



Bazar Maravilha: 20 anos de cultura e entretenimento nas Gerais

PESSOA, Sônia Caldas¹

SIQUEIRA, Wanir Campelo²

Resumo

O artigo *Bazar Maravilha: 20 anos de cultura e entretenimento nas Gerais*, por Sônia Caldas Pessoa e Wanir Campelo Siqueira, visa mostrar a importância do Bazar Maravilha, programa que está no ar há 20 anos na Rádio Inconfidência FM de Belo Horizonte. O acompanhamento e análise do Bazar revelam um programa onde há espaço para jovens talentos e para artistas já consagrados; uma relação especial do apresentador com o universo feminino; uma homenagem póstuma diária a Elis Regina e a interação com a comunidade radiouvinte, que tem no apresentador um fio condutor para o universo cultural. Fórmulas tradicionais do rádio, como a crônica, a música e a entrevista compõem a programação do Bazar.

Palavras-chave: mídia sonora, programa cultural, comunidade radiouvinte.

Bazar Maravilha: A Hora do Recreio

O Bazar Maravilha entrou no ar cinco anos após a inauguração da Rádio Inconfidência FM (100,9). A estréia foi em 29 de julho de 1983, com apresentação de Tutti Maravilha. Seriam 24 anos consecutivos, se o governo de Newton Cardoso (1987 a 1991) não tivesse interrompido a trajetória. A Brasileiríssima, como é conhecida a emissora, passou por uma drástica transformação. Tornou-se a Popularíssima, o que, como o próprio nome indica, propõe outro tipo de programação musical. Deixou de lado a música popular brasileira (MPB) para dedicar-se aos sucessos populares da época; entre eles a música sertaneja. Tutti Maravilha foi demitido, retornando à Inconfidência e de novo à Brasileiríssima, no governo de Hélio Garcia, em 1991.

¹ Jornalista (Uni-BH). Mestre em Linguística (UFMG). Professora do Centro Universitário Newton Paiva e da Faculdade Estácio de Sá. Coordenadora do Núcleo de Rádio do Centro Universitário Newton Paiva. Professora do Curso de Pós-Graduação: Criação e Produção em Mídia Eletrônica – Rádio e TV, do Centro Universitário de Belo Horizonte. soniapessoa1@yahoo.com.br.

² Jornalista (UFMG). Mestre em Comunicação (Universidade São Marcos-SP). Professora dos cursos de Jornalismo, Produção Editorial e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH) e da Universidade Salgado de Oliveira (Universo). Coordenadora do Projeto de Extensão: Radioescola Ponto Com do Uni BH. Coordenadora e Professora do Curso de Pós Graduação: Criação e Produção em Mídia Eletrônica - Rádio e TV, do Uni-BH. wanircampelo@uai.com.br.



A Inconfidência garante que um dos programas de maior audiência é o *Bazar Maravilha*, veiculado de segunda a sexta-feira, de 14 às 16 horas.³ Apesar de não divulgar no *website* dados sobre essa audiência, a empresa agradece os ouvintes, que são das classes A, B e C, pela escolha de uma emissora 100% nacional, isto é, que só executa músicas brasileiras.

O principal compromisso da emissora seria com os artistas mineiros e brasileiros. Por isso, a opção de exclusividade para músicas nacionais. Cantores, bandas e compositores que se tornaram sucesso nacional encontrariam na Inconfidência FM espaço para a divulgação inicial de seus trabalhos.

A Inconfidência, que mantém emissoras AM, FM e OC, tem larga tradição na valorização de programas culturais (Siqueira, 2001). No aniversário de 70 anos da primeira emissora do grupo, em 2005, o Bazar Maravilha passou a ser veiculado, além da Inconfidência FM, em AM e OC, ampliando consideravelmente o número de ouvintes e o seu alcance. A partir de então, o Bazar chega a outros estados e até mesmo países, já que, além da transmissão radiofônica convencional, o programa atualmente é transmitido também pela Internet. Apesar das modificações na irradiação, a estrutura e o estilo do programa não sofreram alterações, sendo considerado por alguns como a *Hora do Recreio do Rádio Mineiro*⁴.

Formatação do programa: organização com liberdade

O Bazar Maravilha é veiculado de segunda a sexta-feira na Rádio Inconfidência (100,9 FM), em Belo Horizonte, e nas emissoras AM (880) e OC (6010) do mesmo grupo. O programa tem, em média, oito blocos que duram aproximadamente 15 minutos cada um, obedecendo a intervalos comerciais previamente estabelecidos. Como a Rádio Inconfidência é uma emissora pública, oficialmente não há anunciantes e sim apoiadores culturais, que variam de acordo com as edições veiculadas e os prêmios sorteados. Esses apoiadores culturais são de segmentos empresariais diversificados, incluindo, tanto pessoa física, quanto pessoa jurídica.

³ www.inconfidencia.com.br acesso em 01.04.2007.

⁴ Comentário publicado no site <http://osdir.com/ml/music.brazil.samba-choro/2007-01/msg00064.html> acessado em 31.03.2007.

Campanhas educativas são lançadas com frequência pelo programa. A mais longa delas está no ar há 13 anos. Entre as que são lembradas pela produção, estão *Evite irritar o ser humano*, que incentivava mais tolerância entre as pessoas; *Dê seta*, que alertava para os perigos do trânsito e a mais duradoura *Use camisinha*, que está presente no programa desde 1994, e é feita em parceria com o grupo Vivher, uma organização não governamental que luta contra a Aids. *Use Camisinha* surgiu em meados da década de 90. O assunto se tornou tema diário do programa com distribuição do *Kit Camisinha*, com três preservativos e folhetos explicativos sobre os riscos da doença e a prevenção.

O tema cultura permeia a programação do Bazar Maravilha. Tem sido assim há anos, com pequenas alterações. Alguns quadros do programa, como o pedido de música do ouvinte, buscam instigar o público a participar ativamente da produção do Bazar enquanto outros, como a crônica esportiva de Jairo Anatólio Lima, objetivam informar e analisar a notícia. A leitura de *releases* é uma das maneiras encontradas pela produção do programa para garantir uma agenda variada e atual, com dicas de cinema, teatro, lançamento de livros, CDs, DVDs, entre outros produtos culturais.

A programação do Bazar acompanha o dia da semana, como se seguisse uma lógica de agenda; as propostas variam de acordo com data comemorativa ou não. Há sempre uma atração principal e vários quadros fixos. No geral, a programação segue uma tríade, que parece ser uma das tônicas do sucesso do programa: cultura, entretenimento e música. Somados a essa combinação estão a participação do público, a interação apresentador-ouvinte e as entrevistas com produtores culturais e artistas.

Apesar da estrutura fixa, o programa tem uma grade reserva, vamos dizer assim, de quadros que podem ser usados a qualquer momento. Terça, quarta e quinta-feira, há espaço para diversos quadros criados pelo próprio Tutti Maravilha e alguns pela produção. Os quadros são selecionados aleatoriamente pelo apresentador e inseridos na data e no horário que lhe convier.

De acordo com o produtor do Bazar Maravilha, Felipe Sudré⁵, não há rigidez para a entrada de um ou outro quadro. Estão à disposição do apresentador entre 40 e 50 quadros. Alguns deles são bem recentes, e outros nem tanto. A maneira como a escolha do quadro é feita parece irreverente e despreziosa. O próprio Tutti explicou, na entrevista concedida para este artigo, que ele tem um papel afixado no computador em casa com todas as opções de atrações para o Bazar. Diariamente, quando vai elaborar a programação, escolhe o que vai entrar naquele dia, sem rigor ou critério definido.

O público é líder na segunda

Na segunda-feira, a programação musical é feita pelo ouvinte. O público telefona e faz o pedido da música que será tocada na segunda-feira seguinte. A exceção fica por conta da *Hora da Comadre*, que entra no ar diariamente às 15 horas, com duas músicas de Elis Regina escolhidas pelo próprio Tutti.

O apresentador explica que quem participa desse quadro intitulado *Seqüência do Ouvinte*, pede músicas que estão no universo do Bazar. Nas palavras dele, “o melhor da música popular brasileira”. Raramente, esse ouvinte pede um *funk* ou uma música sertaneja. Quando isso acontece, o apresentador diz acreditar que esse ouvinte seja, originalmente, da Inconfidência AM, que há dois anos passou a transmitir o Bazar em cadeia com a FM. Faz-se importante ressaltar aqui que o apresentador faz toda a programação musical do Bazar Maravilha. Ele chega ao requinte de buscar em sua discoteca particular os CDs que serão usados naquele dia.

A crônica do radialista esportivo Jairo Anatólio Lima tem lugar cativo às 15h30 de segunda, em um quadro chamado *Bazar Esporte Clube*. A análise dos fatos esportivos, a repercussão dos resultados do final de semana e as expectativas para os próximos acontecimentos são abordadas pelo comentarista.

⁵ Entrevista à professora Wanir Campelo Siqueira em 30.03.2007 nos estúdios da Rádio Inconfidência.

A crônica, formato que migrou do jornalismo impresso para o rádio, aproveita uma circunstância favorável e a atualidade para explorar melhor determinado fato (Barbosa Filho, 2003); localiza-se em uma linha tênue, quase imperceptível, entre o jornalismo e a literatura. As crônicas, que chegaram a ser atrações fundamentais em alguns periódicos do final do século XIX e início do século XX, perderam espaço nas emissoras das capitais brasileiras e ainda encontram respaldo em algumas do interior. Marques de Melo (1992:49), ao estudar os gêneros jornalísticos, observou acerca da crônica radiofônica: ...“trata-se de um texto escrito para ser lido, cuja emissão combina a entonação do locutor e os recursos de sonoplastia, criando ambientação especial para sensibilizar o ouvinte”.

Entrevistas e pergunta idiota na terça

Três entrevistas são os destaques da terça-feira no Bazar Maravilha. Duas delas são realizadas pessoalmente, enquanto a terceira é feita pelo telefone. Elas são veiculadas às 14h30, 15h10 e 15h30. As entrevistas têm duração média de 15 a 20 minutos e apresentam a cultura como tema central.

Escritores, artistas plásticos, atores, cantores, instrumentistas, produtores culturais são as fontes principais para as entrevistas, consideradas por Prado (1985), uma das fórmulas mais atraentes da comunicação humana. Entre uma conversa e outra, são veiculadas músicas, que garantem o ritmo habitual do programa: conversa, em tom informal, e muita música *de qualidade*.

No Bazar Maravilha, há tentativa explícita da entrevista se assemelhar a uma conversa entre amigos, com boa dose de descontração. A espontaneidade típica da entrevista ao vivo (Pessoa, 2005) permite situações inusitadas no ar, com o locutor se beneficiando da irreverência já conhecida dos ouvintes para brincar e até mesmo expor casos que não estão relacionados ao tema abordado. Em conversa via telefone com o produtor cultural Bob Tostes⁶, Tutti Maravilha traz à tona assuntos inerentes à produção do programa. “Vamos conversar agora por telefone, **que peninha**, é por telefone, com um amigo meu”. Antes de

⁶ Programa veiculado no dia 27.02.2007.

chegar ao tema proposto – lançamento de um CD – o apresentador comenta que está com saudades, que viu o entrevistado na rua e buzinou diversas vezes tentando chamar sua atenção. Tutti Maravilha conduz a interação com Bob Tostes como se não houvesse uma platéia – termo aqui utilizado de acordo com a concepção de Goffman (1979) – os ouvindo. É um bate-papo no qual o locutor fala sobre a cerimônia de entrega do Oscar, realizada dias antes. **“O que era para ganhar era aquele mesmo?”** Sequer é feita menção ao nome do filme, como se fosse pressuposto o ouvinte saber do que se trata. Como nas situações de entrevistas radiofônicas são extremamente complexas as relações entre o falante, o interlocutor endereçado e o público (Goffman, *ibid*), dificilmente o apresentador desconsiderou o ouvinte.

O quadro *Pergunta Idiota* está no ar toda terça e quinta-feira. O apresentador faz uma pergunta, de preferência capciosa, e estimula os ouvintes a ligarem para a rádio respondendo a tal indagação. Alguns exemplos coletados durante a nossa pesquisa comprovam o relato anterior. As perguntas idiotas abordaram temas como: 1) uma mulher, de vestido roxo, que chorava na janela; 2) Gotham City (a cidade do super herói Batman; e 3) um galo que precisaria contratar um advogado em um galinheiro.

O público é incentivado a participar, independentemente de saber a resposta, ao contrário do que normalmente acontece nas promoções radiofônicas nas quais ocorre a participação do ouvinte. O ouvinte pode dizer *não sei*, afinal, a idéia é que a resposta seja tão desprovida de sentido quanto a pergunta o é. No Bazar Maravilha, como o próprio apresentador faz questão de frisar no ar **“vale dizer não sei”**. Se a pessoa acerta, ele costuma responder **“Muito bem, inteligente”!**

Quarta-feira é dia de pensar

A oportunidade do ouvinte se manifestar sobre assuntos considerados mais sérios está reservada para a quarta-feira. Sai do ar a *Pergunta Idiota* e entra em cena a *Pergunta pra pensar*. O público tem alguns minutos para explorar, via telefone, temas polêmicos levantados pelo apresentador, bem como situações relacionadas à cultura e cidadania, entre outras, consideradas por ele como importantes e que merecem destaque naquele dia.



A quarta-feira representa, no Bazar Maravilha, o início da diversão, com o apresentador desejando a todos um ótimo final de semana, como se, pelo menos no rádio a vida fosse uma brincadeira, um jogo com muito divertimento, com uma semana ilustrada:

“O rádio, ao proporcionar a diversão lúdica, rompe com a vida cotidiana, adquirindo uma relativa autonomia e, por outro lado, na medida em que estabelece vínculos afetivos, faz de sua audição uma necessidade constante. Ao trazer elementos do fantástico, ele estabelece uma dimensão de satisfação”. (Maia, 2006)

Quinta tem repeteco

Curiosamente, na quinta-feira, a programação é a mesma de terça, sem atrações diferenciadas. Tem-se, então, música, entrevista, pergunta idiota e leitura de *releases* com a agenda cultural, além do sorteio de brindes, que ocorre diariamente.

Sexta Maravilha

A Sexta Maravilha é um programa especial, que enfoca um tema ou um artista. O formato é diferenciado. Pode-se contar com a presença de um ou de vários convidados especiais no estúdio para dialogar sobre um assunto que esteja em voga ou uma data comemorativa, como o Dia da Mulher, por exemplo. Os convidados, invariavelmente, são do meio cultural. O que pode variar é a formatação do programa, como a escolha das músicas e o estilo de conversa escolhido para a participação do convidado – entrevista, debate, mesa-redonda.

Quadros a escolher

A tabela a seguir mostra alguns dos quadros disponíveis para escolha diária do apresentador do programa, conforme explicado.

Quadro do Bazar Maravilha	Descrição
Marcha ré	Músicas muito antigas
Dose dupla	Executadas duas músicas do mesmo cantor
Quem está cantando	Toca-se 20 segundos de música, enquanto o ouvinte aguarda na linha. Se a pessoa acertar quem está cantando, leva todos os brindes, que vão se acumulando a cada programa.
Pelas bandas de Minas	Apresentação de dois grupos de música mineiros
Tapete mágico	Duas ou três músicas normalmente de um compositor/cantor que está lançando um trabalho. Faz-se uma entrevista por telefone com o cantor e toca-se uma música inédita.
Tirando o selo	Lançamento de uma música



Do mesmo disco	Duas músicas do mesmo disco
Dor de cotovelo	Uma música que fala de amor, de paixão
É de ontem, é de hoje	O mesmo artista em dois tempos
Dois tons	Duas músicas instrumentais
Dois pra lá dois pra cá	Dois cantores juntos, interpretando uma canção e depois outros dois cantores interpretando outra canção. Ou seja: Duas duplas e duas canções diferentes.
Os dois dez da discoteca de...	Um artista escolhe dois discos que não podem ficar fora de seu próprio acervo. Essa escolha abastece o programa por um longo período, pois o entrevistado fala de dois CDs e não de duas músicas.
Cantores do rádio	Sucessos de quem fez sucesso antigamente. Cauby, Emilinha, Nelson Gonçalves, etc.
Hora do Show	Duas músicas que foram gravadas em shows

O perfil do apresentador

Pelo nome completo praticamente ninguém o conhece em Belo Horizonte. Tutti Maravilha certamente é mais conhecido que Ailton José Machado, que completou 57 anos em 2007. Formado pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), em 1984, se especializou em apresentação de eventos culturais. Já fez televisão e teve colunas em jornais da capital mineira, além de ter sido produtor de shows e espetáculos de teatro na década de 70.

Antes de chegar com o Bazar à Inconfidência, Tutti integrava a equipe do jornalístico Radiofatos, da Rádio Capital, emissora importante em Belo Horizonte nas décadas passadas. A rádio formava um *pool* de emissoras de todo o Brasil. Em cada capital havia um locutor que recebia o nome de *Lorde Garfo*, dando dicas de restaurantes. Tutti Maravilha encarnava esse personagem, diariamente, por dois minutos, no final dos anos 70. A atividade podia ser simples – telefonar para os restaurantes apurando o melhor do cardápio, o vinho ideal e os acompanhamentos e gravar para o programa – mas a recompensa veio logo.

O texto considerado criativo, deu a ele oportunidade de apresentar um programa ao vivo, quando aceitou o convite feito pela direção da emissora. “No começo pensei que eles tivessem enlouquecido porque a minha voz não é apropriada para o rádio”, lembra o apresentador. Pouco menos de um ano depois, o comunicador Oliveira Rangel, com quem



dividia o *Gente da Capital*, deixou a Rádio Capital e Tutti passou a comandar um programa de três horas de duração.

Logo na estréia, contou com a força da amiga Elis Regina, que teria feito questão de dar uma entrevista exclusiva ao vivo pelo telefone, direto de Brasília, onde fazia show. A estrela da MPB da época se tornou a atração principal do programa. O trabalho na Rádio Capital o projetou muito; daí para a Inconfidência foi um pulo.

O produtor cultural dos anos 70 adquiriu vivência e tornou-se profundo conhecedor do cenário musical brasileiro. O produtor do Bazar Maravilha por quase 13 anos (1993 a 2005), jornalista Kleiber Pacífico acredita que Tutti trilhou um caminho no qual foi possível abrir largo espaço para a cultura, investindo principalmente na música e nas entrevistas com pessoas que sonhavam em ser reconhecidas, entre elas os integrantes do Skank, Pato Fu, J. Quest, além de Cássia Eller, Paulo Moska e Chico César, dentre outros. “O Tutti tem uma capacidade enorme de perceber o novo. Perceber o que é bom e o que vai ser sucesso, independente daquele músico ser um artista consagrado”, afirma.

Metodologia

A produção desse artigo contou com a realização de entrevistas com o apresentador do programa analisado, bem como com o produtor e o ex-produtor do Bazar Maravilha, além de sete convidadas pelo locutor para um programa especial. Foram gravadas 5 edições do programa, no período de 26.02.2007 a 02.03.2007, além da edição especial veiculada em 30.03.2007, em homenagem ao mês da mulher.

Fragmentos de cultura fortalecem laços comunitários

O programa de rádio imagina o ouvinte por meio de conceitos simbólicos interligados pelas vivências cotidianas dos indivíduos relacionadas às atividades culturais. Ao entrar no ar, o apresentador pressupõe uma comunidade imaginada, que está acostumada a ouvi-lo diariamente, que já conhece os seus hábitos e está familiarizada com as atrações do programa. O sentimento de pertencimento de um indivíduo a uma comunidade está

interligado, paradoxalmente, ao sentimento subjetivo, afetivo, pessoal, e à constituição do todo (Weber *apud* Maia, 2006).

O ouvinte do Bazar Maravilha seria um *habitué*, com cadeira cativa para os “melhores” espetáculos teatrais, shows musicais, filmes, lançamentos de livros e diversos produtos culturais. O comunicador menciona com frequência o fato de o ouvinte ser alguém que já integra a rotina do Bazar, fazendo referência ao conhecimento prévio que o ouvinte tem do programa: “**como você já sabe**”.

A produção do programa parece trabalhar com fragmentos de cultura que marcam a cidade e, eventualmente, o país, estabelecendo laços afetivos entre os diversos atores culturais – que estão diretamente envolvidos nesses eventos – e atores sociais, que assistiriam ou testemunhariam cada um deles. O comunicador seria o responsável por fortalecer esses laços entre os atores diversos.

Na perspectiva do apresentador, o ouvinte do Bazar Maravilha é fiel e conhece bem o programa: “Eu falo para todas as idades, de 7 a 70 anos. Todos entendem o que estou falando, gostam da música que eu faço, e creio que 50% ou mais ali, agradam muitas pessoas⁷”.

Essa comunidade radiouvinte seria consumidora de cultura, apreciadora de boa música, de cinema, de teatro e de eventos culturais. Se no século XIX cultura estava associada a elitismo, contemporaneamente, pode-se pensá-la como um *recurso simbólico* que apoiaria a transformação cultural (Yudice *apud* Carvalho, 2006). Pragmaticamente pode-se ter resultados, como aqueles apontados pelo locutor:

“Eu tenho ouvintes de anos que dizem assim: Ô Tutti, graças a você, eu aprendi a gostar da boa música, eu li aquele livro e fui ver aquele filme que você indicou. Quero dizer, o papel da gente é esse, né? Eu estou aqui brincando de jogar a nossa cultura brasileira para o povo⁸”.

Paralelamente ao tratamento respeitoso a esse ouvinte imaginário culto há espaço para certas brincadeiras que podem parecer inadequadas para quem não está acostumado com a

⁷ Entrevista à professora Wanir Campelo Siqueira em 30.03.2007 nos estúdios da Rádio Inconfidência.

irreverência do locutor. Ao realizar a promoção que sorteia um violão no mês da mulher⁹, o apresentador agradece ao filho de Almir Satter, Gabriel Satter, por ter enviado os brindes que serão dados aos ouvintes. Na oportunidade, Tutti Maravilha elogia o rapaz e diz que **“ele é bonitão como o pai, que dá para beijar e lamber”**. E na sequência faz algumas gracinhas infantilizadas, simulando choro e decepção por não ser possível tocar mais uma música: **“dá tempo de uma? Zé? Não, dá, não. Snif snif”**

Nos momentos em que o operador coordena a sequência musical, o apresentador conversa com os ouvintes via telefone. Na tarde de 30 de março, 49 telefonemas foram registrados. O locutor adota uma forma padronizada e polida de atender a cada ligação. Embora seja rápido na prosa, consegue ser dócil e, com certeza, cativa ainda mais o ouvinte. O diálogo que estabelece é invariável. A entonação é sempre a mesma, sofrendo ligeiras mudanças. Curioso é que a diplomacia na relação com o público não impede doses de ironia. Ao esperar a ligação do ouvinte, pergunta no ar: **“com rodinha ou sem rodinha? Duas rodinhas? Zum zum¹⁰”**, uma metáfora conceitual comum aos profissionais de rádio que, pode, eventualmente, parecer uma referência ao ouvinte como uma pessoa chata, ou na gíria brasileira, como uma mala, com ou sem rodas, dependendo do grau de chatice. No entanto, Tutti explicou que fica girando o fone em rodinhas, antes de colocar no gancho, para dar tempo da pessoa ligar e o telefone chamar imediatamente. O fato é que o que pode ser senso comum em determinadas emissoras de rádio, mas que fica restrito aos bastidores, é exposto no programa com naturalidade; embora, nesse caso, sem qualquer explicação para o ouvinte.

Não é sempre assim. O que se passa na produção do Bazar Maravilha, muitas vezes, é relatado ao ouvinte. A exposição parece ter o propósito de redimir o equívoco. Quando entra uma música na hora errada, o apresentador fala sobre outro assunto e brinca: **“olha eu enrolando aqui enquanto o outro ali acha a faixa certa¹¹”**.

⁸ Idem

⁹ Programa veiculado no dia 01.03.2007.

¹⁰ Programa veiculado em 27.02.2007.

¹¹ Programa veiculado em 01.03.2007.



Conversa de comadre e o universo feminino

Desde a estréia, o Bazar Maravilha toca diariamente duas músicas de Elis Regina, uma homenagem à amiga, que havia morrido no ano anterior (19/01/82). Segundo Tutti Maravilha, Elis é um “marca-hora”, uma estratégia que tem a função simultânea de manter viva a memória da artista e de nortear compromissos dos ouvintes.

O rádio como referência no cotidiano do público, estabelecendo limites horários e determinando as etapas da vida relacionadas à *esfera do trabalho* e à *esfera do lazer* (Hobsbawn: 1995) é uma das práticas sociais que passaram a fazer parte da vida de determinadas comunidades a partir do advento desse veículo de comunicação no século XX e que continuam a ser importantes nos dias atuais.

A relação entre o apresentador e Elis Regina teria começado a partir de uma temporada de shows dela em Belo Horizonte. O então produtor cultural teria sido procurado pelo irmão de Elis, Rogério Costa¹², que trabalhava como técnico de som do Quinteto Violado, quando se iniciaria a amizade. Além da afinidade profissional Tutti e Elis teriam intensificado o relacionamento pessoal a ponto de ele ter ido morar um ano com ela em São Paulo e de ter sido escolhido o padrinho espiritual de Pedro Camargo Mariano, segundo filho de Elis Regina e o primeiro dela com César Camargo Mariano. Por isso, a brincadeira de comadre, que se tornou quadro fixo do programa:

“Essa baixinha é impressionante. Enquanto artistas ficam na batalha para conseguir espaço, ela, que foi embora há 25 anos, continua na mídia: a TV faz especial, a gravadora lança CD, tem sempre música em novela, filme, espetáculo de dança... E tudo é merecido, fruto de um trabalho muito pensado, muito bem feito. Ela cantava muito bem, tinha uma preocupação estética enorme, se preocupava desde o repertório à capa do disco”¹³.

O apresentador diz ter aprendido com Elis Regina alguns valores que cultivava na sua rotina profissional e pessoal: “a ter bom gosto musical, o que é ser ético na profissão, o que é perecível e não-perecível na música”.

¹² <http://osdir.com/ml/music.brazil.samba-choro/2007-01/msg00064.html> acesso em 31.04.2007

¹³ Entrevista à professora Wanir Campelo Siqueira em 30.03.2007 nos estúdios da Rádio Inconfidência.



A influência das mulheres na vida de Tutti Maravilha e, conseqüentemente, na produção do Bazar Maravilha não se restringe a Elis Regina. Anônimas ou famosas elas são fonte de inspiração para o apresentador. Muitas vezes o público nem se dá conta de que algo que acontece no programa está relacionado com essa verve feminina.

“Eu tenho meu lado gay assumido, quero dizer, meu lado feminino resolvido e bacana. Eu perdi minha mãe muito cedo. Tive várias mães nesse trajeto, avós, mães de amigos, que se apaixonavam comigo e diziam: agora você é meu filho também. E eu acho que a partir daí eu comecei a entender esse feminino.

A construção da identidade do Bazar por sete cantoras

A complexidade da sociedade atual permite que alguns conceitos como o de identidade social sofra modificações significativas em abordagens contemporâneas. Rajagopalan (2001:41) alerta que “a identidade de um indivíduo se constrói na língua e através dela. Isso significa que o indivíduo não tem uma identidade fixa anterior e fora da língua”.

Na noção de identidade em permanente construção e mutação de acordo com as interações sociais realizadas cotidianamente percebemos que a identidade não deve ser tomada como um conceito estanque, que tenha categorias fixas determinantes, tais como idade, raça, ou gênero. Seria algo constituído permanentemente; o processo de construção de identidades estaria ligado, então, a sentidos, histórias e memórias que relacionam o presente, o passado e as imagens de uma nação (Hall, 1992, p.51).

Analogamente podemos refletir sobre a identidade de um apresentador de programa cultural radiofônico em contato direto com pessoas diversas durante a veiculação desse programa. As histórias e memórias estariam presentes no dia-a-dia desse profissional e na maneira como ele se relaciona com os seus públicos diversos – tanto o público ouvinte quanto o público tomado nesse trabalho como especial, ou seja, aqueles que compõem a seleta categoria dos artistas e categorias profissionais do meio cultural.

Provavelmente a identidade do apresentador do Bazar Maravilha, Tutti Maravilha, é constituída permanentemente, por meio das interações com os ouvintes, com os entrevistados e da sua performance à frente do programa. Como seria inviável para uma pesquisa inicial como essa, analisar a construção de identidade a partir de tantas variáveis,

optamos, neste primeiro momento, mostrar o depoimento das sete convidadas especiais do programa realizado em 30 de março de 2007. O Bazar dessa data contou com a participação de sete cantoras mineiras que teriam sido “apadrinhadas” por Tutti no início de suas carreiras.

O próprio Tutti denominou esse encontro *Mesa redonda com babados*. Às sete mulheres foi questionada¹⁴ a importância do Bazar, que já faz parte da história da capital mineira, para o cenário cultural de Belo Horizonte.

a) Selma Carvalho: “O Bazar Maravilha é um dos programas mais geniais que eu conheço, porque é um programa que ao mesmo tempo está mostrando o que de novo está acontecendo em Minas Gerais e no Brasil. Sempre incentiva o artista da terra e com muito bate-papo, com muito humor, com muita alegria”.

b) Fernanda Takai: “Eu acho que o Bazar Maravilha seja a primeira porta aberta que a maioria dos artistas de Minas Gerais encontrou. Além da informação musical, quem canta o quê, quem compõe o quê, ele sempre fala algo mais, sobre o que ele sente sobre o artista, então isso é um espaço raro. A gente é muito privilegiado aqui em Belo Horizonte, porque temos o Bazar aberto sempre”.

c) Patrícia Amaral: “Eu acho muito importante essa coisa do Bazar abrir sempre espaço para quem está chegando sem preconceito. Eu acho que o Tutti imprime ao programa uma energia de lealdade a arte e de muito respeito, também, independente do estilo”.

d) Érica Machado: “O Tutti é importante para o cenário cultural de nossa cidade não só do ponto de vista do público, como principalmente de todos nós, artistas. Ele tem uma forma de chegar ao público muito bacana. É um programa bem antigo e acho que ele contribui muito para a cultura de todas as formas, haja vista o tempo em que o programa está no ar, agradando tanto o público quanto os artistas”.

e) Marina Machado: “Tutti é o radialista mais importante de Belo Horizonte, não só porque ele é muito profissional, mas também pela vivência que ele tem. Eu praticamente aprendi o que é rádio com o Tutti. A primeira entrevista que eu dei foi pra ele”.

f) Regina Spósito: “Eu acho que o Tutti é o cara mais importante na cultura. Ele é o maior incentivador do artista mineiro porque ele sempre abriu espaço no seu programa e é amigo de todo mundo. A questão de se firmar ou não no mercado depende da gente, mas o espaço ele sempre abre. Ele é a pessoa mais importante na minha carreira, no meio artístico”.

g) Júlia Ribas: “Eu acho que a importância do Bazar está no próprio Tutti, que é uma pessoa questionadora e divulgadora. Ele coloca as pessoas pra pensar, relaxar”.



Considerações finais

O Bazar Maravilha mantém uma estrutura que mescla quadros inovadores e instigantes com outros resultantes de fórmulas bastante exploradas, e porque não dizer desgastadas, nas FMs populares, com perfil bem diferente da Rádio Inconfidência. A tradição divide espaço com a novidade. Músicos consagrados nacionalmente e jovens talentos encontram eco para a divulgação de músicas.

Produção e apresentador parecem ter encontrado a fórmula de um programa que tem sobrevivido há duas décadas e enfrentado as constantes mudanças na grade de programação da Rádio Inconfidência comuns a cada troca de governo de Estado.

O locutor tem se firmado como o elo entre o meio cultural e o ouvinte. É ele quem transita entre os artistas, tem amigos famosos, consome cultura, convive com pessoas *cult* e transporta para a comunidade radiouvinte a idéia de que aquele universo cultural, em alguns momentos, tão distante, pareça tão perto e tão fácil de ser acessado pelo público.

Referências

- BARBOSA Filho, André. *Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- GOFFMAN, Erving. Footing (1979). In: RIBEIRO, B.T., GARCEZ, P.M.Orgs. *Sociolinguística Interacional*. São Paulo: Edições Loyola, 2002. p.107-148.
- Hall, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade* (1992). 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- MAIA, Marta Regina. *A comunidade radiouvinte e o sentimento de pertencimento*. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006
- MELO, José Marques de, org. *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.
- PEREIRA, Roberta Carvalho. “O Balé do Lugar” na cidade do Rio de Janeiro: a cultura como instrumento de resignificação espacial. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, 2006
- PESSOA, Sônia Caldas. *Itatiaia Patrulha: as histórias da vida – a co-construção de identidades em programa policial radiofônico*. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

¹⁴ A entrevista com as cantoras foi realizada pela jornalista e professora Wanir Campelo em 30/03/2007 nos estúdios da Rádio Inconfidência.



- PRADO, Emílio. *Estrutura da Informação Radiofônica*. São Paulo: Summus, 1985.
- RAJAGOPALAN, Kanavillil. *O conceito de identidade em lingüística: é chegada a hora para uma reconsideração radical?* In: Signorini, Inês (Org.). *Linguagem e Identidade: Elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas: Mercado de Letras, 2001, p. 21-45.
- SIQUEIRA, Wanir Campelo Araújo. *Das ondas do rádio à tela da TV - o som e a imagem na cidade das alterosas (1900-1950)*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade São Marcos, 2001. Mimeo.

Referências eletrônicas

- <http://www.inconfidencia.com.br/fm/programacao/index.html>. Data de acesso: 01/04/2007
- <http://osdir.com/ml/music.brazil.samba-choro/2007-01/msg00064.html> Data de acesso: 01/04/2007

Entrevistas realizadas:

- 1 - Tutti Maravilha, apresentador do Bazar Maravilha:
- 2 - Regina Spósito, cantora
- 3 - Júlia Ribas, cantora
- 4 - Selma Carvalho, cantora
- 5 - Fernanda Takai, cantora
- 6 - Patrícia Amaral, cantora
- 7 - Érica Machado, cantora
- 8 - Marina Machado, cantora
- 9 - Kleiber Pacífico, ex-produtor do Bazar Maravilha
- 10 -Felipe Sudré, produtor do Bazar Maravilha