

A construção social do radialista e seu duplo: relativizando a realidade em Ilhéus

Silvia Garcia Nogueira

O termo *rádio* pode ser compreendido simultaneamente como um lugar físico, uma atividade profissional e um espaço social, fazendo parte da vida cotidiana de uma população em suas dimensões concretas e simbólicas. Em sua constituição, encontram-se bens materiais e imateriais, equipamentos e pessoas, normas e sentimentos, condutas e valores.

Sob o olhar antropológico, as definições correntes do rádio como meio de comunicação, das rádios como empresas e dos radialistas como profissionais são colocadas em uma nova perspectiva, exigindo a percepção de que os sentidos sociais dos termos são construídos nas atribuições de significados dadas pelos próprios atores sociais envolvidos. Particularmente no caso dos profissionais, numa abordagem êmica, ser radialista corresponde simultaneamente a um processo de construção social – na medida em que são legitimamente reconhecidos como tais e seguem trajetórias que os qualifiquem para exercerem essa função – e de construção de si, não só por meio de condutas, preceitos morais e expectativas de comportamentos, mas também por sentimentos e valores que norteiam suas adesões pessoais à profissão, com reflexos em outras esferas de suas vidas.

Tal interpretação resulta de uma pesquisa etnográfica sobre o universo do rádio realizada em Ilhéus (Sul da Bahia), um município de 222.127 habitantes, segundo o Censo Demográfico/2000 do IBGE, ao longo de 11 meses, divididos em dois períodos entre 2000 e 2002¹. Desde o início da investigação, a opção por uma análise etnográfica das relações que se estabelecem dentro do universo do rádio possibilitou acompanhar aquilo que o compõe e o insere em uma dimensão social mais ampla, pretendendo inspirar reflexões sobre os significados sociais do rádio e discutir questões relativas ao próprio exercício da profissão de radialista.

Nesse sentido, partindo do princípio de que o rádio em Ilhéus desempenha um papel de organizador das relações sociais, este artigo pretende discutir etnograficamente a idéia de que, principalmente do ponto de vista dos radialistas, o universo do rádio é um importante referencial na construção do modo como os profissionais se vêem (imagem de si) e se apresentam (estilo de vida) no mundo social em que estão inseridos – o rádio e outras esferas da vida cotidiana.

Combate à solidão e meio de socialização

Uma das funções do rádio apontadas em diversas pesquisas sobre recepção de rádio é a de que ele serve de companhia para pessoas solitárias². Desse modo, o rádio seria encarado pelos ouvintes como uma forma de driblar ou suportar a solidão que, segundo Dolto (1998: 468), é parte da existência humana. Por meio de mecanismos simbólicos, o rádio ajudaria, portanto, na superação de perdas que desestabilizam o homem (Nunes, 1993: 40): além da solidão, os problemas do dia a dia (Prata, 2004: 88). O rádio seria, assim, uma espécie de melhor amigo (Dominick, 1979: 99), substituindo as interações “reais” pelas interações com a mídia (Nordlund, 1979: 175). Estas, porém, variam conforme o estilo de vida particular da pessoa e do grupo de referência para ela (Dominick, 1979: 100).

Indo um pouco mais adiante, alguns desses autores defendem que o rádio seria um importante promotor de sociabilidade. Serviria, então, como suporte para a pessoa organizar sua vida no mundo social quanto aos eventos do dia, fora de casa, nos quais a participação seria compartilhada com outras pessoas (Mendelsohn, 1979: 91-95). Assim, o rádio serviria como um meio de conexão com a sociedade, na medida em que ligaria, por intermédio de relações afetivas, instrumentais ou integrativas, pessoas de diversos tipos (Katz et al., 1979: 219; 222).

Nesse processo de superação da solidão e dos problemas cotidianos, a figura do locutor – construída a partir da voz emitida e ouvida – torna-se assim o “centro de referência” para os solitários, trazendo “consolo e segurança”. Estes, por sua vez, seriam os principais elementos constituintes de uma relação entre locutor e ouvinte que poderia ser qualificada como amorosa, no sentido atribuído por Barthes (1982: 226).

Assim, dentro de uma percepção de trocas simbólicas, entende-se que as ofertas de consolo e segurança partem dos radialistas em direção aos ouvintes, presumindo-se uma relação assimétrica entre radialistas e ouvintes, entre o universo do rádio e a “realidade”, na qual os primeiros de cada par binário têm mais a ofertar aos segundos do que o seu contrário.

Tentando pensar em uma perspectiva inversa, não mais no propósito de investigar sobre o que o rádio, as rádios e os radialistas significam para seus interlocutores principais (os ouvintes), mas para seus profissionais, caberia perguntar de que modo

o rádio influencia a “vida real” dos radialistas, em suas dimensões mais profundas, ou seja, o significado que atribuem a si e a suas vidas enquanto radialistas.

Uma das chaves possíveis para desvendar tal questão pode ser encontrada entre os profissionais ilheenses na concepção de si como *personalidades* – uma categoria nativa³ – como seres que vivem em um patamar distinto dos demais membros da sociedade, portanto com comportamentos e sentimentos, condutas e valores singulares, idealizados.

Personagens, *personalidades*: o radialista e seu duplo

Um dos efeitos do fascínio que o rádio pode provocar nas pessoas é a transformação do *status* social do locutor: ele passa do registro de um profissional como outro qualquer para o de *personalidade*, ou *astro*. Ao falarem da *época boa do rádio*, os radialistas ilheenses fazem associações desse período passado com o fato de serem alçados à condição de *personalidades* pelo público ouvinte, e até mesmo pela população local de modo geral.

Eu saí daqui um astro do rádio, dava entrevista, dava autógrafo em disco... as mães iam com as filhas na rádio comigo para tirar foto para levar para casa. O cara comprava o disco de Fábio Júnior, mas quem dava autógrafo no disco era eu. “Ao meu amigo fulano de tal, com carinho da equipe da Rádio Cidade”. Era uma popularidade monstruosa, sabe aquela coisa de ser convidado para 15 anos, só pra estar lá... eu só não sabia que podia cobrar cachê, quem nem os artistas hoje. Tudo era eu e mais quatro privilegiados, numa cidade de 200 mil habitantes, só uma emissora [FM], então você virava um astro (Bil, radialista de FM, fora de atividade).

Vinha gente de outras cidades me conhecer. Eu era chamada pra festa de gente que eu nem conhecia. Dava autógrafos e ganhava um monte de presentes. As pessoas vinham me conhecer e choravam, emocionadas. Eu era uma personalidade... eram outros tempos. Hoje em dia não tem mais nada disso... (Dora, lembrando o sucesso que fazia ao apresentar um programa dedicado às crianças).

A atribuição de *personalidade* conferida ao radialista, especialmente ao locutor, não partia apenas do público; era uma percepção compartilhada e construída por ambos. Como sinais identificadores, comuns aos depoimentos, estão o fato de darem *autógrafos*, serem convidados para participarem de festa de *gente que nem conheciam*, e receberem visitas nas rádios de *pessoas de longe só para conhecê-los*. A *popularidade* alcançada – que pode ser traduzida, nesse sentido, como uma espécie de medição do quanto se era conhecido em termos quantitativos (*todo mundo na cidade me conhecia*) e de extensão (*pessoas de longe*) – também é identificada como uma característica

peculiar às *personalidades*. A presença desses elementos, portanto, indicava para eles que haviam se tornado *personalidades*.

Relacionadas à autoconcepção como *personalidades*, os radialistas que acreditam ser ou terem sido uma delas vêem-se duplamente comprometidos: com a própria opinião e com o julgamento dos outros sobre si, uma vez que o que está em jogo é sua honra profissional. Desse modo, o medo da reprovação coletiva combinado a uma preocupação de ser digno de certa imagem de si⁴ é que norteiam não somente o modo como se vêem, mas também como se comportam socialmente⁵. Algumas vezes, a exigência de condutas adequadas ao papel de *personalidade* – e todas as responsabilidades que engendra – é estendida a seus círculos mais íntimos de relação, como mostra a fala de uma radialista:

Você sabe que eu sou radialista e que fui casada com um radialista, com quem tenho três filhos. Nós dois somos figuras conhecidas, trabalhamos em rádio, somos personalidades aqui, não tanto quanto antes, mas temos que dar o exemplo. Eu falo para os meus filhos: “você têm que se comportar direito na escola, porque vocês são filhos de radialistas”. Eu mesma procuro agir sempre certinho, porque senão vão dizer: “Ih! Sabe a Luma Ferreira...”. Pega mal, né?! Eu tenho um nome a zelar.

A preocupação com a auto-imagem e com a opinião dos outros a seu respeito norteia as condutas, gerando movimentos, tal como definidos por Deleuze (2001), que se relacionam à própria subjetividade de radialistas e/ou *personalidades*:

O sujeito se define por e com um movimento, movimento de desenvolver-se a si mesmo. O que se desenvolve é sujeito. Aí está o único conteúdo que se pode dar à idéia de subjetividade: a mediação, a transcendência. Porém cabe observar que é duplo o movimento de desenvolver-se a si mesmo ou de devir outro: o sujeito se ultrapassa, o sujeito se reflete. (...) Em resumo, crer e inventar, eis o que faz o sujeito como sujeito. (...) O sujeito inventa, ele é artificioso. É esta a dupla potência da subjetividade: crer e inventar; presumir os poderes secretos, supor poderes abstratos, distintos. Nesses dois sentidos, o sujeito é normativo: ele cria normas ou regras gerais (Deleuze 2001: 93-94).

Os movimentos de ultrapassar-se e refletir sobre si, desenvolvendo-se como *personalidade*, a partir de regras rigorosas de conduta tidas como modelo de comportamento na vida social⁶, fazem com que construam suas subjetividades a partir da invenção e da crença de si como tal, transcendendo suas condições de radialistas como um profissional igual a outro, para tornarem-se alguém socialmente distinto e distinguido.

Ao executar esse movimento de inventar-se, a partir de uma normatização impingida a si mesmo, pode-se dizer que, sob certa ótica, ocorre a criação de um novo sujeito, que dependerá tanto da imagem que faz de si quanto da que os outros fazem. Nesse sentido, ao se assumirem como *personalidades*, de algum modo criam o que Andrade definiu como uma “personagem”:

A personagem vai lidar diretamente com a percepção do receptor. Conta com a intensidade da sensibilidade de quem a experimenta, da situação vivida e dos fatores que provocaram seu aparecimento. Essa vivência poderá ficar apenas reduzida a fenômenos sensoriais ou poderá adquirir uma forma criativa de interpretação, de compreensão. (...) Nesse sentido, a personagem é uma confluência de fatores de vivência imaginária que têm no *duplo* uma inspiração significativa. Ao experimentarmos imaginariamente projeções de partes amadas ou odiadas de nossa pessoa, podemos construir situações fictícias ou personagens, cuja verossimilhança nos impressiona (Andrade, 2003: 87).

A relação encontrada entre os radialistas que se enxergam, ou enxergaram-se em algum momento, como *personalidades*, e a construção de uma personagem, que funciona como um duplo, fazem com que os radialistas vejam o universo do rádio como distinto, em uma determinada dimensão, do resto de suas vidas (os problemas financeiros e conjugais, as preocupações cotidianas, a execução de tarefas não consideradas glamourosas, etc.). Assim, contrapõem à falta de paciência diária com os assuntos corriqueiros, o constante bom-humor no trabalho; ou à introspecção nas demais relações pessoais, a simpatia e a tagarelice sem fim quando estão na rádio.

Eu aqui pareço que me transformo. Aqui eu sou a Gal [apresentadora do programa Gal Show], e não a Gabriela Almeida. Quando eu estou no ar, quando eu estou aqui na rádio, eu pareço que esqueço de todos os meus problemas. Não penso no pão das crianças, não penso no meu marido que não pode trabalhar que é doente, não penso em nada disso. Isso não quer dizer que eu não me preocupo, mas quando estou aqui vivo uma outra vida. Isso aqui parece que é um outro mundo.

Tal como apontado por Andrade, a vivência na rádio é para muitos dos radialistas a melhor parte de suas vidas. É nela que projetam o melhor de si – assim como sobre o qual exercem maior domínio. Para isso, criam personagens, onde um dos duplos pode ser a construção de si como uma *personalidade*, e todas as implicações que esse modo de subjetivação impõe: servir de exemplo, agir conforme determinados padrões sociais e morais predominantes, comprometer-se com a

execução de tarefas esperadas e cumprir as obrigações sociais tidas como relativas às *personalidades* do rádio.

No estúdio, o acompanhamento das atividades diárias desenvolvidas ao longo da realização de um programa permite revelar a figura do radialista como o sujeito normativo de que fala Deleuze, vivenciando, tal como em uma peça teatral ou um jogo de espelhos, a personagem de locutor encarnada no profissional em ação. Uma cena presenciada mostra como o radialista convive cotidiana e empiricamente com seu duplo. A descrição e as impressões abaixo foram retiradas do meu caderno de anotações de pesquisa de campo, no qual registrei o ocorrido logo depois de seu acontecimento, antes mesmo de conferir qualquer tipo de tratamento analítico mais profundo à situação registrada:

Fiquei impressionada como Jonas conseguiu conduzir seu programa policial, com o apoio do operador, Jeferson, no meio de uma forte discussão entre ambos. Fora do ar, o locutor reclamou com o operador que ele não estava operando o programa, que estava demorando de propósito para colocar as vinhetas ou abrindo o microfone sem avisar que o faria em tempo hábil para que pudesse se preparar. Jeferson, por sua vez, disse que não era nada daquilo, e que ele não tinha culpa por estar demorando para entrar a vinheta, que o problema era da gravação, do emedê [mídia em que os conteúdos são gravados]. A discussão iniciada durante o bloco de comerciais ia ganhando proporções maiores, onde eles passaram para as agressões verbais e pessoais. Paralelamente à briga, em que ambos encontravam-se exaltados e aos gritos, o programa ia se desenrolando. Toda vez que o microfone era aberto para Jonas dar seguimento a seu programa a briga era interrompida naquele instante e retomada tão logo o microfone voltava a ser fechado. As fisionomias contraídas e os tons exaltados fora do ar davam lugar automaticamente a expressões lívidas, ao tom de voz tranqüilo habitual do locutor e ao silêncio esperado do operador, que executava sem qualquer alteração sua tarefa. Tanto Jeferson quanto Jonas pareciam incorporados por alguma entidade ou personagem, que convivia com uma outra, em um mesmo corpo.

No dia seguinte, com Jonas novamente, perguntei como ele conseguiu fazer o programa apesar de fora do ar mostrar-se tão transtornado pela discussão com o colega⁷. A resposta dele foi a seguinte:

(...) eu sou radialista e eu estava no ar, fazendo meu programa. No programa, eu sou Jonas Melo [nome no rádio]. Minha sintonia é com os ouvintes, com o programa, com os assuntos que eu estou apresentando. Fico totalmente ligado nisso. Abre o microfone, eu sou o apresentador do programa. Fecha o

microfone, é como se eu tivesse voltado para uma outra realidade, em que o colega ali na minha frente estava me ofendendo e eu tinha que responder.

A passagem de um estado para outro, ou de uma face do espelho para a outra, ou ainda de uma personagem para outra, ocorre quase sempre diante de uma situação concreta que indica o sistema ao qual está referido naquele momento. No caso da cena presenciada, a transmissão e a interrupção da transmissão da voz do locutor, pelos movimentos de fechamento e abertura dos microfones – ações que interligavam operador e locutor simultaneamente –, indicavam a inserção na realidade vivida pelos envolvidos fora do ar ou a realidade vivida no ar, respectivamente. Quando a face em questão corresponde às relações entre colegas de trabalho que se ofendiam mutuamente, eram Jonas e Jeferson que se enfrentavam. Quando a outra face do espelho está em jogo, o mundo criado pelas vozes e outros sons no rádio, seus duplos entram em ação. Naquele instante, são Jeferson Farias, o operador, e Jonas Melo, o apresentador do programa.

De um ponto de vista interno, ao se ultrapassar ou incorporar uma personagem, o sujeito vivencia sensações físicas: no caso de Jonas e Jeferson, isso podia ser percebido de fora pelas expressões faciais, pela respiração e o tom de voz, ocorrendo um processo que lembra as possessões espirituais, tomando conta de seu ser. As realidades vividas, nesses momentos, parecem incomunicáveis:

Quando você tá lá, tá gravando, não ouve sua voz. Para mim foi algo de beleza de você ouvir sua própria voz. É algo diferente quando você chega na sua casa, que você diz: “pôxa, naquela hora lá eu tava alegre...” porque quando você passa a ficar triste é quando você entra na sua casa, que você veio para um mundo totalmente diferente daquele que você estava lá. É o mundo real. Então é assim: você está em casa, você não está feliz, você vai para a rádio, você é sempre feliz, você não tem motivo para chorar dentro de uma rádio. Você nunca vê um locutor numa rádio, que ele esteja de mau-humor, que esteja com trauma, estressado... seu estresse é dentro de casa... mesmo que você saia com ele ali, mas tem sempre alguma coisa que você nem se dá conta de que já jogou ele fora. Então essa é a razão com que as pessoas buscam rádio. É um ambiente de felicidade enorme, que você não vai encontrar em mais nenhum lugar de trabalho. A rádio é isso, é aquela coisa de amor, aquela coisa de prazer porque você trabalha com música, trabalha com o mundo interno, com uma coisa rica que são as canções, que alguém se inspirou em alguém, aí você se encaixa ali... então você ali também é a bola da vez (Pedro, radialista de FM, que atuava em programa romântico na madrugada).

A participação nesse mundo que se opõe ao real, como apontou o radialista, só ocorre enquanto o sujeito tiver a possibilidade de estar no ar. É esse fato que dá acesso a um outro mundo, à construção de si como uma *personalidade* e, numa dimensão também interior, como radialista, colocando em um mesmo jogo as duas faces do espelho: a “real” e a outra, do rádio. Quando se está fora do ar, o mundo radiofônico parece desintegrar-se, e o profissional precisa resignificar sua própria existência:

Agora é importante o seguinte: você só é lembrado enquanto está com o microfone na mão; perdeu ele, querida, perdeu todo o tipo de primazia que o mundo lhe oferece. Ninguém mais lhe conhece. Os puxa-sacos não vão mais puxar seu saco, as pessoas que te dão cerveja no meio da rua não vão mais te oferecer, aquele cara que te dava um maço de cigarro toda semana não vai te dar mais... você não tem mais significado (Pedro).

Considerações finais

De acordo com a linha interpretativa de Goffman, os atores sociais buscam, em suas interações sociais, manipular impressões, de modo a colocarem-se em posição de controle e domínio da situação relacional, tentando influenciar a construção das imagens que seus interlocutores formam deles. Para isso, precisam adequar-se à situação interativa, levando-se em consideração, como aponta o autor, que tanto é “conveniente aos indivíduos executarem seus diversos papéis diante de diferentes pessoas” como que é importante “separar as diferentes platéias que alguém tenha para o mesmo papel” (1975: 129). Quando não ocorre tal separação, o risco é a ocorrência de problemas na direção das impressões que o ator quer causar.

Nesse jogo interacional, em que relações são construídas no e a partir do rádio, surge uma categoria especial de ouvinte: o fã⁸. Trata-se de um ouvinte especial, que tem seu nome sempre divulgado pelo radialista idolatrado, que fala no ar ou vai à emissora para encontrar-se com o radialista, de quem recebe tratamento diferenciado, mas que ainda assim é tratado como alguém que faz parte da esfera do trabalho. A assimetria da relação entre o fã e o radialista é o motivo de ser da própria interação.

A eles são atribuídos adjetivos como fiéis e carinhosos e de quem às vezes se espera gestos como levar *merenda* durante o expediente e dar presentinhos. Os papéis que a *merenda*, o *acarajé* e o *bolo de tapioca* desempenham, levados pelos fãs às emissoras em Ilhéus, se assemelham a um “ato de amor” (Miller, 2002: 32). Assim, por meio das mercadorias, as relações vão sendo construídas, uma vez que possuem, no sentido maussiano do termo, “mana” – carregam muito mais do que seu próprio valor de troca ou uso.

Tem-se, assim, uma correspondência entre a figura do *fã* e a da *personalidade* ou *astro* do rádio. Enquanto a primeira é uma espécie de exagero da categoria de ouvinte, em uma percepção onde se pode imaginar uma linha de assimetria de poder entre eles, a segunda é o *status* mais elevado a que pode chegar um radialista. É justamente porque existem *fãs* que existem *personalidades* no rádio. São termos de um mesmo repertório, do qual admiração, devoção e popularidade são elementos constitutivos e definidores.

Cartas, telefonemas, visitas pessoais às emissoras de rádio, convites sociais para festejos particulares dos ouvintes e abordagens na rua funcionam, nesse sentido, como índices de popularidade, como meios concretos utilizados pelos próprios radialistas para auferirem se alcançaram ou não a condição de *personalidade*. Quando isso ocorre, porém, os radialistas parecem compartilhar do mesmo destino que os *fãs*: tornam-se objetos de devoção de si mesmos, adorando seus duplos e as personagens criadas no universo radiofônico.

Silvia Garcia Nogueira

Professora da Universidade Estadual da Paraíba
snogueira@nitmail.com.br

Notas

1. Este artigo corresponde a uma versão parcial e modificada do capítulo 5 da tese de doutorado em Antropologia *Facetas do Rádio: uma etnografia das emissoras de Ilhéus (Sul da Bahia)*, defendida no PPGAS do Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 2005. Agradeço a José Carlos Rodrigues os comentários sobre este texto.
2. Para uma breve discussão teórica e interdisciplinar acerca das definições atribuídas à solidão, ver Prata 2004.
3. Toda vez que uma expressão, uma palavra ou uma frase surgir em itálico no texto significa que se trata de expressão, palavra ou frase nativa. Além disso, como é de praxe na pesquisa antropológica, os nomes dos informantes foram trocados para a preservação de suas identidades.
4. Tal mecanismo se assemelha ao encontrado por Bourdieu (1995: 64–65) junto aos homens de honra da Kabília, que conduzem suas vidas obedecendo aos imperativos de honra. Do mesmo modo, Veyne (1976), a respeito da Grécia e da Roma antigas, aponta a preocupação do notável grego e do romano oligarca com a construção de si como homens honrados e distintos perante a opinião e a sua própria vaidade.
5. O fenômeno nativo da existência de personalidades no rádio em Ilhéus é semelhante ao apresentado por Costa (1984) ao analisar as “estrelas do rádio” na década de 1950. Para ele, as crenças e ideologias sobre o papel de estrela são socialmente compartilhadas e influenciam concretamente quem desempenha esse papel e as expectativas do público em relação a elas.

6. Goffman (1975: 12) chama a atenção para o fato de que o indivíduo em interação social terá que “agir de tal modo que, com ou sem intenção, expresse a si mesmo”. Essa espécie de compromisso, de algum modo, parece nortear as condutas dos radialistas, que devem se comportar de acordo com determinadas expectativas sociais.

7. Goffman (1975) aponta, ainda, que “se um indivíduo tem que dar expressão a padrões ideais na representação, então terá que abandonar ou esconder ações que não sejam compatíveis com eles”. A discussão entre os radialistas, portanto, segundo esse mesmo princípio seguido nas rádios, não poderia ser revelada para os ouvintes, de modo que as expectativas fossem preservadas. O objetivo é manter uma imagem de competência profissional, construída dentro desses padrões ideais. Assim, a briga corresponderia ao que o autor chamou de “dificuldades de bastidores” (p.112), que ocorrem longe dos microfones, dos trabalhos nas emissoras.

8. Thompson diz que “o termo é uma abreviatura para ‘fanático’ e foi provavelmente usado pela primeira vez no século XIX para descrever os espectadores entusiastas do esporte”. Relacionado ao fervor religioso, ao delírio e à possessão demoníaca, “uma importante parte do ser fã está no cultivo de relações recíprocas de intimidade com outros distantes” (1998: 193). Segundo o autor, tornar-se fã é um modo de consolidar e estender esse tipo de relação não recíproca com esses outros distantes e, simultaneamente, incorporar reflexivamente materiais simbólicos no projeto de formação do próprio *self* (p. 194).

Referências bibliográficas

ANDRADE, Regina Glória Nunes. *Personalidade e cultura: construções do imaginário*. Rio de Janeiro: Revan, 2003.

BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. Lisboa: Edições 70, 1982.

BOURDIEU, Pierre. O senso de honra. In: Corrêa, Mariza (org.). *Três ensaios sobre a Argélia e um comentário*. Campinas: IFCH/Unicamp, 1995.

COSTA, Alberto Coelho Gomes. *Cantoras do rádio: estudo sobre a imagem da estrela e sua autenticidade*. Rio de Janeiro: PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, Dissertação de Mestrado, 1984.

DELEUZE, Gilles. *Empirismo e subjetividade*. Ensaio sobre a natureza humana segundo Hume. São Paulo: Ed. 34, 2001.

DOLTO, Françoise. *Solidão*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

DOMINICK, Joseph R. The Portable Friend: Peer Group Membership and Radio Usage. In: Gumpert, Gary e Cathcart, Robert (eds.). *Inter/Media. Interpersonal Communication in a Media World*. Oxford: Oxford University Press, 1979.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1975.

KATZ, Elihu et al. Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Gumpert, Gary e Cathcart, Robert (eds.). *Inter/Media. Interpersonal Communication in a Media World*. Oxford: Oxford University Press, 1979.

MENDELSON, Harold. Listening to Radio. In: Gumpert, Gary e Cathcart, Robert (eds.). *Inter/Media. Interpersonal Communication in a Media World*. Oxford: Oxford University Press, 1979.

MILLER, Daniel. *Teoria das compras*. O que orienta as escolhas dos consumidores. São Paulo: Nobel, 2002.

NOGUEIRA, Silvia Garcia. *Facetas do rádio: uma etnografia das emissoras de rádio em Ilhéus (Sul da Bahia)*. PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, Tese de Doutorado, 2005.

NORDLUND, Jan-Erik. Media Interaction. In: Gumpert, Gary e Cathcart, Robert (eds.). *Inter/Media. Interpersonal Communication in a Media World*. Oxford: Oxford University Press, 1979.

NUNES, Mônica Rebeca Ferrari. *O mito no rádio – A voz e os signos de renovação periódica*. São Paulo: Annablume, 1993.

PRATA, Nair. Na hora das estrelas: as ondas do rádio invadem a solidão dos ouvintes. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2004, vol. 1, n.1, pp. 72-89.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*. Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

VEYNE, Paul. *Le pain e le cirque*. Sociologie historique d'un pluralisme politique. Paris: Editions du Seuil, 1976.

Resumo

Partindo de uma abordagem êmica, este artigo procura mostrar que *ser radialista* corresponde simultaneamente a um processo de construção social e de construção de si, não somente por meio de condutas, preceitos morais e expectativas de comportamentos, mas também por sentimentos e valores que norteiam as adesões pessoais à profissão, com reflexos em outras esferas de suas vidas. Os radialistas dividem-se, assim, entre duas realidades: a do universo do rádio, em que são ou foram construídos como *personalidades*, ao viverem as vidas de suas *personagens* no ar (uma espécie de duplo); e a vida fora desse universo, sem glamourização, com os problemas cotidianos e as contingências comuns a qualquer cidadão.

Palavras-chave

Radialista; Rádio; Ilhéus.

Abstract

Departing from a systemic approach, this article seeks to show that being a radio show host corresponds to a process of social construction and a construction of the radio show host's self. They occur not only through conducts, moral precepts, and expectation of behaviors, but also through feelings and values that guide personal choices and values to the profession, with consequences to other spheres of his/her life. He/she is divided, therefore, in two realities: the first one is the radio universe in which he/she is or was constructed as a celebrity living the life of his/her character on the radio show (a kind of double). The second one is the life outside this universe, without glamour, with the every day life problems and the contingencies common to everyone.

Key-words

Broadcaster; Radio; Ilhéus.