção de memória é classificada por Halbwachs como “fenômeno coletivo e social”, que passa por “flutuações, transformações e mudanças constantes”. Nesse sentido, nossas lembranças contidas num contexto social sofrem transformações, uma reconstrução permanente diante das visões de uma dada *comunidade*, onde a *memória social* é gestada a partir do trabalho de seleção e enquadramento dos sujeitos sociais. Assim, não existe uma memória dada, pronta, mas sempre processo e trabalho de construção dessa memória no presente.

Seguindo essa linha de pensamento, Michael Pollak (1992) salienta que a memória “sofre flutuações que são função do momento em que ela é articulada, em que ela está sendo expressa”. Como a memória é um “fenômeno construído”, no caso de datas oficiais, por exemplo, ocorre o predomínio de uma determinada cronologia política, uma “reconstrução historiográfica” (p.201), conforme Pollak.

Podemos dizer, então, que a rememoração de momentos, datas comemorativas, é um “fenômeno construído”, identificado por Pollak em função “das preocupações pessoais e políticas do momento”. Ao destacar a característica “flutuante” da memória, o autor assinala que as lembranças, em grande parte, apontam para marcos ou pontos invariantes, imutáveis. Pessoas relacionadas direta ou indiretamente a um determinado fato histórico, datas festivas, recordam-se de certos momentos em especial. A essência de alguns acontecimentos, porém, pode sofrer modificação em função dos interlocutores, ou do movimento da fala.

A análise desse processo de reconstrução encontra novos elementos em Pollak, a partir de outro estudo, *Memória, esquecimento e silêncio* (1989, p. 3-15). Ele sugere que nessa “negociação” surgem os “atores sociais”, que são agentes intermediadores na construção da memória coletiva, ou seja, *mediadores* autorizados pela alteridade.

³ O Programa Jairo Maia, que já foi veiculado em três emissoras capixabas, é apresentado atualmente de 10 às 12 horas na *Gazeta AM*, emissora que integra o sistema de rádios da Rede Gazeta, o maior grupo de comunicação do Espírito Santo, afiliada da Rede Globo.

Uma das formas de “enquadramento da memória”, de acordo com Pollak, é a referência ao passado. Todavia, o “material fornecido pela história” sofre freqüente “reinterpretação” contextualizada na concepção de determinado agente ou grupo social inserido num espaço de tempo.

As bases de construção da memória seriam, a princípio, os acontecimentos individuais ou, “por tabela”, aqueles vivenciados por um grupo ou pela coletividade, despertando o sentimento de pertencimento nesse contexto, como conceitua Pollak. Assim, ele explica a ligação existente entre a memória e o sentimento de identidade:

“A construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de aceitabilidade, e que se faz por meio da negociação direta com os outros”. (POLLAK, 1992, p.205)

A memória coletiva, portanto, perpassa um processo de interpretação e interação, de acordo com Pollak, para “reforçar sentimentos de pertencimento e fronteiras sociais entre coletividades de tamanhos diferentes: partidos, sindicatos, igrejas, aldeias, regiões, clãs, famílias, nações, etc” (POLLAK, 1992, p.9).

Nesse aspecto, podemos considerar que a *identidade* é um produto do meio, com base nas discussões de Bourdieu (1989, p. 112-117). Sob a ótica da regionalização, o autor considera que os critérios étnicos como língua, dialeto ou sotaque são objetos de “representações mentais” da prática social de indivíduos de uma dada região comum, configuradas por bandeiras, emblemas, entre outras significações coletivas, contribuindo, assim, para a consolidação da identidade social.

Se, por um lado, um ato jurídico de delimitação territorial institui a “diferença cultural” de um povo, a exemplo da língua lecionada no sistema educacional de uma determinada região, o agente social cria outros mecanismos simbólicos de manutenção ou transformação de uma realidade social. Um político, um radialista ou outro comunicador, por exemplo, podem criar padrões de comportamento coletivo em relação a uma prática social. Isso pode ocorrer por intermédio do discurso, como explica Bourdieu:

“O discurso regionalista é *performativo*, que tem em vista impor como legítima uma nova definição das fronteiras e dar a conhecer e fazer reconhecer a *região* assim delimitada (...). O ato de categorização, quando consegue fazer-se reconhecer ou quando é exercido por uma autoridade reconhecida, exerce poder por si: as

categorias “étnicas” ou “regionais” , como as de parentesco, instituem uma realidade usando do poder de *revelação* e de *construção* exercido pela *objectivação no discurso*.” BOURDIEU (1989, pp. 117)

Nesse cenário de identidade regional surgem os “agentes sociais”, que utilizam estratégias de manipulação simbólica em função dos “interesses materiais e também simbólicos do seu portador” como instrumento de reforço das representações mentais na luta pela definição da identidade “regional” ou “étnica”.

Portanto, a memória não perpassa apenas um contexto de reconstrução historiográfica, de eventos do passado, mas atua principalmente como elemento de reforço de uma consciência coletiva, de uma identidade em relação a um determinado padrão de comportamento, de idéias, sonhos, pensamentos, enfim, dos fatos cotidianos, que tomam dimensões e visibilidade, no caso em estudo, no discurso midiático.

Mídia: o espaço privilegiado da identidade e memória contemporâneas

A formação da *identidade social* é ancorada essencialmente no *processo de comunicação*, ou seja, é se comunicando que se torna possível tomar consciência de si, marcando as diferenças junto ao outro, o que ocorre a partir da *relação dialógica*, da *memória*, como fenômeno coletivo e social, da construção de comunidades identitárias. Nesse viés, os meios de comunicação têm papel importante, potencializando o exercício de identificação por intermédio do contato das convergências e diferenças pelo discurso midiático.

Ao iniciar tal abordagem, fazemos um recorte num referencial das características do rádio sob a ótica do jornalista Alberto Dines explicitada no livro *O rádio na era da informação* (MEDITSH, 2001). Para ele, o veículo mantém, na contemporaneidade, especificidades de “proximidade e intimidade, verossimilhança, credibilidade”, contribuindo para a concretização do processo de construção de uma identidade social, por intermédio do discurso radiofônico:

“Na era da mundialização, o rádio e as rádios constituem um valioso ferramental para a fixação de identidades. Estimula apegos locais ou regionais, cimeta aproximações. É naturalmente cívico, comunitário. Porque é pessoal, porque transfere humanidade, tem condições de transformar informação em conhecimento”. (MEDITSH, 2001, p.13)

Mas, de que forma os processos de mediatização interferem nos quadros da *identidade social*? É o que pretende responder Maia (2000, p.47-66) no artigo “Identidades coletivas: negociando novos sentidos, potilizando as diferenças”. A mídia, então, potencializaria o jogo da identidade, à medida que expande o espaço de comunicação e aumenta o número de redes comunicativas. A identidade coletiva é, portanto, produzida a partir de particularidades socioculturais que servem de base para a interpretação do mundo, a partir da interação em relação a um grupo, a uma dada comunidade.

Para Nora (1974, p.174-193), os meios de comunicação têm papel importante na história contemporânea ao tornarem públicos os acontecimentos. Ele destaca um deles, o rádio, que, por intermédio de sua palavra radiofônica assegura a importância do acontecimento, caracterizada pela quantidade de palavras que ele desencadeia: “voz que informa, explica, comenta, critica, parafraseia, extrapola, conjectura, eco do público de conversações privadas e, às vezes, veículo único da modernização” (p.182).

No artigo *Discussões sobre a intrínseca relação entre memória, identidade e imprensa*, Enne (2004) também concorda que o papel da mídia é fundamental para a construção de identidades a partir de práticas narrativas:

“No jogo de construção de identidades sociais contemporâneas, neste movimento constante de fluxos e interações, a mídia ocupa um papel fundamental. Se compreendermos (...) que a memória é uma dimensão fundamental na constituição das identidades e que envolve práticas narrativas e gerenciamento do real através de práticas discursivas, a mídia é, por definição, lugar central deste processo”. (ENNE, 2004, p.15)

Nesse sentido, observa-se o poder de um agente social, do radialista no caso em estudo, na constituição de uma *identidade social* em relação a um determinado segmento, gerando, assim, um sentimento de pertencimento de uma dada sociedade, de um grupo, da consolidação de uma comunidade, por meio de aspirações coletivas, religiosas, políticas, culturais, com uma mesma finalidade: a luta simbólica pelo conhecimento e reconhecimento.

A Construção de comunidades via mídia

“O rádio é uma família. Nestes quarenta anos, eu fiz amizades no rádio, amizades maravilhosas que considero ser minha família, aqueles que eu nem conheço. A gente cria um elo tão grande que quando acontece alguma coisa com aquela pessoa, a gente sofre como se fosse com uma pessoa que está convivendo comigo dia-a-dia”.

A declaração da ouvinte Maria da Glória Silva Schimitti⁴ representa o sentimento de pertencimento de uma *comunidade*, por intermédio dos diálogos radiofônicos, da *narrativa* do comunicador. Antes de tratarmos essa questão no contexto midiático, especificamente em *programas populares* de rádio, é fundamental considerarmos o conceito de *comunidade* e alguns dos seus desdobramentos.

Comunidade é uma palavra que sugere a sensação de aconchego, proteção, conforto, numa oposição ao que vem de fora, da rua, onde estamos sujeitos a toda sorte de perigos ocultos e novidades, na concepção de Bauman (2003, p. 711). Se na rua temos que ficar alertas, estar de prontidão a cada minuto, na *comunidade*, nos diz Bauman, podemos relaxar, pois estamos seguros a maior parte do tempo e raramente ficamos desconcertados ou somos surpreendidos.

Bauman entende ser necessária a constituição de uma *comunidade* movida pelo bem-estar coletivo, pela solidariedade em detrimento do individualismo exacerbado. "Somos interdependentes neste nosso mundo que rapidamente se globaliza, e devido a essa interdependência nenhum de nós pode ser senhor do seu destino por si mesmo" (p, 133), defende o autor ao estabelecer ser preciso constituir uma comunidade tecida em conjunto a partir do compartilhamento e do cuidado mútuo, de interesse e responsabilidade em relação aos direitos iguais e igual capacidade de agirmos desse direitos.

Além do que Bauman nos apresenta, temos a *comunidade de afeto* sugerida por Halbwachs, como vimos anteriormente, e a *comunidade imaginada* apontada por Benedict Anderson (1989, p. 11-57). A *comunidade imaginada* existiria com base numa conceituação antropológica de Nação, que representa “uma comunidade política imaginada – e imaginada como implicitamente limitada e soberana”.

⁴ A entrevista com a ouvinte Maria da Glória Silva Schimitti, moradora de Vila Velha, município que integra a Região Metropolitana da Grande Vitória, no Espírito Santo, foi concedida à autora em junho de 2004.

“Ela é *imaginada* porque nem mesmo os membros das menores nações jamais conhecerão a maioria de seus patriotas, nem os encontrarão, nem sequer ouvirão falar deles, embora na mente de cada um esteja viva a imagem de sua comunhão”. (ANDERSON, 1989, p.14)

Sob essa ótica, o autor considera que “as comunidades não devem ser distinguidas por sua falsidade/autenticidade, mas pelo estilo em que são imaginadas”. Isso, na concepção de Anderson, faz parte de uma criação de vínculos estabelecidos diante da alteridade, já que essa “vinculação imaginada” é decorrente de “fontes indiretamente relacionadas”.

No caso do Programa Jairo Maia, ao ouvir as irradiações “as pessoas se divertem, sofrem juntas e se ajudam quando alguém está passando um momento difícil”, assinala a ouvinte Maria do Carmo Gomes Pinheiro⁵. Segundo ela, todos acreditam fazer parte de uma mesma família, da “Família Gazeta”, já que “pessoas de várias classes sociais, as mais humildes ou aquelas de maior poder aquisitivo, acabam criando um elo de ligação”.

O esforço da produção é transformar a “Família Gazeta” em uma comunidade ora imaginada, ora efetiva, composta pelos ouvintes, espalhados e anônimos, constituindo a massa que compõe a audiência, ligada pelos interesses comuns, amalgamados pela memória e pela identidade partilhadas, construídas a partir das estratégias do locutor e de sua equipe de trabalho.

Os ouvintes, em contrapartida, conseguem se colocar como sujeitos concretos, distintos na massa anônima, criando também suas cadeias e elos de solidariedade e participação, ou seja, transformando aquela comunidade que se pretende imaginada, de massa, em comunidade de afeto, que passa a ter processos efetivos de interação, se não face a face, ao menos voz a voz, com o locutor como mediador.

A construção dos laços de afeto da “Família Jairo Maia”

É a busca pelo reconhecimento, pelo bem-estar comum, a ânsia por momentos de alegria, de aconchego e solidariedade que possibilitam o compartilhar coletivo de sensações e sentimentos em torno do Programa Jairo Maia. Esses elos, entrelaçados numa junção de

⁵ A entrevista de Maria do Carmo Gomes Pinheiro foi concedida à autora em junho de 2004.

várias comunidades, consolidadas em uma só, a comunidade afetiva da “Família Gazeta”, são tecidos pelas estratégias da produção e pelas táticas de participação dos ouvintes.

O esforço estratégico por parte da produção para que seus ouvintes se reconheçam e se imaginem dentro de uma comunidade do tipo familiar é percebido claramente na *performance* mediatizada, dando visibilidade às táticas do público. Jairo Maia utiliza várias formas de envolver os ouvintes na comunidade afetiva em torno das irradiações de seu programa, entre elas o prestígio, o reconhecimento daqueles que participam como “co-produtores” enviando charadas para o quadro “Quebra-cuca”, mensagens para o “Pensamento do dia”, entre outras formas de interação. “O João Raimundo, da Serra⁶, quer saber por que a galinha criada na roça só vive batendo com a cabeça no chão?”, pergunta Jairo Maia no momento da pegadinha, lembrando a autoria de uma das charadas enviadas ao programa veiculado no dia 9 de setembro de 2004.

Essa interação fica nítida logo no início do programa, no primeiro contato para evocar sua *comunidade*, a *Família Gazeta*, referencia o caráter popular do PJM:

“Alô, alô meus bons amigos, nós estamos iniciando mais uma audição do programa Jairo Maia pela Gazeta AM popular, a força do povo. Onde quer que você esteja, faça parte dessa família, da Família Gazeta. Está no ar o programa Jairo Maia, uma credibilidade de quarenta e três anos. Deve haver uma razão para uma existência tão longa. Programa Jairo Maia, a força do povo, ligue e participe (...)”.

Mas é na relação dialógica que os laços afetivos das emissões radiofônicas começam a se estabelecer nos momentos de alegria, tristeza, emoção. Com a capacidade de mediação do locutor e a participação do ouvinte, portanto, o rádio deixa de ser um meio de entretenimento e passa a ser um espaço de identificação, não somente evocando uma memória comum, mas também produzindo uma experiência profunda de solidariedade (Barbero, 2002, p. 286-331). O veículo, assim como o bairro, surge como grande mediador entre o universo privado de casa e o mundo público da cidade, um espaço em que se estrutura a sociabilidade.

⁶ Serra é um dos municípios que compõem a Região Metropolitana da Grande Vitória.

Estratégias e táticas para a construção dos elos de afeto

“Jairo Maia fala com os ouvintes como se eles estivessem na sua frente, conseguindo despertar esse grau de intimidade. Ele entra literalmente na casa das pessoas, porque os ouvintes têm a sensação de que ele está dentro da cozinha, da sala deles, conversando com eles. Essa é a essência do sucesso dele. Jairo consegue o que todo comunicador de rádio AM tenta: ser companheiro de quem está ouvindo. (...) As pessoas confiam nele, gostam do que ele fala. Isso é muito difícil. Jairo Maia tem carisma, capacidade de sensibilizar, de atrair as pessoas. Eu não vejo hoje no Espírito Santo ainda nenhum comunicador para substituí-lo”.

A declaração da gerente de jornalismo de rádios, Luciane Ventura, retrata o estilo do comunicador, capaz de criar uma *comunidade afetiva* na relação dialógica com o ouvinte, por intermédio do papel de narrador incorporado pelo radialista. A rigor, a figura do narrador é fundamental para a construção ou reconstrução de um acontecimento real, da *memória coletiva*, da *identidade social*. O que é permitido por ocupar espaço especial na vida das pessoas que escutam o programa.

A habilidade de relatar e interpretar experiências de vida, de penetrar no cotidiano popular, demonstra o talento de Jairo Maia na arte de narrar. Essa característica de “senso prático”, é notada por Walter Benjamin (1989, p.196-221) em muitos narradores natos pela “natureza da verdadeira narrativa”, a partir de considerações sobre a obra de Nikolai Leskov:

“Ela tem sempre em si, às vezes de forma latente, uma dimensão utilitária. Essa utilidade pode consistir seja num ensinamento moral, seja numa sugestão prática, seja num provérbio ou numa norma de vida – de qualquer maneira, o narrador é um homem que sabe dar conselhos. Mas, se “dar conselhos” parece hoje algo de antiquado, é porque as experiências estão deixando de ser comunicáveis. (...)” (BENJAMIN, 1989, p.200)

Em sua reflexão, Benjamin destaca dois grupos de narradores fazendo referência à “dois representantes arcaicos”: o “camponês sedentário”, e o “marinheiro comerciante”. Segundo ele, ambos deram origem à família de narradores, que sabem dar conselhos, não para alguns casos, como o provérbio, mas para muitos casos, como o sábio.

O tipo de narrador que mais se aproxima do estilo de Jairo Maia, ao nosso ver, é o camponês, classificado por Benjamim como “um homem que ganhou a vida honestamente sem sair do seu país e que conhece suas histórias e tradições”. Portanto, com sua sabedoria teria retórica suficiente para aconselhar, o que, segundo o autor, “é menos responder a uma pergunta que fazer uma sugestão sobre a continuação de uma história que está sendo narrada”.

Nesse contexto, poderíamos enquadrar alguns momentos do “Programa Jairo Maia”, em que o locutor incorporaria esse gênero de narração. Na mensagem de abertura, busca aconselhar e, de certa forma, moldar um padrão de comportamento da “Família Gazeta”:

“Conserve o seu coração livre do ódio e a mente livre da ansiedade; viva simplesmente. Espere pouco e dê muito. Encha a sua vida com amor; espalhe a luz; esqueça-se e pense nos outros. Faça o que gostaria que lhe fizessem (...) Experimente isso durante uma semana e você se surpreenderá (...).

Os conselhos aparecem também em forma de simpatia: “A simpatia de hoje é para acabar com a sinusite (...) você vai tirar sete folhas de uma mangueira e vai colocar uma a uma dentro da fronha do travesseiro (...)”. As dicas para resolver problemas corriqueiros são dadas, em geral, a partir das solicitações feitas pelos ouvintes. Entre elas, a simpatia para melhorar o desempenho sexual feminino:

“Se você quer mostrar que sabe das coisas na posição horizontal ou vertical, uma simpatia simples e porém eficaz, e que segundo dizem, já resolveu casos considerados difíceis, faça assim: você vai pegar uma calcinha nova, vai jogar sobre ela uma borrifada do seu perfume preferido. Esfregue a calcinha no sexo antes de vesti-la, sempre pensando no parceiro, e quando estiver no quarto, coloque a calcinha debaixo do travesseiro do homem que estiver consigo. O resultado será notável”⁷.

O radialista é muito requisitado para aconselhamentos de todos os tipos, principalmente os amorosos, em caso de desilusões, término de romance, de tentativas de conquistas de novos companheiros.

Nesse contexto de identidade dessa “comunidade afetiva”, podemos citar o depoimento da ouvinte Maria do Carmo Gomes Pinheiro:

⁷ Simpatia lida no programa do dia 8 de setembro de 2004.

“Jairo Maia é gente como a gente⁸. Como ele mesmo costuma dizer, o programa é do jeito que o povo gosta porque Jairo consegue se fazer entender pelo ouvinte. Ele se doa às pessoas que procuram o programa; ajuda a conseguir atendimento médico, cadeira de rodas, remédio, emprego. Ele se envolve com o povo. É o carisma dele que cativa a gente”.

A ouvinte acrescenta que o locutor “tem sempre uma palavra amiga, uma forma de confortar alguém que passa por um momento difícil na vida. Ele faz a pessoa se sentir mais pra cima, mais alegre, levanta o astral de todo mundo”.

Essa identidade perante a alteridade pode ser considerada uma espécie de *confiança*, traduzida por Giddens (1991, p.35-37) como “uma forma de fé na qual a segurança adquirida em resultados prováveis expressa mais um compromisso com algo do que apenas uma compreensão cognitiva”.

Em meio à “turbulências” do cotidiano, as pessoas têm a necessidade de confiar em agentes sociais especializados em um determinado conhecimento, que dominam técnicas e discursos convincentes em relação a um determinado assunto. A isso, Giddens classifica de *sistema de peritos*, que significa “sistemas de excelência técnica ou competência profissional” que organizam “grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje” (p.35). São, portanto, representantes considerados legítimos por um grupo, como advogados, médicos, arquitetos, entre outros.

Podemos enquadrar nesse cenário, ainda, os comunicadores, presentes no cotidiano da sociedade por conta da mídia e que são lidos, assistidos e ouvidos por segmentos que se vêem neles representados ou acolhidos afetivamente, de certa forma, como no caso de *programas populares*.

A ligação entre os ouvintes da “Família Gazeta” também pode ser referendada por considerações de Halbwachs. Quando adultos, segundo o autor, fazemos parte de vários grupos, ligados a nossa vida afetiva ou profissional. O que nos liga a essa ou aquela pessoa são interesses, impressões, ideais, sonhos, desejos, e outras condicionantes. Segundo o autor, as pessoas podem se sentir estreitamente ligadas umas as outras e ter em comum todos os seus pensamentos, mesmo que tenham convivido em grupos totalmente distintos e

⁸ Grifos da autora.

desconhecidos. É a identificação com base em experiências, reflexões, paixões e sensações comuns.

Assim também se consolida a comunidade afetiva em torno das irradiações do PJM. Esse sentimento de pertencimento surge de várias formas, desde uma simples audição, da participação por telefone no “show do quebra-cuca”, das mensagens gravadas na “secretária eletrônica”, dos apelos e doações, até a co-produção exercida por colaboradores atentos às irradiações, como mencionamos no capítulo anterior e que reforçamos aqui na declaração da ouvinte Maria Salomão da Silva:

“Eu faço parte dessa família porque gosto de mandar as charadas que eu crio, e Jairo valoriza a gente sempre falando o meu nome e o de outros colaboradores. Ele trata os ouvintes com muito carinho e animação. Eu ouço o programa dele rindo o tempo todo.”

Os laços criados não só com o apresentador mas também entre os próprios ouvintes são referenciais na constituição dessa *comunidade afetiva*. Ao longo de quase duas décadas de atuação no programa, a ex-secretária Euzinette Glória Rodrigues Estevam detalha o processo de interação entre as pessoas que acompanham as irradiações:

“Os ouvintes interagem entre si e parecem trocar figurinha. (...) tem um ouvinte antigo, o Délio Grijó, (...) ele foi internado para fazer uma cirurgia e outra ouvinte perguntou por ele no ar. Délio ligou para o programa e justificou sua ausência: ‘tá tudo bem comigo, é que eu amputei uma perna, estou acamado’. Délio é muito conhecido e se comunica com outros colaboradores do programa. Ele e a Glória schimitti trocam informações direto. Isso é comum entre eles. É amizade construída através do programa, sabe.

Délio Grijó, um dos principais colaboradores do PJM, confirma a história e reforça que quando fica sem ligar por alguns dias logo tem gente ligando para sua casa querendo saber ele está bem de saúde. Nos momentos de dor, desespero, essa “família” se une em torno do problema buscando uma solução.

As duas horas da programação são fortalecidas com palavras e demonstrações de afeto, e ao final do programa, essa comunidade se reúne em torno da fé, formando mais um elo de identificação. A “Corrente de Oração” é um dos principais quadros, quando a

“família” é evocada a participar, ligando para deixar as “intenções” para familiares e amigos e principalmente para as pessoas enfermas. No início, Jairo lê os nomes relacionados na lista da produção e faz uma locução emocional, valorizada pela música apelativa de fundo:

“Eu agora quero falar para você que está enfermo, que está no leito de um hospital [...]. Há momentos em nossa vida que somente com muita fé somos capazes de prosseguir [...] lembre-se que os obstáculos servem para evoluir o espírito [...] Deus está com você, acredite nisso”.

Depois de momentos de alegria, descontração, da luta travada em favor dos menos favorecidos, Jairo Maia encerra o programa com o desfecho emocional de quem tem “a simpatia de traduzir a vida num sorriso”.⁹ Jairo Maia se despede dos ouvintes, ao som da música de Roberto Carlos: “Obrigado, Senhor, pelo novo dia, pela esperança. Foi bom estarmos juntos. Como foi, né?! Amanhã tem mais Jairo Maia”. A saudação marca um novo encontro para o dia seguinte: “Eu quero voltar com o mesmo sorriso e com a mesma esperança no coração. E que Nossa Senhora da Penha continue nos ajudando. Até amanhã, querendo Deus”.

Ao se processar, a memória é elemento fundamental para a constituição de *identidade*, permitindo a formação de um conceito de grupo, uma autoconsciência comunitária, ao mesmo tempo em que permite a diferenciação perante a alteridade. Portanto, a memória não perpassa apenas um contexto de construção historiográfica, de eventos do passado, mas atua principalmente como elemento de reforço de uma coletividade, de uma *identidade* em relação a um determinado padrão de comportamento, de idéias, sonhos, pensamentos, fatos cotidianos, moldando, assim, no caso em estudo, uma *comunidade afetiva*, a “Família Gazeta”, e porque não dizer, “Família Jairo Maia”.

Referências bibliográficas

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de Radiojornalismo: Produção, Ética e Internet*. Rio de Janeiro, Editora Campus, 2001.

⁹ Esse é mais um dos slogans criados pelo radialista Jairo Maia.

BARBOSA, Marialva. Meios de comunicação, memória e tempo: *A construção da “Redescoberta do Brasil”*. Texto final da pesquisa de pós-doutorado em Comunicação Social realizada no *Laboratoire d’anthropologie des institutions et des organisations sociales – LAIOS/Centre National de la Recherche Scientifique*. Paris – França, 1999.

BAUMWORCEL, Ana. *Radiojornalismo e o Sentido no Novo Milênio*. In: MOREIRA, Sônia V. e DEL BIANCO, Nélia R. (org.). *Desafios do Rádio no Século XXI*. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

BENEDICT Anderson. *Nação e Consciência Nacional*. São Paulo: Editora Ática, 1989.

BENJAMIN, Walter. *O narrador- Magia e Técnica, Arte e Política*. (1989, p.196- 221).

BIANCO, Nélia R. e MOREIRA, Sônia Virgínia (org.) *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro : UERJ, 2001.

BITENCOURT, Aymé e ARCANJO, Marinete do Carmo. *Programa Jairo Maia – as razões de uma existência tão longa*. Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social da Ufes. Vitória, 1990.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CALABRE, Lia. *A era do rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

CAUTELA, J. *Riscos e incertezas na implantação do rádio digital no Brasil*. In: MOREIRA, Sônia V. e DEL BIANCO, Nélia R. (org.). *Desafios do Rádio no Século XXI*. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

CERTAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

CESAR, Cyro. *Como falar no rádio – prática de locução AM e FM*. – São Paulo: IBRASA, 1990.

_____. *Como Criar, Produzir e Apresentar no rádio*. São Paulo: Ibrasa, 2000.

_____. *Rádio: inspiração, transpiração e emoção*. SP. Ibrasa, 1996.

ENNE, Lucia S- *Discussões sobre a intrínseca relação entre memória, identidade e imprensa*, 2004.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio - o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

MAIA, Rousiley- *Identidades Coletivas: negociando novos sentidos, politizando as diferenças*. In. *Contratempo – Revista do Mestrado de Comunicação/UFF*, nº 5, 2000.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação- teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001.

MOREIRA, Sonia Virgínia. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

____. Tecnologia e legislação para o rádio no século XXI. In: MOREIRA, Sônia V. e DEL BIANCO, Nélia R. (org.). *Desafios do Rádio no Século XXI*. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

____. *Rádio palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

NORA, Pierre – *O Retorno do Fato. História: Novos Problemas. Coleção Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1974

NUNES, Márcia Vidal *Rádio e Política: do microfone ao palanque – os radialistas políticos em Fortaleza*. São Paulo: Annablume, 2000.

ORTRIWANO, Gisela S. *A informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

POLLAK, Michael. *Memória, Esquecimento, Silêncio*. Estudos Históricos. Rio de Janeiro, vol. 2, nº 3, 1989.

_____. *Memória e identidade social*. Estudos Históricos. Rio de Janeiro, vol.5, n.10.

PORCHAT, Maria Elisa. *Manual do radiojornalismo da Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 1989.