

A MODERNIDADE E O RÁDIO EM RIBEIRÃO PRETO/SP (1924-1937)

Sônia Jorge¹

Resumo: Simbolizando a modernidade enquanto experiência histórica específica da cultura que procurava lidar com as transformações das esferas tecnológica e econômica, o rádio foi, enquanto a televisão não existia, o meio através do qual as novidades tecnológicas, os modismos culturais, as mudanças políticas, as informações e o entretenimento chegaram ao mesmo tempo aos mais distantes lugares do país, possibilitando uma intensa troca entre a modernidade e a tradição. Em 1924, um ano após a implantação oficial do rádio no Brasil - com a fundação da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” - instalava-se em Ribeirão Preto, cidade localizada no nordeste do Estado de São Paulo, a “Rádio Club de Ribeirão Preto”, considerada a terceira emissora a ser instalada no interior paulista. Por aproximadamente três décadas, esta rádio foi a única emissora a operar na cidade, tornando-se uma importante formadora de opinião pública, articuladora do cotidiano, do consumo e dos valores da sociedade em questão. O eixo central deste artigo foi refletir sobre a implantação e o desenvolvimento do rádio em Ribeirão Preto, avaliando sua relação com os anseios e projetos de inserção da cidade na modernidade, assim como as modificações sofridas pelo meio nas décadas de 1920 e 30 e o impacto desse novo veículo de comunicação sobre a vida cotidiana da população.

Palavras-chave: modernidade, rádio, Ribeirão Preto.

Abstract: Symbolic to modernity as historical experience specific to the culture that sought to deal with the changes of economic and technological spheres, the radio was, as the television did not exist, the means by which the technological innovations, cultural fashions, political changes, information and entertainment arrived at the same time the most distant parts of the country, allowing an intense exchange between modernity and tradition. In 1924, one year after the official deployment of radio in Brazil - with the founding of "Rádio Sociedade do Rio de Janeiro" - installing itself in Ribeirão Preto, a city located in the northeastern state of São Paulo, "Rádio Club de Ribeirão Preto", considered the third broadcaster to be installed inside São Paulo. For nearly three decades, this was the only radio broadcaster to operate in the city, becoming an important trainer of public opinion, articulating the daily, consumption and values of the society in question. The cornerstone of this article was reflecting on the establishment and development of radio in Ribeirão Preto, evaluating its relationship with the desires and projects for entering the city in modernity, as well as the modifications made through the decades of 1920 and 30 and the impact of this new vehicle of communication on the daily life of the population.

Keywords: modernity, radio, Ribeirão Preto.

¹ Mestre em História pela UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de Franca (SP) e professora titular do ensino público do Estado de São Paulo, atualmente é doutoranda do Programa de Pós-Graduação em História e Cultura Política da UNESP/Franca.

No final do século XIX, o ideário da modernidade² espalhava-se em concomitância com a intensidade dos ritmos da expansão do capitalismo. O aumento da população no cenário mundial, a intensificação das escalas do processo de industrialização, os desenvolvimentos tecnológicos e os acelerados processos de urbanização das cidades, acabaram por alterar significativamente o modo de vida das sociedades ao redor do mundo, ou pelo menos, das regiões pertencentes ao hemisfério ocidental.

As capitais de diversos Estados brasileiros, como Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife, Porto Alegre, ou mesmo cidades como Ribeirão Preto, espelhavam o desejo de progresso e modernidade em seus projetos de urbanização, utilizando como referenciais os padrões de remodelação urbana, experimentados pelo Barão George-Eugéné Haussmann (1853-1870), prefeito da cidade de Paris no Segundo Império. Padrões que “foram universalmente aclamados como verdadeiro modelo do urbanismo moderno”. (BERMAN, 1986:132).

Graças à expansão da cafeicultura, o município de Ribeirão Preto - localizado na porção nordeste do Estado de São Paulo - transformou-se em um espaço capaz de vivenciar várias transformações com um extremo gosto pelo moderno e por toda a materialidade e simbolismo que o envolviam e que eram experimentados na Europa. As medidas institucionais destinadas a modernizar a cidade fundamentaram-se sobre três premissas básicas, relacionadas entre si, a circulação, a higienização e o embelezamento.

As obras incluíram a abertura de largas avenidas, calçamento de ruas, implantação e ampliação de redes públicas de água, esgotos e iluminação elétrica, além da arborização e o ajardinamento de espaços de lazer; a destruição de antigos becos e edificações e sua substituição por novas vias públicas e construções.

Em 1898, a cidade recebeu sua primeira rede de água e em 1899 iniciou-se a instalação da rede de luz elétrica após a formação da “Empresa de Força e Luz de Ribeirão Preto” de propriedade da família Silva Prado. Dois anos depois, em 1900, a implantação da rede de esgotos completaria o conjunto de melhorias. (ATA DA CÂMARA, 1902).

Ribeirão Preto se modernizava e rapidamente se sofisticava. Inaugurado em 15 de novembro de 1897, o “Teatro Carlos Gomes”, adiantou-se em doze anos a inauguração do “Teatro Municipal do Rio de Janeiro” (1909) e em quatorze anos do “Teatro Municipal de

² Empregou-se neste estudo o conceito adotado por vários autores, como Berman (1986), que distingue modernidade como etapa histórica e modernização como um processo sócio-econômico que vai construindo a modernidade.

São Paulo” (1911). Sua localização, no interior da Praça XV de Novembro, simbolizava a idéia de um centro civilizado e habitado por pessoas também civilizadas. (PAZIANI, 2004).

Não apenas os espaços urbanos foram cenários das intervenções modernas. Nas fazendas de café, os casarões e mansões de fazendeiros possuíam além de modernas máquinas de beneficiamento e ensacamento de café, redes de água, luz, esgoto e telefone, sem deixar de mencionar os “cinematógrafos para o entretenimento das boas famílias” (Cinematógrafo, 1918:4 *apud* PAZIANI, 2004:187).

Além do embelezamento dos espaços públicos, praças e jardins, Ribeirão Preto continuava a elevar belos e grandiosos prédios públicos. Em 1917, Macedo Bittencourt – prefeito da cidade entre 1911 e 1920 - implementou o projeto e a construção do “Palácio Rio Branco” que viria ser a sede da nova Câmara e Prefeitura Municipal. Para as elites intelectuais e econômicas o novo edifício representava o progresso e a modernização da cidade de Ribeirão Preto.

Admirador dos padrões de remodelação urbana de Haussmann, Macedo Bittencourt buscou promover uma série de intervenções no espaço urbano de Ribeirão Preto, além de atrair vários investimentos privados para a cidade. Entre os investimentos mais importantes cabe citar, por exemplo, a instalação das Companhias Antártica (1911) e Paulista (1914), duas grandes empresas produtoras de cervejas, que atribuíam a Ribeirão Preto o título de “Capital do Chopp”, simbolizada pela choperia “Pingüim”. (CARRATO, 1990, 1991:140)

No início da década de 1910, Ribeirão Preto conquistava a condição de grande centro produtor e exportador de café, região de influência política e econômica do Estado e passagem quase obrigatória para visitantes nacionais e internacionais. Por meio da leitura dos censos do período, foi possível verificar um expressivo crescimento da população que passou de 59.195 em 1900 para 68.883 em 1920. (SEMEGHNI, 1998).

No entanto, é importante ressaltar que o expressivo crescimento populacional de Ribeirão Preto deve-se também a expansão do comércio, do setor de prestação de serviços e da indústria. Em 1920, apesar de a agricultura empregar 60% (12.666 pessoas) da população economicamente ativa, teve seu espaço reduzido para o setor de serviços, comércio e indústria. Os setores de comércio e serviços passaram a empregar juntos um total de 23% (4760) dos trabalhadores urbanos e a indústria 17%. (IBGE, 1920).

Ribeirão Preto tornou-se uma cidade de intensa vida urbana: automóveis, cinemas, restaurantes e prédios públicos passaram a fazer parte da paisagem urbana alterando rapidamente hábitos e comportamentos de seus habitantes. As famílias dos cafeicultores

buscavam assimilar os padrões europeus, imitando seus hábitos e costumes. Para tanto, nada melhor do que a incisiva adesão às novidades nos meios de transporte, nos comportamentos, nos lazeres e no vestuário.

Estabelecimentos comerciais, bancários e de prestação de serviços passavam a estampar títulos afrancesados ou que apontavam o reconhecimento e a importância do progresso. (DOIN, 2007). Muitos estabelecimentos comerciais no intuito de trazer as últimas novidades importadas dos grandes centros da Europa transformavam-se em verdadeiras lojas de departamentos.

A introdução de novas tecnologias, a intensificação da circulação de pessoas pelas ruas e as atividades de lazer, mesmo que apenas concentradas no centro da cidade, deslumbravam seus habitantes e visitantes. A publicação de artigos sobre o progresso vivido pela cidade tinha o intuito de apresentar Ribeirão Preto como sendo a “cidade mágica, a pérola d’Oeste Paulista, a *Petit Paris* [...]”. (BENEDICTUS..., 1909:3).

O “Almanaque Ilustrado de Ribeirão Preto”, em sua edição de 1913 trazia páginas repletas de imagens fotográficas da cidade, além de textos que exaltavam as qualidades do município e sua população, ou seja, os elementos que faziam de Ribeirão Preto uma cidade voltada para o progresso:

Podemos notar em Ribeirão Preto, prédios monumentais, com finíssimos e arquitetônicos adornos; jardins, cujos arbustos são o concludente atestado da produtividade do solo canaanense [...] ruas amplas que se assemelham às belíssimas avenidas, ostentando arborização nova e copada; praças duma extensão extraordinária, que estão em condições de conter milhares de indivíduos: - enfim, vemos aqui tudo quanto é potente para dar a comodidade, a alegria e o sossego que constituem a suprema aspiração da creatura humana. (ALMANAQUE, 1913:17-18).

Porém, apesar das páginas dos almanaques, revistas e jornais exaltarem o progresso da cidade, os sinais de retrocesso do “processo civilizador” em Ribeirão Preto podiam ser verificados pela ocupação crescente e desordenada de pessoas e a conseqüente expansão dos limites urbanos que rapidamente modificavam a constituição original do tecido urbano.

A remodelação do centro de Ribeirão Preto, de forma semelhante à européia aliada ao encarecimento imobiliário empurrava para a periferia grande parte da população. Essa periferia transformou-se, no decorrer do século XX, em bairros formados por trabalhadores do comércio e das indústrias. Frequentemente, a imprensa publicava textos criticando as crises de abastecimento de água, o péssimo estado de rede de esgotos, a falta de calçamentos em várias

ruas, além de problemas envolvendo a falta de higiene em diversos espaços urbanos. (ASPECTOS..., 1914:1).

A cidade estava em pleno processo de expansão e urbanização e por isso mesmo evidenciava todas as contradições e contrastes inerentes às sociedades que se urbanizam rapidamente. Tais transformações introduziram uma nova dinâmica na vida e no cotidiano urbanos, permeados pela necessidade de repensar a relação do homem com o seu tempo e com o seu meio.

Se por um lado havia o deslumbramento por uma cidade voltada para o progresso, para investimentos em obras arquitetônicas e inovações tecnológicas, por outro a cidade demonstrava os problemas decorrentes de seu crescimento rápido: demandas por mais infraestrutura, serviços públicos, saneamento, habitação, higiene, além do aumento da violência e das diferenças sociais.

Embora haja um certo consenso quanto ao fato de que foi no princípio do século XX, que ocorreram as mudanças mais decisivas no sentido da instauração da modernidade capitalista no Brasil, seu caráter, no entanto, nunca deixou de provocar polêmicas. Este processo tem merecido diversas análises, as quais salientam principalmente sua natureza contraditória e conservadora. (FAORO, 1994:97-115).

No caso de Ribeirão Preto, a modernização urbanística foi parcial e excludente, abrangendo as áreas centrais da cidade e delimitando de forma elitista tanto o alcance quanto a qualidade do usufruto dos novos espaços. Este mesmo sentido caracterizou o processo de modernização da vida material e cotidiana dos ribeirão-pretanos na época.

Os processos de modernização compreendem uma série de transformações sociais cuja ocorrência e realizações dinamizam as experiências modernas. A concepção da modernidade enquanto um conjunto de experiências e uma forma de sensibilidade, desenvolvida por Berman (1986), entende que a modernidade, embora possa comportar diferentes sentidos, se caracteriza pela ambigüidade, traduzida na conjugação de duas preocupações básicas, duas variáveis contraditórias que convivem paralelamente: o desejo de mudança e o medo da desorientação e da desintegração inscritos nos processos de transformação.

As experiências modernas constituem-se, portanto, no interior de um angustiante “turbilhão”, constantemente alimentado pelas descobertas científicas e tecnológicas, pela industrialização da produção e seus inúmeros efeitos sobre o ritmo acelerado da vida cotidiana, fazendo com que as pessoas modifiquem a percepção tanto de si próprias quanto e seu lugar no mundo. (BERMAN, 1986).

Nos veículos impressos produzidos na época – revistas, almanaques e jornais locais – observou-se que havia clareza por parte dos contemporâneos de que se vivia um “surto de progresso” geral, marcado por aceleradas transformações materiais e mentais que provocavam um certo sentimento de desequilíbrio nas pessoas daquela época.

Se coube a Baudelaire (1993:89), a percepção de que a “modernização da cidade inspirava e forçava, simultaneamente, a modernização da alma de seus cidadãos”, percebe-se que, em Ribeirão Preto, esse processo também foi angustiante para algumas “almas”, embora vivido de maneira eufórica por outras.

O processo de urbanização de Ribeirão Preto implicava na transformação física dos espaços e das práticas sociais a eles correspondentes. Neste sentido, os meios de comunicação, em especial o rádio, teriam uma importante função na assimilação e transmissão destas transformações, influenciando na mudança dos hábitos e comportamentos cotidianos, domésticos e privados, assim como no processo de reconhecimento das novas formas de viver o urbano, aceleradas, higienizadas, racionalizadas, permitindo, de certa forma, a diminuição do sentimento de estranheza e não-pertencimento entre seus habitantes e a cidade que se transformava ao ritmo do impulso modernizador.

Simultaneamente, a indústria vivia um período de intensificação e diversificação de sua produção, marcada pelo lançamento de novos produtos, desenvolvidos a partir de tecnologias de ponta, no mercado. Os avanços tecnológicos possibilitaram mais conforto e lazer à população. Novos meios de locomoção (trens, automóveis, bondes elétricos, aeroplanos e motocicletas) vieram facilitar a vida das pessoas, promovendo maior rapidez e segurança nos transportes.

A invenção de novos aparelhos de transmissão de sons e reprodução de textos e imagens como a máquina de escrever, o telégrafo, o telefone, o rádio, o cinema, facilitaram as comunicações transmitindo-as com rapidez e agilidade a um número cada vez maior de pessoas, possibilitando além do acesso à informação uma maior difusão de valores sociais e culturais, simbolizando novos rumos e novas formas de comunicação e percepção.

No início do século XX, Ribeirão Preto havia se tornado palco destacado de várias mudanças. Além da ferrovia, dos projetos urbanísticos, da instalação de diversas indústrias e estabelecimentos comerciais, que alteraram o cenário da cidade; vários jornais, revistas, bem como a instalação de uma emissora de rádio se tornaram corriqueiros no cotidiano de seus habitantes.

Uma característica importante da modernidade brasileira foi a promoção de tudo o que podia significar progresso, desenvolvimento, e equiparação do Brasil à vanguarda internacional: ferrovias, aviões, indústria, comunicações, tecnologia e educação. Assim como a eletricidade, o telefone, o automóvel, entre outros artefatos tecnológicos, o rádio surge em Ribeirão Preto como um instrumento de comunicação que simbolizava progresso e a modernidade.

No Brasil, o interesse pelo rádio ganhou força durante a Exposição Universal do Rio de Janeiro³. Em 1922, a empresa multinacional *Westinghouse*, responsável pela implantação da primeira emissora comercial nos Estados Unidos, instalou uma pequena estação onde o Presidente Epitácio Pessoa pode transmitir o seu discurso comemorativo do Centenário da Independência. (MARCO, 1991).

O sucesso e a repercussão das primeiras transmissões na imprensa escrita da época levaram ao estabelecimento oficial da primeira emissora de rádio brasileira, a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” inaugurada em 1923. A fundação da “Rádio Sociedade” foi fruto de um projeto de um grupo de intelectuais pertencentes à Academia Brasileira de Ciências - especialmente o antropólogo e educador Edgard Roquette Pinto. Esses intelectuais defendiam a idéia de que esse novo veículo de comunicação poderia ser utilizado como um poderoso agente educativo e de transformação da sociedade brasileira.

No início, o desenvolvimento do rádio esteve ligado, de um lado, a projetos e concepções vindos de setores intelectuais que se dedicavam a apresentar propostas que promovessem a superação do atraso econômico e social do país através da educação⁴ e, de outro, aos símbolos tecnológicos da modernidade.

O entusiasmo pelo novo meio de comunicação fez com que, em várias capitais brasileiras e em algumas cidades do interior, se formassem grupos de pessoas extremamente

³ As Exposições Universais queriam ser um retrato em miniatura de um mundo moderno e avançado composto de espetáculos nos campos da ciência, das artes, da arquitetura, dos costumes e da tecnologia. Em São Francisco, em 1915, em meio à conflagração da Primeira Guerra, 18,9 milhões de visitantes foram conhecer as novidades dos 30 mil expositores que ali exibiam suas maravilhas mecânicas. (HARDMAN, 1988:50). No início do século XX, mesmo os países mais pobres do Ocidente hospedaram as Exposições Internacionais. A Exposição Universal do Rio de Janeiro, em 1922, inclui-se neste caso.

⁴ Em 1924, no Rio de Janeiro, um grupo formado por Roquette Pinto, Francisco Venâncio Filho, Edgar Sussekind de Mendonça, entre outros, participaram da fundação da Associação Brasileira de Educação (ABE), com propostas educacionais reformistas, ligadas a um programa de reorganização política e jurídica do país. O projeto pedagógico da ABE baseava-se em um programa de ação cujo objetivo seria a valorização da educação como instrumento de controle social e formação da nacionalidade. A formação do caráter nacional, a caracterização dos “males” do povo, no sentido de resolvê-los e a educação como o instrumento pelo qual se moldaria o povo brasileiro dentro da “ordem e do progresso” eram os pontos fundamentais das propostas de setores intelectuais envolvidos com a questão da educação. (CARVALHO, 1986:26-29).

interessadas em dotar as suas cidades de uma emissora de rádio, como aconteceu em Ribeirão Preto, onde um grupo composto por comerciantes, profissionais liberais e intelectuais oficializou em 23 de dezembro de 1924, a fundação da “Rádio Club de Ribeirão Preto”.

Estudiosos da comunicação radiofônica, entre os quais Maranhão Filho (2000) e Sampaio (2004), afirmam que esta rádio teria sido a primeira emissora ir ao ar no interior do Estado de São Paulo e a sétima a operar regularmente no país. Este fato demonstra que o pioneirismo de Ribeirão Preto, no campo da radiodifusão, está ligado tanto aos desejos das elites por implantarem ou incorporarem a cultura urbana as novas tecnologias, quanto ao processo de urbanização e modernização experimentados pela cidade, uma vez a radiodifusão se caracteriza por ser uma atividade eminentemente urbana.

No entanto, diferentemente do idealismo centrado na educação, que norteou a fundação e dinâmica radiofônica da primeira emissora oficial do Brasil, a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, a criação da “Rádio Club de Ribeirão Preto” caracterizou-se por ser, sobretudo, um empreendimento de pessoas apaixonadas pelo novo artefato tecnológico, cujo objetivo inicial era o entretenimento de seus próprios membros.

A “Rádio Club de Ribeirão Preto” começou a operar com um aparelho transmissor totalmente artesanal, cuja potência era de apenas 5 quilowatts.(PRA7, RADIO..., 1934). Entretanto, essa potência chegava a ser compatível com o número de aparelhos receptores, isso porque, além dos próprios integrantes da emissora, poucas pessoas possuíam condições de importar os aparelhos receptores, ainda muito caros.

Esse novo artefato tecnológico nasceu como um meio de comunicação ligado a membros da elite intelectual e econômica e estava restrito a quem tivesse poder aquisitivo para importar os aparelhos receptores. Isso fazia com que sua programação fosse essencialmente erudita, composta por músicas clássicas, óperas, palestras e recitais de poesia. No entanto, aos poucos esse quadro se alteraria devido à multiplicação de ouvintes pelo Brasil.

O interesse pelo rádio justificava-se mais pelo que ele apresentava de mistério, de magia: aquilo que era transmitido música, notícia ou discurso, só assumia interesse especial porque era transportado pelo “éter espacial”, pelo sem fio. “Os radiouvintes dos primeiros tempos procuravam as emissoras mais pela curiosidade e quase perplexidade perante aquela ‘maravilha’ que era a caixinha mágica de música, caixinha que também ‘falava’ dando notícias, etc.” (SAMPAIO, 2004:116).

No início, as irradiações da emissora de Ribeirão Preto não eram diárias. Os problemas técnicos eram muitos. Para que os equipamentos pudessem ser resfriados – tendo em vista o fato de que os transmissores eram montados com enormes válvulas, transformadores e rolamentos que aqueciam rapidamente - exigia-se uma paralisação de no mínimo duas horas em cada período de transmissão. Isso fazia com que a emissora permanecesse no ar por apenas algumas horas, geralmente após o meio-dia.

Além disso, não havia uma hora definida para a emissora entrar ou sair do ar. Isso fazia com que houvesse uma expectativa curiosa entre o restrito número de possuidores de aparelhos. Apesar do caráter técnico precário, experimental e socialmente pouco absorvível, as primeiras transmissões radiofônicas iniciaram um processo de interação com os ouvintes da incipiente emissora.

Ao rádio foram atribuídos vários papéis: educar, informar e divertir. Contudo, no início de seu desenvolvimento, não havia o chamado *cast* de artistas, nem redatores com técnica de redação radiofônica, além de operadores de sonoplastia. Para os primeiros programadores da radiodifusão brasileira, em especial de Ribeirão Preto, tudo se resumia a experiências e improvisos.

Os primeiros programas transmitidos pela “Rádio Club de Ribeirão Preto” não contavam com um *broadcasting* próprio e organizado, nem havia meios financeiros para desenvolvê-los. Com a publicidade proibida, o que restava ao diretor de programação era contar com um pequeno grupo de pessoas para a administração e para o departamento artístico, ou seja, um pianista, um grupo regional e, se possível, orquestra de salão de seis ou sete integrantes. Esses artistas serviriam para fazer, inclusive, os acompanhamentos dos cantores e instrumentistas solistas.

A emissora ainda não possuía uma discoteca própria, por isso era comum os locutores solicitarem o empréstimo de discos aos seus ouvintes. Apesar dessa situação revelar a precariedade dos recursos técnicos da emissora, acabava contribuindo para que sua programação musical se diversificasse um pouco, irradiando não só músicas de concerto ou erudita, mas outros estilos como *fox*, *jazz* e marchinhas de carnaval, além disso, ao estabelecer uma relação mais direta com seus ouvintes a emissora estava, aos poucos, conquistando um espaço na vida cotidiana das pessoas.

A partir da década de 1930, a emissora de Ribeirão Preto sofre uma significativa modificação com a autorização da publicidade. Suas transmissões passaram a ser diárias e por determinação do Governo Federal, a rádio substituiu seu antigo prefixo “S.Q.1. K”, pelo

“PRA-I”. O princípio educativo que norteou o rádio em sua fase de implantação seria substituído por interesses comerciais.

O governo de Getúlio Vargas demonstrou sua preocupação com o novo meio ao regulamentar seu funcionamento com a implementação de medidas que pudessem garantir ao rádio bases econômicas mais sólidas. Em 1932, o Decreto-lei nº 21.111 autorizou a publicidade através do rádio, sendo fixada em 10% da programação diária (BRASIL, 1932), fazendo com que se instaurassem as bases de uma relação cada vez mais estreita entre o rádio e o mercado.

A partir de então, o rádio desenvolveria uma lógica própria na qual iriam conviver exigências comerciais e artísticas, demanda por informação e lazer. O aperfeiçoamento tecnológico possibilitou a diminuição dos custos dos aparelhos, possibilitando que paulatinamente a população fosse tendo acesso aos aparelhos receptores, tornando seu consumo mais popular. Começa então a surgir uma nova clientela, influenciando diretamente na remodelação em sua programação.

As modificações ocorridas a partir da década de 1930, com a crise do café, as mudanças na própria estrutura administrativa federal com forte centralização do poder executivo, o investimento no parque industrial, gerando uma maior produção de bens de consumo, aliados a intensificação do crescimento e o deslocamento populacional das áreas rurais para as urbanas, orientados pela própria dinâmica da economia capitalista proporcionaram a oportunidade de ampliação do mercado interno.

A regulamentação da propaganda possibilitou que a “Rádio Club de Ribeirão Preto” articulasse novos recursos para sua manutenção. Além de oferecer aos patrocinadores programas e horários personalizados, a emissora também investiu em propaganda, publicando textos em revistas e jornais que divulgavam sua estrutura para a inserção de novos anunciantes. A emissora passou por um processo de reformulação estrutural, organizando-se como empresa, investindo e contratando artistas e produtores.

Com o *slogan* "A Estação do Coração de São Paulo" (A ESTAÇÃO..., 1934:5) a emissora oferecia aos anunciantes programas e horários personalizados. Na comercialização dos horários das programações, o tempo variava conforme o valor investido pelo patrocinador. O anunciante tinha sua marca ou produto vinculado a um determinado programa que poderia ser de 15, 30, ou 60 minutos, com a inclusão de um texto lido ao vivo. “Para cada hora de programa, seis minutos de ‘reclame’, como se falava no meio do povo do comércio, aumentando logo depois para 12 minutos (hoje são 15 minutos em 60 de programa)”.

(ROVERI, 1986:26).

Para comercializar os horários, a “Rádio Club” também aproveitava os eventos comemorativos, como ocorreu, no ano de 1934, durante a programação especial promovida para a inauguração do novo estúdio e transmissor de 500 watts da emissora. A data marcaria ainda a troca do prefixo “PRA-I” para “PRA-7”, conforme a autorização do Ministério da Viação e Obras Públicas. A programação reuniu representantes de vários segmentos da sociedade de Ribeirão Preto e contou com o patrocínio da "Empresa de Força e Luz", da "Antártica", "Usina Junqueira", "Rádio Philco" e da "Philips". (RADIO CLUBE..., 1934:4).

Uma outra forma de comercialização das programações, utilizada inclusive nos dias atuais, era aquela em que além do patrocinador ter seu produto associado a um programa, ele oferecia prêmios em concursos ou distribuía brindes-propaganda. Neste caso, tanto a emissora como o patrocinador, teriam um retorno garantido pelo prêmio prometido. Se por um lado a empresa patrocinadora estava interessada em auferir a audiência e assim saber da aceitação de seus produtos, por outro, a emissora precisava medir as possibilidades de expansão do rádio como divulgador de produtos.

A fábrica de cigarros "Sudan", por exemplo, oferecia prêmios em dinheiro aos vencedores do programa "A Hora do Calouro". A empresa também teve sua marca vinculada a um programa de músicas clássicas, intitulado "Theatro de Operetas Sudan", apresentado todos os domingos, às 11h45 minutos. (RADIO-TREATRO..., 1937:6). No início da publicidade radiofônica a estratégia para atrair novos patrocinadores foi a criatividade, era comum os locutores, durante os programas ao vivo, criarem, de forma improvisada, historietas para exaltar as qualidades de produtos ou para enaltecer as excelências dos patrocinadores. (SIMÕES, 1990:176).

A publicidade pelo rádio não só passou a informar sobre os novos bens disponíveis no mercado, como procurou persuadir sobre a necessidade de sua aquisição. Observando-se que tais bens se constituíam enquanto mercadorias representativas das novas possibilidades científicas e industriais, decorrentes do processo de modernização dos setores produtivos, o esforço publicitário pela sua disseminação poder ser percebido como uma influência constante e atualizada sobre a assimilação dos princípios e ideais correspondentes ao imaginário da modernidade.

Para tanto, constitui um discurso fundado nos mesmos preceitos alardeados pelos administradores e pela elite cafeeira de Ribeirão Preto, reunindo os mesmos valores que orientaram e procuraram justificar as intervenções do poder público na fisionomia da cidade.

O discurso da modernidade é orientado por uma lógica que vangloria o novo em detrimento do velho.

De forma similar, a publicidade é uma expressão que se constitui fundamentalmente sobre necessidade de renovação e superação. Neste sentido, entende-se que a função do rádio como veículo de publicidade se incrementa em contextos de modernização acelerada, no qual essa estratégia se torna uma das linguagens mais apropriadas à estimulação cotidiana em busca da novidade, ao desconhecido, ao diverso, ao “mais avançado”, ao “melhor”.

A radiodifusão começava a ser vista como um moderno veículo de propaganda pelos empresários que sabiam da potencialidade do mercado consumidor que a cidade de Ribeirão Preto representava. Uma cidade que continuava vivenciando as mudanças da modernização com abertura de novas ruas; calçamento de outras; arborização e o ajardinamento dos espaços de lazer; cidade que comportava meios de transportes, sistema de geração e distribuição de água e energia elétrica, sistema de telefonia; enfim, cidade que se urbanizou rapidamente, onde coexistiam pessoas de várias nacionalidades. Ribeirão Preto apresentava-se como um amplo mercado consumidor que o rádio saberia explorar.

Progressivamente, o setor comercial da “Rádio Club” foi se estruturando sob o comando de José Cláudio Louzada e tendo a publicidade como suporte da programação a emissora pode investir e contratar artistas e produtores. As emissoras, em geral, passaram a se preocupar com a formação de seu quadro de profissionais, o chamado *broadcasting*. Edu Carvalho foi um dos primeiros produtores artísticos da “Rádio Club”. Além dos que já estavam na emissora, foram contratados profissionais e artistas de várias regiões do país, como São Paulo e Rio de Janeiro.

No emaranhado de fatores que atuaram na ordenação da cidade, – os projetos de urbanização e modernização, a atuação higienista – acredita-se que o rádio, assim como os demais artefatos das novas tecnologias de comunicação social (cinema, revistas, publicidade, imprensa) exerceu seu papel como parte integrante das representações construídas e como intermediário entre a experiência vivida, o discurso dos grupos sociais dominantes e as aspirações dos habitantes da cidade.

Além do mais, as transmissões radiofônicas possibilitaram uma crescente intimidade entre os ribeirões-pretanos e a cidade projetada em suas representações, saciando a crescente demanda de informações e o encantamento pelas novidades modernas.

Muitos artistas locais adquiriram popularidade e prestígio entre os ouvintes da “Rádio Club”, entre eles, as cantoras "Cinderela", "Cléa Miranda", "Angelina", "Edu Rangel", além

de grupos musicais como a "Banda de Jazz PRA-7", o "Sexteto Original", o "Quarteto Azul" e a "Orquestra PRA-7". Roveri (1986:75), lembra que “quem fazia rádio na época ficava logo conhecido: Alceu Silveira, a voz mais bonita de todas”.

No final de 1935 a programação da “PRA-7” cobria os horários das 10h00 às 13h00 e das 18h00 às 23h00. De acordo com o jornal “A Cidade”, o consumo de energia nas residências de Ribeirão Preto havia aumentado significativamente com a utilização dos aparelhos de rádio, fato que teria levado a "Companhia de Força e Luz" da cidade a contribuir financeiramente com a “PRA-7”. (NO AR..., 1982:9). Na verdade, a deficiência de comunicação do período, agravada pela extrema morosidade dos correios, transformava o rádio em um elo indispensável de ligação entre os grandes centros e o interior.

Foi possível constatar que a emissora sempre manteve programas com características bem aceitáveis pela população. Sempre houve uma espécie de relação de cumplicidade entre as emissoras de rádio e o público-ouvinte na escolha da programação que deveria ser irradiada. Muitas emissoras estimulavam seus ouvintes para escrever ou telefonar para a rádio dando sua opinião sobre os programas apresentados.

Ao se refletir sobre a influência das novas tecnologias de comunicação social, em especial o rádio, sobre o cotidiano, a ficção e as possibilidades de novos circuitos de sociabilidade, implementados pelo próprio crescimento e modernização da cidade de Ribeirão Preto, foi possível perceber a lenta sobreposição de uma nova sociabilidade ligada ao surgimento e atuação do rádio na cidade, ou seja, a substituição gradual de antigas práticas culturais de lazer pelas transmissões radiofônicas.

Aos poucos, o rádio passou a oferecer um tipo de lazer diferente dos existentes na cidade. Se antes os entretenimentos restringiam-se aos passeios, conversas nas praças, bailes, teatro, circo ou cinema, com o tempo o rádio começou a ocupar um espaço antes empregado em atividades que não fossem profissionais. Se durante o dia existia a ocupação profissional ou com as atividades domésticas, à noite o rádio apresentava-se como um passatempo melhor.

Vários tipos de entretenimento chegavam às mais diferentes camadas sociais da cidade através do rádio e, mesmo os que não possuíam o aparelho podiam ouvir notícias, músicas, transmissão de jogos de futebol nos salões de bares e restaurantes da cidade. “[...] à noite a rádio falava do Pingüim, os irmãos Gumerato e outros de seu conjunto tocavam da sacada, em cima da choperia, ainda hoje conservada com os dois pingüins do lado”. (ROVERI, 1986:75).

A “Rádio Club” estava se colocando em plena adequação com a imagem de uma cidade trabalhadora, dinâmica, que acordava cedo e ajudava a produzir a riqueza do país. Em

1937, às 7h30 da manhã, a emissora apresentava o “Rádio Jornal”, com meia hora de duração (PROGRAMA PARA..., 1937:2) e às 11 horas, logo após o programa “Às suas Ordens”, o ouvinte se colocava a par das “últimas notícias, da capital, do país e do exterior”, através do “Boletim Noticioso”, um radiojornal com uma hora de duração. (PRA7..., 1936:2). Ao lado do jornal impresso, o rádio adquiria cada vez mais espaço como fornecedor das notícias.

O rádio abria-se para uma programação mais informativa, pressupondo uma penetração em proporção crescente entre os ouvintes. O papel do rádio era também, divulgar as notícias de forma rápida, precisa e “imparcial”. Segundo o depoimento do jornalista e radialista Sebastião Porto, o jornalismo da “Rádio Club” era “imparcial, apolítico, chegando a derrubar políticos, diretores ou quem fosse’. (PORTO, 1996)”.

O departamento de jornalismo da “Rádio Club” começou ser reestruturado no final da década de 1930, com a contratação do jornalista Sebastião Porto. Logo que começou na emissora, o jornalista buscou novas estratégias para transmitir as informações de forma mais atualizada aos ouvintes.

Uma das partes da vida cotidiana é a heterogeneidade e o cotidiano contava agora com a presença do rádio de forma interativa. O rádio buscava material para sua programação na heterogeneidade da vida cotidiana que era lançado na própria vida cotidiana. Em 1937, com o objetivo de atrair ainda mais os ouvintes, a “Rádio Club” criou um programa de notícias cinematográficas. Todas as tardes, às 17h45min era apresentado o programa “Rian fala de Hollywood para você”, com informações e comentários sobre o universo do cinema norte-americano. (PROGRAMA PARA..., 1937:2).

Apesar da “PRA-7” buscar atender à expectativa de um público que dava preferência para uma programação sem vínculos com o rural, isto é, programas com características urbanas, o elemento de inspiração caipira sempre ocupou espaço na programação radiofônica nacional e, particularmente, nas emissoras do interior de São Paulo. Em São Paulo as formas caipiras de expressão criaram tipos e músicas para amplos contingentes da população de origem rural.

Na “Rádio Club” havia horários tradicionais para a apresentação de programas sertanejos. Geralmente, nas primeiras horas da manhã ou ao entardecer. No ano de 1936, a emissora transmitia de segunda a sexta-feira, das 17h30 até às 18h00, o “Programa Rural”. Já em 1937, das 10h45 às 11h00 da manhã, a emissora exibia o “Programa de Música Sertaneja” e à noite, das 21:00 às 21:15, o “Programa de modas de viola por Benedicto e Jerominho”. (PROGRAMA PARA..., 1937:2).

A preocupação no sentido de alcançar cada vez mais audiência e popularidade influenciava de forma decisiva na organização e no conteúdo dos programas. No mês de outubro de 1937, a “Rádio Club” introduziu importantes modificações em sua programação. A mais notável foi o “Radio Teatro”, que procurava levar aos ouvintes peças teatrais devidamente adaptadas para o microfone.

O rádio tendia a se completar com a integração de outras áreas da cultura. O teatro, o cinema e o rádio passaram a se interagir, alimentando-se, ainda que usando linguagem diferente. Sob a direção artística de Edu Carvalho, as transmissões do radioteatro tiveram início ”com a peça cômica em um ato intitulada Marido Moderno, marcada para as 21 horas”. (RADIO-THEATRO DA..., 1937:9).

Ainda em 1937, a emissora de Ribeirão Preto exibiu “A Ceia dos Cardeais”, escrita por Júlio Dantas e adaptada por Sebastião Porto e Caetano Somma. Os textos das primeiras peças da “Rádio Club” foram escritos por Caetano Somma, um dos colaboradores da emissora, e pelo jornalista e poeta Sebastião Porto. Este, inclusive, foi o responsável pela consolidação do novo estilo de entretenimento na programação da emissora.

Apesar dos primeiros radioteatros serem realizados de forma improvisada - geralmente peças cômicas com menos de uma hora de duração, representadas por apenas um radioator, esse tipo de entretenimento adquiriu popularidade, fazendo com que a audiência da “Rádio Club” aumentasse.

As peças de radioteatro eram irradiadas às quartas-feiras e aos domingos, sempre à noite, no entanto, a boa receptividade do público-ouvinte fez com que elas passassem a ser apresentadas todos dias, transformando-se no gênero preferido do público feminino. Quem não possuía um aparelho receptor podia acompanhar as transmissões do radioteatro pelos alto-falantes, instalados na Praça XV de Novembro, no centro de Ribeirão Preto. (NO AR..., 1982:9).

A característica principal do radioteatro era a longa duração, geralmente de uma hora e meia até duas horas. A história era apresentada em uma única vez, compreendendo começo, meio e fim. Posteriormente as peças foram divididas em uma seqüência de capítulos com a duração de 15 a 20 minutos, dando origem as radionovelas. De acordo com Maranhão Filho (2000:164), a “Rádio Club” (“PRA-7”) teria sido uma das pioneiras na radiofonização de radionovelas“, pois enquanto outras emissoras apenas reproduziam textos literários no ar, Sebastião Porto teria adaptado contos policiais e clássicos da literatura brasileira para serem apresentados em capítulos.

A relação estabelecida entre a sociedade, representada pelo público-ouvinte e o meio de comunicação, neste caso o rádio, é de mão dupla – o produto que o rádio oferece tem que ser aceito pelo ouvinte-consumidor. Índices satisfatórios de audiência correspondem a uma capacidade de produzir um bom grau de identificação com o público. No caso das produções ficcionais, Edgar Morin considera que “[...] é necessário que haja condições de verossimilhança e de veridicidade que assegurem a comunicação com a realidade vivida; que as personagens participem por algum lado da humanidade quotidiana”. (MORIN, 1981:83).

A programação se ampliava. Era notável o crescimento de programas que poderiam ser chamados de utilidade pública ou prestação de serviço. Fazia parte da programação da emissora promover e participar de campanhas de auxílio às pessoas carentes, combate às epidemias ou na localização de crianças desaparecidas.

Com relação a este ponto, Wilson Roveri (1986:67), um dos radialistas da “Rádio Club”, faz o seguinte comentário: “Tudo o que se fazia na cidade era noticiado pela PRA-7. As campanhas foram de suma importância para a vida de Ribeirão Preto, pois era assim que se conseguia muitas coisas”. Todo final de ano a emissora promovia a “Campanha Pró-Natal dos Pobres”, com a realização de espetáculos, arrecadação e distribuição de alimentos, roupas e brinquedos às famílias carentes.

Apesar desse novo meio de comunicação poder veicular uma variedade muito grande de programas, sem dúvida o rádio foi e continuou sendo identificado com programas musicais. E, neste sentido, mesmo em suas origens, o rádio pode ser considerado um veículo promocional de interesses econômicos, na medida em que os discos podiam ser comprados depois de serem tocados ou sugeridos pelo locutor.

Nos vários programas musicais que fizeram parte da programação da “PRA-7” como, “Às suas Ordens”, “Peça o que quiser”, “Mister Jazz”, “No mundo dos discos” e “A grande sala de concertos”, o locutor, no caso Porto Alegre, além de atender os pedidos dos ouvintes, fazia comentários sobre os discos. No programa “A grande sala de concertos [...] eu fazia uma análise das músicas, cantores, letras e outras informações com a participação dos ouvintes. Lancei, em Ribeirão Preto, discos de vários cantores [...]”. (PORTO ALEGRE, 1996).

O rádio buscava formas para ser aceito pelos diferentes setores da sociedade que absorviam a mensagem por ele transmitida. A partir da década de 1930 até meados de 1950, muitas das melhores emissoras das capitais e do interior brasileiro encontraram nos programas de auditório uma forma de tornarem-se mais populares através dos contatos humanos e de

seus apresentadores junto ao público presente nas salas de audição e também por meio das audiências nos lares, dos programas realizados.

Esses programas de auditório trouxeram uma ativa participação de artistas dos mais variados gêneros, concorrendo desta forma para que se tornassem mais conhecidos e populares. Produziram também famosos “clubes de fãs”. Causava certo impacto às pessoas ainda não familiarizadas, quando entravam nos auditórios das rádios, durante os programas e se deparavam com todos aqueles gritos, sussurros, aplausos e vaias.

Tavares (1999:101-108) lembra que esse tipo de modalidade daria oportunidade à aparição de astros e atrizes que levariam muito divertimento a um público significativamente amplo e de alegre disposição. Os programas de auditório e de calouros passaram a ser uma modalidade presente na emissora de Ribeirão Preto.

No final da década de 1930, surgiram os primeiros programas de auditório, com destaque para o “Programa de Calouros” e os programas humorísticos, “Cachoeira de Risos” e “Ondas de Graça”, apresentados por Caetano Somma. Durante o programa o espectador era convidado a participar através do microfone, fosse cantando, recitando poesias ou contando piadas. Já o programa “Jiga-Joga”, apresentado por Sebastião Porto, oferecia prêmios quando os calouros eram aprovados pelo “gongo”. (ROVERI, 1986:77).

A boa aceitação dos programas atraía um público cada vez maior para o auditório Carlos Gomes. No ano de 1935, em parceria com o jornal “Diário da Manhã”, a emissora realizou um concurso para escolher o “Melhor Artista da PRA-7” e o “Melhor Astro da Programação Infantil”. A promoção encerrou-se no ano seguinte, contabilizando cerca de 80 mil cartas que foram enviadas a redação do jornal. (O GRANDE..., 1937:12).

O rádio em Ribeirão Preto, representado pela “Rádio Club”, “A Estação do Coração de São Paulo”, estava se firmando como um importante meio de comunicação, veiculando elementos da modernidade manifestada nas propagandas e na dinamização de sua programação que abria espaço para a participação do ouvinte. Neste sentido, vê-se que a ligação telefônica entre o ouvinte e a emissora já indicava formas de aumentar a audiência. O rádio estava construindo uma relação mais direta com os ouvintes por meio de outra máquina: o telefone.

Os possuidores de rádio que desejassem ouvir a música de sua preferência podiam telefonar para a emissora que atenderia aos seus pedidos. Para a realidade radiofônica atual não tem significado maior, pois a prática da relação ouvinte-emissora de rádio, por meio do telefone, é uma das formas mais usuais de programa musical. No programa “Às suas Ordens”,

por exemplo, o ouvinte participava enviando cartas ou por telefone, solicitando a música de sua preferência. (PORTO ALEGRE, 1996).

O esporte também passou a receber atenção especial dos responsáveis pelas programações da “PRA-7”. O futebol, que no início da década de 1930 já era um esporte popular, foi o setor que mais se desenvolveu no rádio paulista e de Ribeirão Preto. Em 1934, a “Rádio Club” inseriu as transmissões esportivas em sua programação. Após ter formado rede com a “Rádio Record de São Paulo”, a emissora fez sua primeira transmissão esportiva com a partida de futebol entre São Paulo e Vasco da Gama no Rio de Janeiro. (RADIO, 1934).

Entretanto, as dificuldades técnicas para locução dos jogos de futebol exigiam, além das qualidades de locutor, um grande esforço físico e cooperação entre radialistas e jornalistas. Os ouvintes precisavam formar uma perfeita idéia do jogo e por isso “era necessário fazer uma espécie de ‘fotografia oral’ da partida para levar o ouvinte imaginariamente até o campo esportivo. O locutor precisava preencher as lacunas com a palavra para que o ouvinte não mudasse de emissora e nem se distraísse”. (TOTA, 1990:114).

O aumento de audiência após as primeiras transmissões esportivas fez com que rapidamente o futebol adquirisse mais espaço na programação da “Rádio Club”, que passou a utilizar narradores locais para as transmissões dos jogos. Em 1934, Acácio Silveira, um dos primeiros locutores esportivos da emissora, narrou a partida que terminou com a vitória do Jaboticabal Atlético por 2 a 1 sobre o Comercial de Ribeirão Preto. A transmissão foi feita através de um telefone de campo ligado direto ao estúdio. Por meio dos alto-falantes colocados no centro de Ribeirão Preto, cerca de 500 ouvintes puderam acompanhar a partida. (ROVERI, 1986).

O primeiro jogo de futebol internacional transmitido pela “Rádio Club” aconteceu em 1937, quando mais uma vez a emissora formou *link* (rede) com a “Rede Verde Amarela”, irradiando a partida ocorrida em Buenos Aires, entre o Brasil e a Argentina. Neste mesmo período, a emissora organizou sua primeira equipe esportiva composta por dois narradores efetivos, Alberto Regino e Gavino Virdes. (MENDES, 1996). Durante a Copa do Mundo de 1938, a emissora engajou-se na transmissão das partidas de futebol do Brasil, fazendo a retransmissão do sinal de outras emissoras.

Bem posicionada em termos de audiência, a emissora consolidava seus programas de auditório e de estúdio. No final da década de 1930, a “Rádio Club” ampliava suas transmissões para 10 horas diárias. Com início às 7:00 horas da manhã a programação estendia-se até às 22h30min horas.

Gradativamente, o rádio construía um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas de vender produtos, ditar modas e costumes, como também de promover mobilização política. Exemplo disso foi o fenômeno que envolveu o engajamento de várias rádios paulistas em defesa da Revolução Constitucionalista de 1932. A “PRA-7”, “Rádio Club de Ribeirão Preto” foi uma das que participou ativamente em favor da causa paulista. Com base nas notícias captadas da “Rádio Record de São Paulo”, a emissora divulgava durante toda sua programação várias informações referentes aos combates, além de utilizar seu sinal para transmitir, junto ao resumo do noticiário do dia, comunicados às tropas constitucionalistas da capital. (PORTO, 1996).

O rádio estava encontrando o seu caminho, definindo sua linha de atuação e assumindo um papel cada vez mais importante na vida econômica e política do país. Getúlio Vargas foi o primeiro governante a ver no rádio potencial político e utilizá-lo dentro de seu projeto de governo. Ao programa “Hora do Brasil” instituído em 1935, cabia divulgar as notícias e discursos oficiais, exaltar o patriotismo e fazer comunicados sobre as ações estatais que eram implementadas em benefício dos trabalhadores e da população em geral.

Conforme assinala McLuhan (1971), o rádio configura-se como um veículo com grande potencial persuasivo capaz de envolver e condicionar comportamentos e influenciar na formação da opinião pública. Isso faz com que seu campo de atuação ultrapasse o âmbito cultural, propriamente dito, e se localize no conjunto das relações sociais, econômicas e políticas de uma determinada sociedade.

Particularmente no caso de Ribeirão Preto esta percepção adquire maior conotação ao se verificar que, por cerca de trinta anos, a “PRA-7” foi a única emissora de rádio a operar na cidade, alcançando um público cada vez mais amplo, superando em muito o número de leitores de jornais e revistas. (ROVERI, 1986). Ao longo deste período, a emissora buscou entrar em sintonia com a população, participando como articuladora do cotidiano, do consumo e dos valores da sociedade da época.

No momento de transformações radicais dos padrões de comportamento como foi o começo do século XX, as novas tecnologias de comunicação tiveram um papel importante na afirmação e difusão de *status* e de valores de referências ao divulgar e consolidar novos comportamentos e hábitos de consumo. Entretanto, eles só tiveram essa função porque correspondiam ao mesmo tempo às necessidades do discurso de legitimação do projeto civilizador e modernizador das elites e às necessidades da população que crescia e se urbanizava.

A experiência da modernização inclui, necessariamente, segmentações de gostos e públicos, através das quais estavam sendo criadas novas formas de identidade, que passavam pelo consumo de bens cada vez mais diferenciados. A intimidade que a rádio estava estabelecendo com o público lhe assegurava a posição de “lugar privilegiado”, no qual, certamente, se produziram e circularam narrativas fundamentais para experimentação da modernização e a ampliação do sentimento de incorporação social, numa sociedade em que, contraditoriamente, se acirravam os contrastes sociais.

Simbolizando a modernidade enquanto experiência histórica específica da cultura que procurava lidar com as transformações das esferas tecnológica e econômica, o rádio foi, enquanto a televisão não existia, o meio através do qual as novidades tecnológicas, os modismos culturais, as mudanças políticas, as informações e o entretenimento chegaram ao mesmo tempo aos mais distantes lugares do país, possibilitando uma intensa troca entre a modernidade e a tradição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDELAIRE, Charles. *O pintor da vida moderna*. Lisboa: Vega, 1993.
- BERMAN, M. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Cia. das Letras, 1986.
- CARRATO, José F. Comers e Bebes na Belle Époque ribeirãopretana. *Revista Regional de História*, Franca, v. 1, n. 1, p. 189-196, nov., 1990/1991.
- CARVALHO, Marta M. Chagas de. *Molde nacional e fôrma cívica: higiene, moral e trabalho no projeto da Associação Brasileira de Educação (1924-1931)*. 1986. 302 f. Tese (Doutorado em Educação)- Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1986.
- DOIN, J. E. M. A Belle Époque caipira: problematizações e oportunidades interpretativas da modernidade e urbanização no mundo do café (1952-1930) – a proposta da Cemumc. In: *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v.27, n. 53, p. 91-122, 2007.
- FAORO, Raymundo. *A modernização Nacional. Existe um pensamento político brasileiro?*. São Paulo: Ática, 1994.
- HARDMAN, F. F. *Trem fantasma: a modernidade na selva*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- MARANHÃO FILHO, Luiz. *Desenvolvimento histórico do rádio no Brasil*. 2. ed. Olinda: Jangada, 2000.

MARCO, Benhur de. *O controle da mídia e a radiodifusão em Santa Catarina*. 1991. 263 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Universidade Federal de Santa Catarina, Curitiba, 1991.

McLUHAN, Marshall. Rádio: tambor tribal. In: _____. *Os meios de comunicação de massa como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1971, p. 145-183.

MORIN, Edgar. O espírito do tempo. In: _____. *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, v. 1, 1981, p. 134-176.

PAZIANI, Rodrigo Ribeiro. *Construindo a petit Paris: Joaquim Macedo Bittencourt e a Belle Époque em Ribeirão Preto (1911-1920)*. 2004, 248 f. Tese (Doutorado em História) - Faculdade de História Serviço Social e Direito, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Franca, 2004.

ROVERI, Wilson. *Rádio bom demais*. Ribeirão Preto: [s.n], 1986.

SAES, Flávio Azevedo Marques de. *A grande empresa de serviços públicos na economia cafeeira, 1850-1930*. São Paulo: Hucitec, 1986.

SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo: memórias de um pioneiro*, 2 ed. Rio de Janeiro: Fenorte, 2004.

SEMEGHNI, Ulisses. *Indústria e café em Campinas*. Campinas: Ed. UNICAMP, 1998.

SIMÕES, Roberto. Do pregão ao jingle. In: BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo I. ; REIS, Fernando (Planej. e coord.). *História da propaganda no Brasil*. São Paulo: T. A Queiroz, v. 21, 1990, p. 152-185.

TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou*. 2. ed. São Paulo: Harbra, 1999.

TINHORÃO, José Ramos. *Música popular: do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981.

TOTA, Antônio Pedro. *A locomotiva no ar: rádio e modernidade em São Paulo 1924-1934*. São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura /PW, 1990.

FONTES DOCUMENTAIS

A ESTAÇÃO do Coração de São Paulo. *Diário da Manhã*, Ribeirão Preto, 23 maio, 1934.

ALMANAQUE Ilustrado de Ribeirão Preto. Ano I, Ribeirão Preto, Sá, Manaia & Cia., 1913, p. 07-47.

ASPECTOS locais. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 20 ago., 1914, p.1.

ATA DA CÂMARA. *Atos da Câmara*. Microfilmado, rolo 58-A, Flash 06, n. 7, 1898 -1902. Ribeirão Preto: Câmara Municipal de Ribeirão Preto, 2002.

BENEDICTUS qui venit!... *Diário da Manhã*, Ribeirão Preto, 20 mar., 1909, p. 3.

BRASIL. Decreto-lei nº 21.111, de 1 março de 1932. Dispõe sobre os serviços de radiodifusão e regulamenta a inclusão de propaganda comercial. *Coleção das leis e decretos de 1932*, Atos do Governo Provisório, Rio de Janeiro, v. 2, p. 292-364, fev. /abr., 1942.

CINEMATÓGRAFO. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 22 jun. 1918, p. 4 apud PAZIANI, Rodrigo Ribeiro. *Construindo a petit Paris: Joaquim Macedo Bittencourt e a Belle Époque em Ribeirão Preto (1911-1920)*. 2004, 248 f. Tese (Doutorado em História) - Faculdade de História Serviço Social e Direito, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Franca, 2004.

IBGE. *Recenseamento geral do Brasil*. Séries regionais, censos econômicos: agrícola, industrial, comercial e dos serviços, quadros totais referentes ao Estado de São Paulo e de distribuição dos municípios. Rio de Janeiro, 1920.

MENDES, Lúcio (Olívio Silvério Filho). *Depoimento Projeto Memória Oral*. Ribeirão Preto: MIS (Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto), 1996. 1 fita cassete (60min.), estéreo.

NO AR a história do rádio. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 13 jul., 1982, p. 9.

O GRANDE concurso de Rádio do Diário da Manhã. *Diário da Manhã*, Ribeirão Preto, 10 jan., 1937. p. 1.

PORTO ALEGRE. (Pedro Evaristo Schiavon). *Depoimento Projeto Memória Oral*. Ribeirão Preto: MIS (Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto), 1996. 1 fita cassete (60min.), estéreo

PRA-7, RADIO Club de Ribeirão Preto. A voz do Coração de São Paulo. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, out., 1934, p. 12.

PRA-7. Radio Club de Ribeirão Preto. *A Tarde*, Ribeirão Preto, 12 jul., 1936, p. 9.

PROGRAMA PARA hoje. *Diário da manhã*, Ribeirão Preto, 10 dez, 1937, p. 2.

RADIO CLUBE de Ribeirão Preto. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 14 jan., 1934, p. 4.

RADIO de Ribeirão Preto. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 8 jan., 1934, p. 6.

RADIO-THEATRO DA PRA-7. Ribeirão Preto, *Diário de Notícias*, 17 out., 1937, p. 9.

*Artigo recebido em agosto de 2008. Aprovado em março de 2009.