

**SÔNIA JORGE**

**RÁDIO, MODERNIDADE E SOCIEDADE EM RIBEIRÃO PRETO,  
1924-1937**

**FRANCA**

**2007**

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

**SÔNIA JORGE**

**RÁDIO, MODERNIDADE E SOCIEDADE EM RIBEIRÃO PRETO,  
1924-1937**

**Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Faculdade de História, Direito e Serviço Social da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para a obtenção do título de Mestre em História. Área de Concentração História e Cultura Política**

**Orientador: Prof. Dr. Samuel Alves Soares**

**FRANCA**

**2007**

Jorge, Sônia

Rádio , modernidade e sociedade em Ribeirão Preto, 1924-1937 / Sônia Jorge. –Franca : UNESP, 2007

Dissertação – Mestrado – História – Faculdade de História, Direito e Serviço Social – UNESP.

1. Rádio – História – Brasil. 2. Radiodifusão – História – Ribeirão Preto (SP).

CDD – 981.552RP

**SÔNIA JORGE**

**RÁDIO, MODERNIDADE E SOCIEDADE EM RIBEIRÃO PRETO,  
1924-1937**

**Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Faculdade de História, Direito e Serviço Social da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para a obtenção do título de Mestre em História. Área de Concentração História e Cultura Política.**

**BANCA EXAMINADORA**

Presidente: \_\_\_\_\_

Dr. Samuel Alves Soares / UNESP- Franca

1º Examinador: \_\_\_\_\_

2º Examinador: \_\_\_\_\_

**Franca, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2007.**

**A minha filha Caroline, com amor e carinho.**

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a *Deus* pela força e sabedoria nos momentos mais difíceis deste percurso.

Agradeço a minha família pelo apoio, incentivo e encorajamento, que muito contribuiu para que eu levasse adiante este trabalho, principalmente a minha filha Caroline, pelo amor e compreensão de minhas ausências.

Às professoras Tânia C. Garcia e Denise Ap. Soares Moura pelas observações e sugestões recebidas no Exame de Qualificação, que muito colaboraram para a realização deste trabalho.

Aos funcionários da Pós-Graduação, cujo profissionalismo e atenção facilitam nossos estudos.

Ao pessoal da Biblioteca / UNESP pela disponibilidade e dedicação em me auxiliar na obtenção de publicações e informações.

Aos funcionários do Arquivo Público e Histórico de Ribeirão Preto, Arquivo do Museu de Imagem e do Som de Ribeirão Preto e Arquivo da Câmara Municipal de Ribeirão Preto, que muito me ajudaram em localizar documentos e materiais para consulta, possibilitando a concretização desta pesquisa.

E especialmente, ao meu orientador, professor Samuel Alves Soares, não só por ter aceitado me orientar, mas pela confiança e atenção ao longo da elaboração deste trabalho. Por sua dedicação e paciência; corrigindo-me com competência e seriedade. Com certeza, suas opiniões e observações enriqueceram meu trabalho.

## RESUMO

Um ano após a implantação oficial do rádio no Brasil, com a fundação da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, instalava-se em 1924, na cidade de Ribeirão Preto, o “Radio Club de Ribeirão Preto” que seria, por aproximadamente três décadas, a única emissora de rádio a operar na cidade, construindo uma estrutura técnica, administrativa e artística como poucas no país, tornando-se uma importante formadora de opinião pública, articuladora do cotidiano, do consumo e dos valores da sociedade em questão. Este trabalho tem como foco principal o estudo do rádio no Brasil, em particular na cidade de Ribeirão Preto entre 1924 e 1937. Busca-se compreender como se processou seu desenvolvimento, atuação e o papel que desempenhou no conjunto das práticas sociais, políticas e econômicas da sociedade da época. A relação do rádio com os projetos de inserção do Brasil na modernidade e com a experiência urbanizadora de Ribeirão Preto - tendo em vista o discurso civilizador das elites intelectuais e econômicas -, a transformação do rádio educativo e erudito ao rádio comercial, voltado aos interesses do mercado capitalista e o impacto do rádio sobre a vida cotidiana da população à medida que adquiria popularidade, são os pontos a partir dos quais se estruturou este estudo.

**Palavras-chave:** modernidade, rádio, sociedade, Ribeirão Preto, comunicação.



## ABSTRACT

A year after the official deployment of the radio in Brazil, with the foundation of the *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, installed in 1924, in the city of *Ribeirão Preto*, the *Rádio Club de Ribeirão Preto* that would, for about three decades, be the only issuing radio to operate in the city, building a technical, administrative and artistic structure, as few in the country, becoming a major training of public opinion, articulating the daily, of the consume and the values of the society in question. This work has main focus the study of the radio in Brazil, particularly in the city of *Ribeirão Preto* between 1924 and 1937. Search understand how to process their development, performance and the role that practiced in all of the social, political and economical practices of the time. The relationship of the radio with the projects for insertion in Brazil in modernity and with the urban experience of the *Ribeirão Preto* - in view of the civilized speech of intellectual and economic elites -, the transformation of educational and scholar radio for the commercial radio, returned to the interests of the capitalist market and the impact of radio about the daily life of the population as acquiring popularity, are the points from which is structured this study.

**Key-words:** modernity, radio, society, *Ribeirão Preto*, communication.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO 1 O RÁDIO COMO SÍMBOLO DE PROGRESSO, MODERNIDADE E INSTRUMENTO DE EDUCAÇÃO</b>	<b>19</b>
1. 1 A invenção do rádio e a dialética com a educação	19
1.2 Ressonâncias no Brasil da potencialidade educativa do rádio	23
1.3 O rádio, mais um dos símbolos tradutores da modernidade	30
1.4 Roquette Pinto e a criação da “Rádio Sociedade”: o projeto de um rádio educativo	36
1.5 A dinâmica radiofônica da “Rádio Sociedade”	46
<b>CAPÍTULO 2 O IMPULSO MODERNIZADOR EM RIBEIRÃO PRETO E O INÍCIO DA RADIODIFUSÃO</b>	<b>56</b>
2.1 Uma cidade em transformação	56
2.2 Dissonâncias do processo modernizador	68
2.3 O nascimento do rádio em Ribeirão Preto	76
2.4 Desenvolvimento tecnológico e interesses comerciais	86
<b>CAPÍTULO 3 O RÁDIO E SUA VOCAÇÃO COMERCIAL: NOVOS RUMOS PARA O RADIO CLUB DE RIBEIRÃO PRETO</b>	<b>99</b>
3.1 O rádio e sua relação com o mercado capitalista	99
3.2 A influência do rádio na sociedade ribeirão-pretana e a receita do sucesso: entretenimento, informação e prestação de serviços	117
3.3 O rádio e sua iniciação na política: a participação do Radio Club de Ribeirão Preto na Revolução Constitucionalista de 1932	132
3.4 Embate entre a perspectiva comercial do rádio e os interesses do governo Vargas	140
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>148</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>155</b>
<b>FONTES DOCUMENTAIS</b>	<b>163</b>

## INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação, como um dos elementos constitutivos da cultura, representam um espaço importante para a transmissão e circulação dos padrões de comportamentos, dos hábitos, dos valores, das manifestações artísticas e intelectuais típicos de uma sociedade. Com o advento dos meios eletrônicos, essa circulação pôde ultrapassar tanto os limites geográficos quanto os mais restritos socialmente. Dentre os artefatos tecnológicos que ampliaram a capacidade de percepção, acesso à informação, entretenimento e a cultura, durante boa parte do século XX, há que se destacar o rádio.

O presente trabalho tem como foco central o estudo do rádio no Brasil, em especial na cidade de Ribeirão Preto, entre 1924 e 1937, com o intuito de compreender como se processou seu desenvolvimento, atuação e o papel que desempenhou no conjunto das práticas sociais, políticas e econômicas da sociedade da época. Para tanto, outras questões fizeram parte dos objetivos, uma vez que estavam diretamente ligadas ao foco central do estudo, pois ao se pensar na estrutura e presença radiofônica do período, surgiram questionamentos, como: Qual a relação do rádio com os projetos de inserção do Brasil na modernidade e com a experiência urbanizadora de Ribeirão Preto, tendo em vista o discurso civilizador das elites intelectuais e econômicas? Como ocorreu a transformação do rádio educativo e erudito para ao rádio comercial, voltado aos interesses do mercado capitalista? Qual o impacto do rádio sobre a vida cotidiana da população à medida que o veículo adquiria popularidade?

No processo de difusão de sua técnica, a radiodifusão passou por estágios distintos de recepção: de início, o assombro com a técnica “um espantoso meio de comunicação pelo sem fio, do qual todos ouviam falar, mas que despertava na maioria certa incredulidade, querendo-se como São Tomé, ‘ver para crer’”. (MURCE, 1976, p. 18). Acostumando-se os sentidos à técnica, pensou-se em uma série de outras finalidades para o invento. A educação e o entretenimento das massas tornaram-se suas principais características desde a implantação das primeiras emissoras.

No entanto, a incursão desse novo artefato tecnológico na vida social dos centros urbanos não deixou de criar polêmicas e divergências no que diz respeito ao seu significado bem como sua finalidade em diversos setores sociais. As discussões

passaram por questões envolvendo a influência que o rádio poderia ter no meio social e seu potencial educacional.

No Brasil o rádio fez sua primeira aparição pública e oficial em 1922, na Exposição Nacional, preparada para os festejos do Centenário de Independência Brasileira. A empresa multinacional *Westinghouse*, responsável pela implantação da primeira emissora comercial nos Estados Unidos, instalou no Rio de Janeiro, no Morro do Corcovado, uma pequena estação denominada “Rádio Corcovado” de onde o Presidente Epitácio Pessoa transmitiu em 7 de Setembro, o seu discurso comemorativo ao Centenário da Independência. (MARCO, 1991).

O sucesso e a repercussão das primeiras transmissões na imprensa escrita da época levaram, logo no ano seguinte, ao estabelecimento oficial, no Rio de Janeiro, da primeira emissora de rádio brasileira, a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, seguida por outras em diversas partes do país. A fundação da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” representou o resultado dos esforços empreendidos pelo antropólogo Edgard Roquette Pinto e pelo professor Henrique Morize, ambos pertencentes à Academia Brasileira de Ciências, que vislumbraram nesse novo veículo de comunicação um importante agente educativo e de transformação da sociedade brasileira.

Em sua etapa inicial, o rádio esteve ligado, de um lado, a projetos e concepções advindos de setores intelectuais que se dedicavam a apresentar propostas para a reorganização da sociedade brasileira, buscando promover a superação do atraso econômico e social através da educação<sup>1</sup> e, de outro, aos símbolos tecnológicos da modernidade que deveriam refletir o progresso material do Brasil.

Entretanto, as primeiras emissoras de rádio começaram a operar em um ambiente totalmente amadorístico que envolvia curiosidade, deslumbramento e determinação de seus diretores, técnicos e colaboradores empenhados em dominar a nova tecnologia. As primeiras experiências radiofônicas caracterizaram-se por

---

<sup>1</sup>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, p. 26-29).

serem, sobretudo, empreendimentos de grupos apaixonados pelo novo artefato

No entanto, o crescimento do rádio na sua primeira década de existência no Brasil ocorreu de forma lenta. A legislação brasileira não permitia a veiculação de textos comerciais o que dificultava a sobrevivência financeira dos “Clubes” e das “Rádio-Sociedades”. Bem verdade que tal fato não impedia que as emissoras, mesmo não produzindo intervalos comerciais, tivessem seus programas patrocinados por anunciantes específicos cujos produtos eram recomendados ao público ao longo do programa. (SOUZA, 1990).

Após a década de 1930, o rádio sofre uma significativa modificação. O princípio educativo que norteou esse meio de comunicação em sua fase de implantação continuaria permeando a produção radiofônica, entretanto em sentidos diferentes. 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, fazendo com 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.

O governo de Getúlio Vargas explicitou sua preocupação com o novo meio ao regulamentar seu funcionamento com a implementação de medidas que pudessem garantir ao rádio bases econômicas mais sólidas. O Decreto-lei nº 21.111, de 1932, 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.

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 - sob interferência estatal – que possibilitando uma maior produção de bens de consumo, aliados a intensificação do crescimento e deslocamento populacional das áreas rurais para as urbanas, orientados pela própria dinâmica da economia capitalista proporcionaram a oportunidade de ampliação do mercado interno.

Neste momento, a dinâmica da constituição e ampliação do mercado interno conduzia à criação de novas necessidades e à transformação destas em desejo coletivo. Um novo estilo de vida, relacionado à experiência urbana e à proliferação de bens de consumo formaram o contexto que favoreceu o desenvolvimento da radiodifusão. Sustentadas pelas indústrias e pelo comércio, as empresas

radiofônicas procuravam levar até as mais distantes localidades, a mensagem mais uniforme possível, patrocinada pelos empresários. O rádio apresentava-se como um veículo capaz de ativar vendas através da publicidade. A presença do rádio no cotidiano da sociedade de Ribeirão Preto tornou-se mais evidente e constituiu-se em um dos canais dessa transformação social e econômica.

A regulamentação da propaganda possibilitou que o “Radio 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.

Acentuou-se a venda de horários, o que tornou possível um retorno financeiro capaz de alavancar a qualidade das programações, modificando com isto a forma de se fazer propaganda com a introdução de *jingles* e peças publicitárias. Ocorre então uma expressiva mudança na forma e no conteúdo dos programas que passaram a ser produzidos com antecedência e distribuídos racionalmente no tempo. A linguagem tornou-se mais coloquial, de entendimento fácil, buscava-se uma expressão eclética, mais comunicativa e de maior apelo emocional.

O rádio estava se padronizando, conforme o modelo de sociedades urbanas avançadas e o incentivo ao consumo era realizado por meio da difusão de padrões considerados modernos. Em certo sentido, coube ao rádio – com os sucessivos aperfeiçoamentos técnicos que permitiam um maior e melhor alcance – nivelar as expectativas populares, tentando fazer com que a produção industrial e o decorrente consumo atendessem aos anseios de um número maior possível de pessoas. As emissoras regionais acabavam obedecendo aos mesmos esquemas das programações das grandes cidades, mesmo produzindo grande parte de seus programas localmente; orientavam-se por modelos das grandes emissoras das capitais e centros controladores de poder econômico. (MILANESI, 1978).

Contudo, observou-se que o interesse de particularizar o rádio local e distingui-lo das emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo, impulsionava os produtores da emissora de Ribeirão Preto a elaborar e transmitir programas de interesses locais, oferecendo vários serviços de utilidade pública, inserindo a participação dos ouvintes e as notícias da cidade. Tal fato revela que o rádio

brasileiro não apresentava características realmente nacionais com a programação de uma única emissora atingindo todo o território – com exceção de umas poucas emissoras como a “Rádio Nacional do Rio de Janeiro” – e voltava-se mais para os aspectos regionais, ligados à sociedade em que atuava, fazendo com que as emissoras regionais apresentassem especificidades e dinâmicas próprias.

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” 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<sup>2</sup>.

Aos poucos o rádio estava encontrando o seu caminho, definindo sua linha de atuação e assumindo um papel cada vez mais importante na vida política e econômica 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. No entanto, muitas vezes a estratégia de controle e o uso do rádio para propaganda governamental ficou concentrada no espaço de tempo da “Hora do Brasil” - difundida pelo país por uma rede de emissoras - e às emissoras estatais, que “em 1944 compunham apenas 5% do total das estações radiofônicas”. (IBGE, 1940, p. 451).

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

---

<sup>2</sup> Informação obtida por meio do depoimento oral do jornalista Sebastião Porto ao Projeto Memória Oral do MIS de Ribeirão Preto em 1996. (PORTO, 1996).



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.

Sintetizando a modernidade enquanto uma experiência histórica específica da cultura que procurava lidar com as transformações das esferas tecnológica e econômica, o rádio estava se configurando como um meio disseminador, entre nós, dos hábitos e dos costumes, do estilo “civilizado” norte-americano e europeu, constituindo-se, portanto, em um meio de comunicação importante para se entender os projetos que pretendiam inserir o Brasil na modernidade, em toda sua gama de contradições.

Tendo em vista o fato de que a incursão do rádio na vida social dos centros urbanos não deixou de criar expectativas, polêmicas e divergências, no que diz respeito a sua finalidade, pretende-se, no primeiro capítulo, avaliar a importância do surgimento desse novo meio de comunicação no contexto histórico da sociedade contemporânea ocidental, na qual a velocidade e a expansão das sociedades industrializadas tornaram-se um fato real. A partir do desenvolvimento da radiodifusão estavam dadas as condições necessárias para estabelecer, junto à população, relações de proximidade, constância e simultaneidade, alterando a dinâmica das relações interpessoais.

Em seguida, sob a ótica de perspectivas teóricas que fundamentaram algumas discussões em torno do rádio nos momentos iniciais de seu desenvolvimento, tratar-se-á de detectar o conjunto de características e perspectivas que contribuíram para que o rádio, desde o início, fosse visto como um importante instrumento de educação e transformação sócio-política. A potencialidade educativa será analisada com base em concepções teóricas ligadas aos setores intelectuais que buscaram orientar a ação social desse novo meio de comunicação.

Em outro ponto do capítulo, apresentam-se os traços fundamentais do início da radiodifusão no Brasil, destacando de que modo esse novo meio de comunicação, em seus primórdios, se insere no discurso de progresso e modernidade das elites intelectuais e econômicas. Na visão desses setores, o rádio atuaria como instrumento educativo no processo de desenvolvimento social e material do povo brasileiro. Para melhor identificar o desenvolvimento da

radiodifusão nessa direção será feita a análise da trajetória da primeira emissora de rádio brasileira, a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, que fundada pelo antropólogo Roquette Pinto e pelo professor Henrique Morize, tinha por objetivo promover educação e cultura a amplos contingentes populacionais. Busca-se ainda descrever algumas características da legislação que em princípio impedia a exploração por particulares e como a partir de algumas mudanças provocadas por Roquette Pinto, acabou possibilitando que interesses ligados à esfera comercial atuassem no sentido de transformar o rádio em um empreendimento comercial e publicitário.

O segundo capítulo ocupa-se, inicialmente, em resgatar o contexto sócio-econômico da cidade de Ribeirão Preto entre o final do século XIX e princípio do século XX, período no qual a cidade e seus habitantes vivenciaram uma série de transformações urbanas, constituídas por objetos técnicos, espaços simbólicos e formas de sociabilidade até então desconhecidas. O intuito será demonstrar os principais aspectos do cotidiano da cidade, sua estrutura, seu crescimento, suas dificuldades e contradições, diante do rápido processo de urbanização impulsionado pela cafeicultura e pela dinamização de outros setores econômicos, dimensionando de que modo o rádio, junto a outros elementos vistos como símbolos de progresso e modernidade, estava ligado ao processo de urbanização e modernização promovido pelo desenvolvimento econômico da cidade.

Em um segundo momento, pretende-se analisar a implantação da radiodifusão em Ribeirão Preto, com destaque especial para as transformações sofridas por esse meio entre 1924 e princípio da década de 1930. O objetivo será identificar as dificuldades enfrentadas pelo rádio para se desenvolver, pois, ao lado da legislação que limitava sua exploração comercial, os problemas

emissora de Ribeirão Preto se libertasse definitivamente de seu caráter amadorístico e com forte conteúdo erudito, predominante até aquele momento, e caminhasse em direção à sua profissionalização e consolidação como atividade empresarial capitalista. Tendo em vista esta questão, dar-se-á atenção aos aspectos da programação radiofônica do período que, com a inserção da publicidade como fonte de renda para as emissoras comerciais, contribuíram para a definição do modelo radiofônico brasileiro.

Para visualizar o rádio comercial voltado aos interesses do mercado e entender como esse veículo buscava atender as expectativas do público ouvinte, tendo como objetivo ser aceito no interior de diferentes setores da sociedade que absorviam a mensagem por ele veiculada, considerar-se-á itens como, programação, conteúdo dos programas, modo de comunicação, estratégia comercial, desenvolvimento administrativo e burocrático. O intento será ainda, observar a influência do rádio sobre o cotidiano e a suposta criação ou sobreposição de uma nova sociabilidade ligada à popularização do veículo na cidade de Ribeirão Preto.

Em outro tópico, o intuito será abordar o fenômeno que envolveu o engajamento das rádios paulistas, particularmente o “Radio Club de Ribeirão Preto”, em apoio ao movimento constitucionalista de 1932 com o objetivo de compreender como teria sido a inserção e atuação do rádio como veículo de propaganda também no âmbito político. Por fim, pretende-se pontuar as nuances de um embate entre a perspectiva comercial do rádio e as determinações governamentais, interpostas para o controle da atividade, avaliando de que forma o governo de Getúlio Vargas estava criando mecanismos legais e institucionais para em um futuro próximo, tirar proveito do rádio para difundir sistematicamente componentes de seu projeto político-ideológico, buscando com isso construir uma imagem positiva do governo, das instituições e do chefe de Estado.

# **CAPÍTULO 1 O RÁDIO COMO SÍMBOLO DE PROGRESSO, MODERNIDADE E INSTRUMENTO DE EDUCAÇÃO**

## **1.1 A invenção do rádio e a dialética com a educação**

É inegável a importância e influência que os meios de comunicação (imprensa, cinema, rádio, televisão, etc.) passaram a exercer na complexa sociedade contemporânea a partir do final do século

1904 as patentes obtidas pelo padre brasileiro Landell de Moura para o telefone sem fio e um telégrafo sem fio que se reconhecidos, o inscreveriam entre os precursores do rádio<sup>4</sup>.

Apesar dos avanços nos experimentos, a exploração regular do serviço de radiotelefonia - nome dado ao sistema de radiodifusão na época - teve início somente em 1920, com a inauguração, nos Estados Unidos, da emissora “KDKA”, instalada em Pittsburgh. Por outro lado, o rádio não-comercial, mantido com uma taxa recolhida pelos proprietários de receptores, estabeleceu-se na Inglaterra em 1922, com o início das transmissões da “BBC” de Londres. A proposta educativa para o rádio surgiu bem cedo. Emissoras como a “BBC”, “Rai Italiana”, “Rádio Canadá”, entre outras, desenvolveram programações com essa finalidade.

Os novos meios técnicos de comunicação, em especial o rádio, passaram a estabelecer com a população relações de proximidade, constância e simultaneidade, fazendo com que sua influência social aumentasse à medida de seu alcance e difusão. Graças às suas características o rádio não só adquiriu, como também lhe foram atribuídos vários papéis. A existência de diferentes interesses e propostas vindos de setores envolvidos de forma direta ou indireta com a atividade radiofônica, assim como a própria dinâmica do meio, contribuíram para definir seu desenvolvimento.

Deflagrado pelo intenso processo de urbanização iniciado no século XIX, somado às novas necessidades atreladas à escalada dos negócios, o fenômeno da presença das massas no cenário das grandes cidades no início do século XX, tornou-se um processo dos mais visíveis nas primeiras décadas daquele século, visto que mesmo os mais pobres entre os habitantes citadinos passaram a ser considerados pelos “homens de negócios”, em seus cálculos, consumidores em potencial para bens e serviços.

---

<sup>4</sup> Nascido em 1861, na cidade de Porto Alegre, Roberto Landell de Moura estudou na Universidade Gregoriana de Roma, onde conheceu Marconi e concebeu sua primeira teoria: “Unidade das Forças Físicas e a Harmonia do Universo”, segundo a qual o “ar quando aquecido parece galopar no espaço, sendo possível enviar mensagens por ele”. Em 1892, de volta ao Brasil, tornou-se vigário em Santos, Campinas, São Paulo, cidades em que realizou várias experiências. Uma delas consistiu na transmissão da voz humana do alto do bairro de Santana até a Avenida Paulista, em São Paulo – dois anos antes de Marconi fazer seu experimento. Denominado de telefone sem fio, o invento do padre Landell utilizava ondas eletromagnéticas e ondas de luz como portadoras. Combatido pela Diocese, seguiu em 1902 para Nova York, onde após reconstruir seus inventos, conseguiu receber as patentes, em 1904. Em 1905, de volta ao Rio de Janeiro, resolveu doar seus inventos, com as respectivas patentes ao governo brasileiro. Contudo, o então presidente Rodrigues Alves, respondeu-lhe que naquele momento não poderia atender o seu pedido, devendo o padre Landell aguardar nova oportunidade. Considerado desequilibrado e adepto de bruxaria, o padre Landell de Moura morreu, anonimamente, aos 67 anos, na cidade de Porto Alegre. (TAPARELLI, 2002/2003, p.16-21).

Com o rádio, assim como os demais meios de comunicação, abriram-se novas perspectivas na relação entre a grande massa da população e os grupos sociais dominantes, que passaram a contar com um instrumento dotado de grande potencial para exercer influência no comportamento humano, capaz de transmitir – com agilidade e rapidez – a um número cada vez maior de pessoas, sons e todo tipo de informação. A esse respeito, Berstein (1998, p. 349-363) observa que a mídia atua criando um clima cultural veiculando modelos, normas, modos de raciocínio que com a repetição acabam por ser interiorizados, tornando cada indivíduo sensível à recepção de idéias, valores ou à adoção de comportamentos.

Partindo da idéia de que o controle da informação, da comunicação e do conhecimento representam uma ação estrategicamente importante em uma sociedade de massas, as potencialidades desse novo meio técnico de comunicação tornaram-se atrativas, despertando a atenção de diferentes segmentos sociais, ligados não só ao setor privado e comercial, ou às esferas de poder (governamentais), mas particularmente os setores intelectuais envolvidos com a educação. (GURGUEIRA, 1995).

Embora houvesse divergências entre os diferentes segmentos sociais quanto às formas de sua utilização, o rádio passou a representar, principalmente para os setores intelectuais, um importante aliado na concretização de projetos ideológicos e de transformação social. Tal expectativa ocorria devido à crença em seu potencial de promover a educação das massas e sua incorporação ao cenário social dentro dos limites da ideologia dominante<sup>5</sup>.

No início do século XX, várias correntes de pensamento viam a educação como um agente de transformação social, capaz de promover a elevação do nível moral e espiritual das massas e, conseqüentemente, direcionar suas energias rumo ao progresso moral e material de uma determinada nação. (DEWEY, 1936, p. 23-29). A partir dessa concepção tem-se a junção de dois elementos fundamentais que estiveram presentes no imaginário sócio-político da sociedade de massas. De um

---

<sup>5</sup> Gramsci define ideologia como um complexo lógico-histórico, uma combinação de vários elementos que culminam em uma direção dada, uma hegemonia de classe. Esta, então, seria a capacidade de unificar e manter unido, através da ação política, ideológica e cultural, um conjunto de forças sociais heterogêneas e marcadas por contradições. A concepção de mundo do segmento hegemônico age como cimento da coesão e inscreve-se desde o aparelho de produção até as múltiplas instituições da sociedade civil e do governo. A ação dessas instituições - escolas, tribunais, igrejas, meios de comunicação, etc., - e das ideologias, práticas sociais e agentes que elas aglutinam tendem a se unificar através do papel dirigente das classes hegemônicas, tendo em vista defender e desenvolver certo tipo de consenso e direção intelectual e moral da sociedade. (GRAMSCI, 1978, p. 54-66).

lado, a educação, carregando consigo as idéias de transformação, de construção e de formação dos indivíduos, e de outro o rádio como instrumento capaz de alcançar esses indivíduos com rapidez, agilidade, transmitindo-lhes educação e possibilitando assim, sua transformação em força social e produtiva.(GURGUEIRA,1995, p. 12-30).

Em seu estudo, Gurgueira (1995) demonstra que entre as décadas de 1920 e 1930, a discussão acerca do rádio e seu papel educativo promoveu a produção de inúmeras propostas sobre sua função social, assim como o de ações práticas quanto a sua utilização como instrumento educativo. Em muitos países foram criados órgãos que buscaram desenvolver o rádio

1951(q)5.67474(u)-4.33117(e)-4.33117( )-42.1892(b)  
4.3311a(q)5.67474(u)0.7.24748a-39550(4)33117873(d)á.2.2116(e)-4.331-57(2)3471(2)2-127064(64)763d 6436(r)2.8

conhecimento, o rádio possibilitaria a interação dialética entre o público e o saber, estabelecendo entre ambos, uma comunicação autêntica.

Assim como Benjamin, Bertolt Brecht (1984) acreditava na idéia da educação como agente de “formação”, ou seja, o rádio estaria ligado ao processo de formação dos indivíduos, funcionando como um instrumento de cultura e transformação política e social. Já outros setores intelectuais defendiam a idéia da educação como um agente de “moldagem”, sendo que nesta perspectiva, o rádio atuaria como um instrumento de moldagem do povo alemão que, incorporado ao projeto de controle político das massas, deveria transmitir a educação e a cultura como símbolos de ordem e do progresso da nação.

Segundo Gurgueira (1995) esta última perspectiva foi a que, de certa forma, prevaleceu entre as discussões sobre o desenvolvimento do rádio com função educativa em vários países, inclusive no Brasil. O autor ainda indica que grande parte das propostas relacionadas ao rádio e seu papel como instrumento educativo, procurou orientar sua atuação no sentido de atender as determinações de uma nova estrutura social e política, buscando estabelecer o valor do novo veículo de comunicação enquanto instrumento de cultura e transformação social, justificando seu desenvolvimento com base no seu potencial de educar e democratizar a cultura, ao passo que acabaram por legitimar sua utilização por parte dos diferentes segmentos sociais.

## **1.2 Ressonâncias no Brasil da potencialidade educativa do rádio**

No Brasil, em princípio, o rádio esteve ligado, de um lado, a projetos e concepções advindos de setores intelectuais que se dedicavam a apresentar propostas para a reorganização da sociedade brasileira, buscando promover a superação do atraso econômico e social através da educação e, de outro, aos símbolos tecnológicos da modernidade que deveriam refletir o progresso material do Brasil.

Desde fins do século XIX, o Brasil era cenário de várias transformações de ordem política, econômica e social que estavam diretamente relacionadas à inserção do país, por meio da economia cafeeira, na nova ordem econômica capitalista, tendo como núcleos principais a urbanização e o crescimento industrial.



A expansão do capitalismo no Brasil implicou na transformação da estrutura de produção (crescimento industrial), redistribuição das forças produtivas e na reorganização da sociedade, impondo a redefinição das relações sociais e de trabalho, as quais, até 1888, basearam-se no sistema de produção escravista e que, na nova ordem econômica, tiveram de se adequar às determinações do modo de produção capitalista. “O processo de organização da mão-de-obra a partir das leis de mercado e das determinações do novo contexto social levaria à construção de uma nova ideologia do trabalho”. (CHALHOUB, 1986, p. 28).

Neste sentido, a organização do mercado de trabalho a partir da lógica econômica capitalista pressupunha uma educação capaz de “moldar” e valorizar o trabalhador nacional, dinamizar sua capacidade produtiva e disciplinar sua inserção no universo político. O trabalho deveria ser o campo de ação do homem na busca de sua felicidade e estava alicerçado em sólidos princípios de elevação moral. “trabalhar era sinônimo de grandeza e de glória, de uma identidade social e moral digna e respeitável”. (SANTOS, A. A., 1966, p. 36). Dessa forma, por meio da valorização do trabalho como instrumento da ordem e do progresso, seria possível romper com as estruturas tradicionais de uma sociedade caracterizada pelo atraso e pela desorganização herdadas do período colonial e abrir caminho para o desenvolvimento do país a fim de que se tornasse uma nação moderna e civilizada.

No entanto, a entrada do Brasil na modernidade foi parte de um processo complexo em que se entrecruzaram dinâmicas diferentes e contraditórias. Nas primeiras décadas do século XX aceleraram-se a industrialização e urbanização, o crescimento do comércio, do proletariado e do empresariado. Por outro lado, permaneceram a tradição colonialista, os latifúndios, o sistema oligárquico, o desenvolvimento desigual das regiões, o elevado índice de analfabetismo, as grandes desigualdades sociais, entre outros. Um indicativo dessas contradições pode ser verificado no significativo crescimento das revoltas e movimentos reivindicatórios, principalmente nos grandes centros urbanos<sup>6</sup>.

Entre 1917 e 1919 a intensificação dos movimentos reivindicatórios e grevistas acabou se transformando em graves conflitos urbanos, tanto na capital

---

<sup>6</sup> Entre 1889 e 1906, na cidade do Rio de Janeiro, ocorreram inúmeras greves organizadas pelas primeiras associações operárias, além de rebeliões urbanas, como a revolta do Selo, em 1898, e a Revolta da Vacina em 1904. (SEVCENKO, 1985, p. 53-56). Em São Paulo, entre 1906 e 1912, foram constantes os movimentos reivindicatórios organizados por trabalhadores, como por exemplo, a greve dos ferroviários da Cia. Paulista em 1906 e o movimento grevista de 1912, envolvendo principalmente trabalhadores têxteis e os sapateiros. (FAUSTO, 1976, p. 135).

paulista quanto na cidade do Rio de Janeiro. Embora já fossem discutidas medidas para resolver a crise social, a estratégia de controle dos movimentos ainda se baseava em ações de caráter repressivo, por parte das autoridades.

Somente a partir dos anos de 1920, foi que a questão social, especialmente do movimento operário, deixou de ser vista apenas como um problema policial e começou a ser tratada também como uma questão política. Para Maria Helena Capelato (1989, p. 95), “[...] as lutas sociais do período (que se desenvolveram principalmente no cenário urbano) puseram em xeque as formas de controle vigente, impondo novas formas de dominação indicadas nos projetos reformadores”.

As questões sociais ganharam contornos ideológicos mais definidos a partir da crença na educação como forma de moldar e disciplinar o povo brasileiro promovendo, por um lado, sua transformação em força social e produtiva e, por outro, garantindo aos grupos sociais dominantes a possibilidade de controlar e ordenar sua atuação e participação política na sociedade. Por meio da educação, buscar-se-ia construir a nação, regenerando as populações brasileiras tornando-as disciplinadas e produtivas. (CARVALHO, 1989).

Na década de 1920, os campos da política, da arte e da cultura eram dominados por uma discussão sobre a identidade e os rumos da nação. Intelectuais das mais diversas formações e correntes de pensamento reinterpretaram o passado; buscaram captar a realidade brasileira e construíram vários retratos do Brasil.

A participação dos intelectuais na vida nacional respaldava-se na crença de que eles pertenciam a uma elite capaz de “salvar” o país, pois estavam sintonizados com as novas tendências do mundo e atentos às diversas manifestações da política e da cultura. Os artistas e intelectuais tratavam em suas obras das questões sociais que estavam na ordem do dia e participavam do debate político-ideológico entre a direita e a esquerda que mobilizava o mundo.

Um grupo de intelectuais representativos da época, entre os quais, Oliveira Viana e Alberto Torres, apontavam para a gravidade da situação do Brasil e propunha uma reação dentro da ordem. Era preciso reformar a sociedade, respeitando as tradições. Caberia a elite cultural e política, a tarefa de apressar o processo de evolução natural que rege as sociedades. Era a idéia de “civilizar por cima”. O desafio da construção da nação desdobrava-se nas idéias de incorporação do povo à nação e sua insuficiência para o exercício da cidadania. A questão educacional na República vai relacionar-se com uma reflexão sobre estas idéias,

pois seriam frágeis os “processos decisórios sustentados em um povo sem instrução”. (ROCHA, 2004, p. 14).

As propostas para a reorganização da sociedade brasileira incluíam a reforma da Constituição de 1891, a reforma educacional, entre outros temas. Perpassava também uma crítica ao artificialismo político do regime da Primeira República. Para intelectuais como Oliveira Vianna (1990), os principais responsáveis pelo atraso econômico e social eram as oligarquias rurais que se apoderaram do governo liberal-federalista introduzido pela Constituição de 1891, incapaz de resolver os problemas nacionais. A experiência liberal, não só brasileira, mas mundial, esgotara-se, e com ela os instrumentos clássicos como partidos políticos e o congresso. Competiria então ao governo central tomar as rédeas do poder e ditar diretrizes para o desenvolvimento brasileiro.

Para Alberto Torres (1990), um dos expoentes do pensamento autoritário brasileiro, a nação brasileira deveria ser criada pelo Estado. Não caberia a este atuar apenas de forma reguladora, como compete o Estado de uma nação já desenvolvida, já que o Brasil não havia criado, ainda, vínculos orgânicos capazes de se consolidarem-no como nação. O povo brasileiro não poderia se dar ao luxo de ser liberal. “As condições reais da vida política brasileira são incompatíveis com o modelo europeu ou norte-americano de organização democrática da ordem legal”. (FERNANDES, 1979, p. 94).

O pensamento de Alberto Torres, assim como o de um grupo significativo de intelectuais, tomava como fundamento um evolucionismo de fundo marcadamente positivista no qual o Estado surge como solução e como caminho para o futuro definido pela racionalidade. A influência de Alberto Torres gerou uma corrente de pensamento cujos representantes – Carneiro Leão, Gilberto Amado, Oliveira Vianna, entre outros – caracterizaram-se, segundo Luz, pelo nacionalismo e pela preocupação com a organização nacional, ou seja, pela ênfase “na necessidade de integrar e assimilar: integração geográfica pela expansão das vias de comunicação e pelo povoamento dos espaços vazios”. Integração étnica através da educação ic a da doli

péssimas condições de saúde e higiene, moradias inadequadas – e não racial. Invertia, portanto, a escala de valores ainda predominantes no pensamento brasileiro e abria caminho para uma análise, acima de tudo, social da realidade brasileira. Na visão de Torres, por exemplo, o povo brasileiro não era inferior a nenhum outro e nem mais indolente; era apenas ignorante em relação a sua própria terra. “Nós não sabemos ainda o que a nossa terra pode produzir e como deve produzir”. (TORRES, 1982, p. 54-62).

A partir desta concepção, ele negava qualquer inferioridade racial ou identitária intrínseca ao brasileiro e produzia uma inovação decisiva na cultura do país. Como indica Dante Moreira Leite, o nacionalismo de Torres libertava-se, enfim, do pessimismo calcado em teorias raciais de seus antecessores e assim como outros de sua geração “foram capazes de compreender que o atraso do Brasil não se devia a condições psicológicas imutáveis, mas as condições históricas e econômicas que os homens podiam superar”. (LEITE, D. M., 1976, p. 259).

Neste sentido, uma das formas de resolver muitos problemas sociais do Brasil e promover a superação do nosso atraso econômico e social seria por meio da educação que passaria a ser valorizada e utilizada como ação estratégica que possibilitaria a inclusão política e social de grande parte da população brasileira que estava alijada, não só do processo produtivo, mas também do progresso material e moral da nação.

Essa proposta de reforma da sociedade e organização social, baseada na educação, reuniu intelectuais de várias áreas. 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. (CARVALHO, 1986, p. 28).

Conforme Carvalho (1986, p. 28-39), 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.

Desse modo, partir da década de 1920, a perspectiva de educar o homem brasileiro e não substituí-lo<sup>7</sup>, tornou-se o ponto principal dos discursos de alguns setores intelectuais que buscavam orientar a construção da nação brasileira, defendendo a educação como uma forma de promover desenvolvimento social e o progresso do país dentro da ordem.

Assim, o aparecimento do rádio no princípio da década de 1920, com suas características enquanto meio técnico de comunicação - capacidade transmitir, simultaneamente, com agilidade e rapidez para um grande número de indivíduos, todos os tipos de informações, aproximando-os e alcançando-os em sua intimidade e transformando-os em uma grande audiência coletiva - e principalmente, a possibilidade de sua utilização na área educativa, foi cercado por expectativas favoráveis por parte daqueles setores que viam na educação um importante instrumento de transformação social.

Entre os intelectuais que vislumbraram o rádio como instrumento educativo, estava o antropólogo, educador e um dos pioneiros do rádio no Brasil, Edgard Roquette Pinto, cujas iniciativas tiveram como objetivo tornar o rádio um instrumento a “serviço do povo”. Em seus estudos, Roquette Pinto também se opunha às teorias que apontavam a miscigenação do povo brasileiro como fator determinante do atraso sócio-cultural do país. Ele procurava demonstrar que a mestiçagem não produzia indivíduos degenerados e que “[...] o problema das raças não existe no Brasil. Negros, índios, mestiços ou brancos, todos gozam mais ou menos das mesmas considerações sociais que só dependem do grau de instrução ou de riqueza”. (ROQUETTE-PINTO, 1933, p. 150).

O antropólogo compartilhava da idéia de que os problemas do Brasil não estavam relacionados às questões de etnia, mas à educação e ao nível sócio-econômico da população, devido ao abandono em que se encontravam amplos contingentes populacionais. O processo de “civilizar” o povo brasileiro utilizando-se da educação, correspondia a uma ação mais ampla que a simples instrução escolar, envolvendo também questões de eugenia, higiene, saúde e família, sendo que o

Estado deveria ter um papel importante, tanto no processo específico de instrução escolar, quanto no que se refere aos outros aspectos mencionados.

Cabe ressaltar que para Roquette Pinto, assim como para vários intelectuais, a solução para a questão educacional dependia das “classes cultas” ou “esclarecidas” que deveriam conduzir e fomentar a circulação de idéias e valores que contribuíssem para a formação do povo.

Dessa forma, é possível afirmar que nos anos iniciais de seu desenvolvimento, o rádio foi visto como um veículo potencialmente capaz de transmitir educação, tornando-se objeto de discursos entre aqueles que viam na educação o único caminho para a construção e integração da nação. A esse respeito cumpre resgatar as palavras de Roquette Pinto, logo após ter assistido as primeiras experiências com radiotelefonia, ou T.S.F (telefone sem fio):

Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão livremente o conforto moral das sciencias e da arte [...]. O T.S.F [...] representa o papel preponderante de guia director, grande fecundador de almas, porque espalha a cultura, as informações, o ensino prático elementar, o civismo; abre campo ao progresso, preparando os tabaréis, despertando em cada qual o desejo de aprender. (ROQUETTE-PINTO, 1927, p. 233).

Em 1923, Roquette Pinto com o auxílio do professor Henrique Morize e outros membros da Academia Brasileira de Ciências, colocaram em prática seu plano de utilizar o rádio a serviço da educação, fundando a primeira emissora brasileira de radiodifusão: a “Radio Sociedade do Rio de Janeiro”.

De todo modo, o desenvolvimento da radiodifusão seguiu caminhos diversos, materializados nos mais variados sistemas implantados, primeiramente nos países industrializados e, depois, nos outros países. A razão da diversidade de sistemas de exploração pode ser explicada pela história de cada país e pela história dos objetivos que lhe deram os grupos sociais dominantes, ou os que gravitaram ao seu redor, criando a radiodifusão controlada pelo Estado ou explorada comercialmente.

Conforme já foi assinalado, na década de 1920 era nítida a preocupação de se discutir a identidade e os rumos da nação brasileira. Havia intelectuais preocupados com a reforma das instituições – a começar pela Constituição de 1891 e a reforma educacional – dedicando-se a apresentar propostas para a reorganização da sociedade brasileira. Outros setores também tinham algo a dizer e

se manifestavam - políticos, militares, empresários, trabalhadores, médicos, educadores e artistas. A questão era: como deveria ser o Brasil moderno? Através da literatura, das artes plásticas, da música, e mesmo de manifestos, os artistas e intelectuais modernistas buscavam compreender a cultura brasileira e sintonizá-la com o contexto internacional.

Era um tempo de indagações e descobertas. A tarefa que se impunha era a de “construir a nação”, e isso significava também repensar a cultura, resgatar as tradições, costumes e etnias que haviam permanecido praticamente ignorados até então. Artistas e intelectuais buscavam responder essa pergunta, e esse esforço foi uma característica importante do modernismo brasileiro, cujo marco aconteceu em 1922 com a “Semana de Arte Moderna”.

Uma característica importante da modernidade brasileira foi a promoção de tudo o que podia significar progresso, desenvolvimento, e equiparação do Brasil à vanguarda internacional: aviões, ferrovias, rodovias, indústria, comunicações, tecnologia e educação. Na perspectiva de vários intelectuais, a educação era vista como instrumento capaz de reformar a sociedade e como um dos caminhos que levaria a superação do atraso econômico e social do Brasil. O rádio por sua vez, apresentou-se como um veículo, potencialmente capaz de alcançar grandes contingentes populacionais, com rapidez e agilidade, promovendo educação e transformação social.

A partir dessas percepções, observa-se que os meios de comunicação tornaram-se efetivamente símbolos e portadores da modernidade, difundindo motivações que pudessem criar climas de empatia e levar os cidadãos a participarem de projetos para a condução dos rumos da nação. Em outras palavras, passaram a atuar como expressão e instrumento do modelo desejado de desenvolvimento nacional.

### **1.3 O rádio, mais um dos símbolos tradutores da modernidade**

Além do acentuado caráter educativo atribuído ao rádio logo no início de seu desenvolvimento, foi possível verificar também a incorporação desse novo meio de

comunicação ao discurso de progresso e modernidade<sup>8</sup> dos grupos sociais dominantes. Analisando o rádio como “signo da modernidade”, Tota (1990) afirma que o rádio, ao lado de outras inovações tecnológicas, era enaltecido como um verdadeiro indicativo da vida moderna.

Esse ideário espraiava-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, os acelerados processos de urbanização das cidades, o aumento do volume da migração internacional e o incremento da renda real em diversos países em desenvolvimento, acabaram por ampliar o mercado consumidor em formação, alterando significativamente o modo de vida das sociedades ao redor do mundo, ou pelo menos, das regiões pertencentes ao hemisfério ocidental.

As aplicações práticas das descobertas científicas incorporadas ao moderno sistema fabril de produção, assim como os requintes tecnológicos de seus produtos tornaram-se os protagonistas das “Grandes Exposições Universais da Belle Époque<sup>9</sup>”, cujas mostras marcaram o cenário quer das velhas cidades européias, como Paris, Londres ou Viena, quer das novas cidades do continente americano, como Saint-Louis, Filadélfia, Chicago, Buenos Aires, Santiago, Rio de Janeiro ou São

---

<sup>8</sup> Para Schwartzman (2004, p. 16-17), os termos “modernidade, moderno e modernização existem no mundo das idéias como valores e afirmações morais sobre a vida humana; como descrição de um estilo de vida específico, típico de algumas sociedades e períodos de tempo; e como interpretação de um amplo processo de mudança social. ‘Modernos’ ou ‘modernistas’ no primeiro sentido, são pessoas que se recusam a viver segundo cânones antigos e tradicionais e valorizam a inovação, a mudança e o progresso. Historiadores usam o termo “moderno” para referir-se ao período em que essas atitudes e valores se tornaram dominantes na Europa Ocidental – do final da Idade Média até a Revolução francesa, quando então tem início o que chamam de ‘Idade Contemporânea’ valores e interpretações sobre o mundo andam juntos”. Segundo o autor os modernistas acreditavam que o mundo estava mudando de ‘tradicional’ ou ‘antigo’ para tempos ‘modernos’, em vez de ser sempre o mesmo, ou mover-se em círculos ou ciclos. Mais especificamente, começando com o Renascimento europeu, essa mudança era interpretada como levando a um uso maior da racionalidade - como instrumento para entender e controlar o mundo - e ao individualismo. Nas sociedades antigas, as pessoas viviam de acordo com suas tradições, em um mundo dominado por poderes transcendentais, e eram limitadas por um destino definido desde o seu nascimento. Com a modernidade, o mundo passou a ser visto como aberto à compreensão graças ao uso da ciência e da racionalidade, e seus recursos e poderes passaram a ser postos a serviço da humanidade. Ao mesmo tempo, o nascimento deixou de ser fonte do destino. Por meio do trabalho, da dedicação e do uso da inteligência é possível transcender as próprias condições e responsabilizar-se pela própria vida. Utilizou-se neste estudo modernização no sentido adotado por vários autores, como Marshall Berman (1986), que distingue modernidade como etapa histórica e modernização como um processo sócio-econômico que vai construindo a modernidade. Já os modernismos são vistos como projetos culturais que renovam as práticas simbólicas.

<sup>9</sup> A expressão Belle Époque designa o clima intelectual e artístico do período que vai aproximadamente de 1880 até o fim da Primeira Guerra Mundial, em 1918. Foi uma época marcada por profundas transformações culturais que se traduziram em novos modos de pensar e viver o cotidiano. Inovações tecnológicas como o telefone, o telégrafo sem fio, o cinema, a bicicleta, o automóvel, o avião, inspiravam novas percepções da realidade. Com seus cafés, concertos, balés, operetas, livrarias, teatros, *bulevards* e alta costura, Paris era considerada o centro produtos e exportador da cultura mundial. A cultura boêmia imortalizada nas páginas do romance de Henri Murger, *Scènes de la vie de bohème* (1848), era um referencial de vida para os intelectuais brasileiros, leitores ávidos de Baudelaire, Verlaine, Zola, entre outros. Ir a Paris ao menos uma vez por ano era quase uma obrigação entre as elites, pois garantia seu vínculo com a atualidade do mundo.



Paulo, maravilhando multidões diante do fulgor do universo da produção e circulação das mercadorias.

O avançar das aplicações tecnológicas das descobertas científicas evidenciava-se na formação de um admirável mundo novo que entrelaçava as esferas da economia, da política, das sociabilidades e da cultura a um movimentar contínuo e desenfreado. (HARDMAN, 1988).

As cidades onde as Exposições foram montadas tornaram-se o epicentro da modernidade. Aí se chegou ao estágio mais avançado da civilização ocidental, que convivia com os problemas advindos da desigualdade e da marginalização de grande parcela da população. As Exposições Universais queriam ser um retrato em miniatura desse mundo moderno e avançado, composto de espetáculos nos campos da ciência, das artes, da arquitetura, dos costumes e da tecnologia. A idéia era mostrar e ensinar as virtudes do tempo presente e confirmar a previsão de um futuro excepcional.

Esses espetáculos<sup>10</sup> de exibição dos desenvolvimentos tecnológicos do mundo moderno indicavam a crescente visibilidade da formação do mercado mundial, nutrindo, dessa maneira, a fé iluminista na unidade humana mediada pelo fetiche das mercadorias. E mesmo os países mais pobres do Ocidente hospedaram, já no século XX, as Exposições Internacionais. Estas eram vistas como uma oportunidade ímpar de fazer parte, ainda que por breve espaço de tempo, do concerto internacional das nações. A Exposição Universal do Rio de Janeiro, em 1922, se inclui neste caso e seria o local onde o rádio faria sua primeira aparição pública e oficial no país, durante os festejos do Centenário de Independência Brasileira. (MOTTA, 1992).

As Exposições Internacionais condensaram o que o século XIX entendeu como modernidade: o progresso construído sobre a ciência e a indústria; a liberdade entendida como livre mercado; o cosmopolitismo baseado na idéia de que o conhecimento humano e a produção seriam transnacionais, objetivos e sem limites.

Diante desse cenário, a “condição agrária, retrógrada e subalterna do Brasil no contexto internacional da Revolução Científico-Tecnológica” (SEVCENKO, 1998,

---

<sup>10</sup> O número de visitantes e expositores nas Exposições Universais envolvidos na exibição das maravilhas do mundo moderno podiam ser contados, crescentemente. Em Londres, em 1851, 13.937 expositores exibiam suas maravilhas aos 6,0 milhões de visitantes e, esses números tornaram-se cada vez mais amplos. Em Paris, no ano de 1900, 83 mil expositores apresentavam seus produtos para 48,1 milhões de pessoas e 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, p. 50).

p. 292) foi ainda mais realçada com as expectativas geradas pela abolição e pelo advento da República. Tratava-se de um quadro novo para o país, ao mesmo tempo complexo e contraditório, pois o regime republicano viria proclamar, inicialmente, uma atitude de repúdio à vida rotineira e aos arcaísmos, que seriam a própria negação do progresso, como forma de os indivíduos desamarrarem-se dos modos provincianos e das sociabilidades herdadas da sociedade escravista.

Uma atmosfera ansiosa por cosmopolitismo, gerada no Rio de Janeiro, autêntica capital cultural do Brasil na Belle Époque percorre o país, num desejo sôfrego da europeização e modernização. Se a sua difusão foi, com efeito, pouco abrangente e limitada às incipientes manchas urbanas no Brasil de 'fin-de-siècle', seu efeito foi desconcertante, por isso mesmo, maior e mais profundo. Se durante a independência essa ansiedade expressava-se, culturalmente, pela atração e busca de raízes nativistas e pelo desejo de ser brasileiro, nesse momento manifestava-se, paradoxalmente quase um desejo de ser estrangeiro. (SEVCENKO, 1998, p. 292).

Os desdobramentos desse impacto atingiram diretamente as bases políticas e sociais da sociedade brasileira, exigindo a dotação do país de uma infra-estrutura técnica mais aperfeiçoada, representada pela instalação de grandes troncos ferroviários e a melhoria dos portos, que com o crescimento da demanda europeia de matérias-primas, deram um impulso vertiginoso ao comércio externo brasileiro na conjuntura da abolição da escravidão e da imigração em massa dos europeus, estimulando a ampliação de um mercado interno e impulsionando a modernização de várias cidades brasileiras.

Os ícones e representações da modernidade incidiram na configuração da sociedade brasileira da época e ligaram-se à construção de uma ordem triunfante de progresso e modernidade. Num momento em que a economia cafeeira estava em expansão o que se notava na atuação dos primeiros presidentes civis e paulistas, assim como de seu círculo político-administrativo, era o evidente esforço para forjar um Estado Nação moderno e eficaz diante das novas vicissitudes históricas como os seus modelos europeus. (SEVCENKO, 1998).

As capitais de diversos Estados brasileiros, como Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife, Porto Alegre, ou mesmo, cidades como Ribeirão Preto - que no início do século XX, configurava-se como um dos principais pólos econômicos paulistas, devido ao expressivo desenvolvimento de sua cafeicultura - 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 estes que “foram universalmente aclamados como verdadeiro modelo do urbanismo moderno”. (BERMAN, 1986, p. 132).

Os métodos da reformulação da fisionomia da cidade de Paris, as formas de convívio e a movimentação dos seus habitantes, marcados “pelos procedimentos de especialização espacial e segregação social”, atingiram as terras brasileiras e se constituíram como elementos de um modelo de urbanização que “esteve pulsando no cerne dos procedimentos de controle de habitações e vizinhanças implementados nas capitais brasileiras a partir do advento da República”. (MARINS, 1998, p. 135).

São Paulo e Rio de Janeiro tornaram-se os principais centros irradiadores da modernidade desejada, pois concentravam os capitais advindos das exportações de café, do comércio e da crescente atividade industrial, além de comportar um número cada vez maior de habitantes<sup>11</sup>. O processo de transformação do espaço urbano da cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, teve como marcos principais a inauguração em 1904 da Avenida Central e a promulgação da lei da vacina obrigatória<sup>12</sup>. Em São Paulo, na primeira década do século XX, já eram notados alguns sinais desse movimento de remodelação urbana ditado pelas novas necessidades da ordem econômica capitalista

Neste período foram realizadas várias reformas na cidade de São Paulo, como a remodelação dos Jardins, da República e da Luz, alargamento da Praça da Sé, além da concepção do complexo paisagístico do Parque do Carmo e do Parque do Anhangabaú. Esse processo de remodelação da cidade de São Paulo teria continuidade na administração do prefeito Barão de Duprat (1911-1914), com a ampliação da Avenida São João, a inauguração em 1911, do Mercado Municipal e do Teatro Municipal, além da construção do viaduto Santa Efigênia em 1913. (FERREIRA, 1971, p. 62).

---

<sup>11</sup> Ao analisar a formação da classe operária brasileira e o crescimento populacional das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, Boris Fausto nota que entre 1890 e 1900 a capital paulista cresceu de forma acentuada em função do aumento da imigração, sendo a população da cidade passou de 64.934 habitantes para 239.820 habitantes. (FAUSTO, 1976).

<sup>12</sup> A precária estrutura urbana da cidade do Rio de Janeiro, na época a capital federal, dificultava a imigração e a entrada de capital estrangeiro no país. Grande parte da população vivia em condições insalubres, ameaçadas pelos surtos endêmicos de febre amarela, varíola, tifo, entre outras, além da constante turbulência política. (SEVCENKO, 1985).

No entanto, as transformações ocorridas nas estruturas urbanas desses centros também acabavam revelando as contradições existentes entre o projeto modernizador e as estruturas sociais e políticas tradicionais, ainda presentes na sociedade brasileira. É interessante mencionar, por exemplo, que o foco principal de intervenção nos espaços urbanos localizava-se nas áreas centrais das cidades, ficando de fora dos projetos urbanísticos os bairros pobres e operários situados nas áreas periféricas às regiões centrais<sup>13</sup>.

Acerca desta questão, verifica-se que o processo de intervenção nos ambientes urbanos, tanto em São Paulo, quanto no Rio de Janeiro demonstrava não só a preocupação dos grupos sociais dominantes com a adequação dessas cidades às exigências do sistema capitalista, mas também, como indica Sevcenko (1992), evidenciava os contornos de um projeto político e social que pretendia modernizar e civilizar o país por meio da reorganização das forças produtivas, da incorporação das novas tecnologias e conquistas científicas, alteração e remodelação dos espaços das cidades a partir de um processo de metropolização que condenava hábitos e costumes ligados à sociedade tradicional e às camadas populares que pudessem manchar a imagem de ordem e progresso que, naquele momento, se impunha ao país.

A ampliação da rede ferroviária, o número crescente de automóveis, em circulação nos centros urbanos, a utilização da iluminação elétrica, a introdução de novas tecnologias de reprodução e veiculação de informações, como o telefone, o telégrafo, a fotografia e o cinema, influenciaram no comportamento e na percepção das pessoas que passaram a conviver com um novo cenário social, marcado pela expansão tecnológica. (SUSSEKIND, 1982).

Com a expansão dos centros urbanos, modificaram-se os valores da cultura cotidiana e os próprios padrões de comunicação social. As idéias de simultaneidade, concisão, fragmentação, velocidade e arrojo passaram a expressar os tempos modernos. A fotografia, o cinema e as revistas ilustradas captavam um mundo feito de imagens. Era inevitável que o rádio transmitisse as transformações trazidas pela modernidade.

---

<sup>13</sup> Em São Paulo, os bairros operários e pobres apresentavam aspectos semelhantes: "ruas inteiras de casas feitas em série, habitações pobres e coletivas, pequenas oficinas, pequenas ou grandes fabricas, pequenos comércios, sistema deficiente de água e esgoto, etc.". (DECCA, 1987, p. 87).

Não apenas no Brasil, o rádio fez parte do conjunto de elementos que simbolizavam progresso e modernidade. Nos Estados Unidos o presidente da “*National Broadcasting Company*” (NBC), ao comentar sobre o ritmo acelerado da vida norte-americana como consequência do crescimento industrial, observou:

Arranha-céus, túneis, pontes, estradas de ferro e gigantescos parques industriais são exemplos particulares do rápido crescimento industrial. Mas o melhor exemplo de nossa vida intensa e agitada pode ser encontrado no crescimento disso que se denomina rádio. Diferentemente dos outros exemplos mencionados, o rádio é ao mesmo tempo ciência, arte e indústria [...]. (CODEL, 1930, p.25 apud GURGUEIRA, p. 46).

O rádio contribuiu, e contribui até hoje, na formação de opiniões de seus ouvintes, levando-lhes todos os tipos de mensagens. Após a sua invenção, nunca um meio de comunicação esteve tão próximo do homem: desde o fácil transporte, graças ao aperfeiçoamento técnico que reduziu o tamanho e peso, até a dispensa de cultura específica para compreensão da mensagem.

#### **1.4 Roquette Pinto e a criação da “Rádio Sociedade”: o projeto de um rádio educativo**

Mesmo antes das primeiras demonstrações de radiotelefonia ocorridas durante a exposição comemorativa do Centenário da Independência em 1922, Roquette Pinto já vinha apresentando certo interesse por esse novo meio de comunicação, tendo inclusive realizado algumas experiências em laboratório. De acordo com Vera Regina R. Pinto (2002, 2003), Roquette Pinto entrou em contato pela primeira vez com o T.S.F ( telefone sem fio) – nome pelo qual era conhecido o rádio na época – em 1912, durante uma expedição ao Mato Grosso. Nessa viagem aprendeu os primeiros sinais do código “Morse” com um funcionário dos telégrafos que acompanhava o general Rondon, cujo objetivo era unir os pontos mais distantes do Brasil por esse meio de comunicação.

Assim como a Semana de Arte Moderna em São Paulo, a Exposição Universal no Rio de Janeiro fazia parte da agenda comemorativa do Centenário da Independência. O evento, que aconteceu de setembro de 1922 a março de 1923, foi

planejado para ser um amplo panorama do progresso material e cultural do país<sup>14</sup>. Em pavilhões construídos especialmente para a ocasião, vários Estados brasileiros, assim como diversos países, expuseram inúmeros produtos ligados à cultura e às mais recentes conquistas científicas e tecnológicas da época. Ao discursar para os embaixadores estrangeiros, o presidente Epitácio Pessoa destacou:

Os congressos científicos, históricos, artísticos e econômicos a que ides assistir, do mesmo modo a exposição, em que procuramos resumir alguns aspectos da nossa cultura e da produção das nossas terras e fábricas [...] estou certo, bastarão para convencer-vos de que alguma coisa temos feito e muito poderemos ainda realizar para o futuro, depois deste passo tão difícil do primeiro centenário de vida emancipada. (REVISTA DA SEMANA, 1922, p.24).

Entre as várias novidades tecnológicas apresentadas na Exposição estava o T.S.F. Duas companhias expositoras e representantes dos Estados Unidos obtiveram licença para fazer demonstrações de duas estações transmissoras de rádio. A estação “SPC”, com potência de 500 watts, foi instalada no morro do Corcovado pela empresa “*Westinghouse Eletric Co.*,” e a segunda estação foi montada pela “*Western Eletric Co.*,” na Praia Vermelha com o prefixo “SPE”. Com relação a essa informação, André Casquel Madrid assinala que:

[...] oitenta aparelhos receptores, especialmente importados dos Estados Unidos da América, foram distribuídos a altas personalidades e instalados nas principais ruas do Rio de Janeiro, São Paulo, Petrópolis e Niterói, bem como, no recinto da exposição. Discursos oficiais e óperas cantadas nos Teatros Municipal e Lírico da antiga capital federal, constaram do programa de inauguração do novo meio de comunicação social, ocorrido a 7 de setembro de 1922. (MADRID, 1972, p.28).

A transmissão do discurso de abertura do presidente Epitácio Pessoa em 7 de setembro de 1922, pela estação do “Corcovado”, é considerada por vários autores como sendo a primeira demonstração pública oficial de radiodifusão no Brasil, embora em caráter experimental.<sup>15</sup> Mesmo quando o rádio era apenas uma

---

<sup>14</sup> Organizadas como expressão do progresso supranacional, as Exposições estiveram conectadas com festas e calendários nacionais; programadas como o momento de reconciliação entre as nações, acabaram fornecendo material simbólico para o culto da nação e para a construção dos nacionalismos que cresceram após a Primeira Guerra Mundial.

<sup>15</sup> Entre esses autores estão, por exemplo, Lopes (1970, p.33- 45), Sampaio (2004, p. 104-105), Federico (1982 p. 99-102).

curiosidade exibida na Exposição Internacional, Roq

Outros autores que abordam esse tema como Lopes (1970) e Tinhorão (1981), também consideram a “Radio Sociedade do Rio de Janeiro”, como sendo a primeira emissora brasileira autorizada pelo governo a transmitir com regularidade, fato ocorrido em 21 de agosto de 1923. Entretanto, Tavares (1999, p. 52) explica que pertence ao “Radio Clube de Pernambuco” o registro jurídico de “radiotelegrafia” mais antigo do país, na condição de “Clube de Recepção de Radiotelegrafia”, transformado em “Radiofonia” em 17 de outubro de 1923, quando foi reorganizado para a radiodifusão com o prefixo “PRA-8”, “Radio Clube de Pernambuco”.

Com base em documentos do Arquivo Público do Estado de Pernambuco e depoimentos de profissionais e pessoas que viveram nessa época, o jornalista Alcides Jota (1997) procurou mostrar em seu trabalho que a “Rádio Clube de Pernambuco” teria sido a primeira rádio brasileira. Para ele, o que ocorreu em 17 de outubro de 1923 foi uma “reorganização institucional” que teve apenas caráter administrativo tendo em vista a consolidação do empreendimento.

Polêmica à parte, deve-se considerar que tanto a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, quanto a “Rádio Clube de Pernambuco” foram responsáveis pelas primeiras experiências com a radiodifusão e a implantação do rádio no Brasil, influenciando no formato e conteúdo de várias emissoras que seriam instaladas posteriormente. No entanto, Tavares (1999) advoga que se, por um lado, a “Rádio Sociedade” era voltada a uma programação educativa e cultural, à “Rádio Clube de Pernambuco” é atribuída a primazia na execução de ritmos populares brasileiros, prática que somente mais tarde seria incorporada pelas demais emissoras.

Um ano após as primeiras demonstrações de radiotelegrafia ocorridas durante a Exposição Internacional comemorativa do centenário da independência, Roquette Pinto propôs dar ao rádio uma orientação que o transformasse em instrumento de educação e de progresso. Para tanto, procurou na Academia Brasileira de Ciências, seu antigo professor Henrique Morize para que o auxiliasse na elaboração de um projeto de utilização desse novo meio de comunicação na área educativa.

Naquele momento, acreditava-se que o rádio seria um meio barato, rápido e eficaz de democratizar a informação e, por fim, educar toda a nação. “A radiotelegrafia será a maior escola do porvir”, profetizava Roquette Pinto no editorial inaugural da “Revista Rádio”: “[...] nós que possuímos a aurora da radiotelegrafia, temos a impressão o que deveriam sentir alguns dos que conseguiram possuir e ler os primeiros livros. Que abalo no mundo moral! Que meio para transformar um



homem em poucos minutos, se o empregarem com boa vontade, com alma e coração!” (REVISTA RÁDIO, 1923, p. 1). Assim, em 23 de abril de 1923, Roquette Pinto, Henrique Morize, Francisco Lafayette, Francisco Venâncio, Edgar Sussekind de Mendonça, entre outros, fundaram a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, sob o prefixo “PRA-2”<sup>16</sup>.

Depois de sua criação, a “Rádio Sociedade” esteve sediada em vários locais. Em princípio foi montada na sala de Física da Escola Politécnica da Academia Brasileira de Ciências e depois na Livraria Científica Brasileira. Em dezembro de 1923, o governo federal cedeu à Academia Brasileira de Ciências o Pavilhão Tchecoslovaco no centro da cidade, possibilitando que a emissora fosse instalada e permanecesse nessas dependências até 1929, quando a prefeitura requisitou o prédio.

Durante as fases de implantação e consolidação do rádio no conjunto da sociedade do Rio de Janeiro, assim como em outras localidades, os endereços ocupados pelas emissoras precursoras servem como elementos para rastrear a inserção do rádio no espaço urbano. Contribuem, ainda, para que se tenha uma noção mais aproximada dos ambientes - e seus diferentes grupos sociais - em meio aos quais se instalou, na época, esse novo veículo de comunicação.

Nesse período, tanto a “Rádio Sociedade” como as demais emissoras operavam através de Amplitude Modulada (AM), que se caracteriza pela transmissão de sinais, por meio da variação do comprimento ou amplitude das ondas, em frequências que variam entre 535 e 1605 KHZ. Sua transmissão e recepção acontecem por um só canal e está sujeita à interferência e ruídos naturais (trovão, raios) e artificiais (motores elétricos, transformadores, etc.). Prevalciam dois tipos de rádio receptores, o industrial, que integrava um móvel, geralmente colocado na sala de visitas, ao redor do qual a família se reunia, à noite, e o outro, o rádio “galena”, construído artesanalmente, utilizando-se o cristal de galena e um fone de ouvido.

Conforme a proposta dos fundadores da “Rádio Sociedade”, o novo veículo de comunicação deveria ser usado para a difusão de assuntos culturais e científicos. Segundo seus estatutos, a “Rádio Sociedade”, fundada com fins exclusivamente

---

<sup>16</sup> A identificação das emissoras, pelo “Ministério da Viação e Obras Públicas”, começou pelo prefixo “PRA-2”, atribuído à “Radio Sociedade do Rio de Janeiro”, neste caso a “Radio Club de Ribeirão Preto” que recebeu o prefixo PRA-7, destaca-se como a sexta do país na relação dos prefixos concedidos pelo governo federal, conforme publicação feita pela “Revista Carioca” em 19 de setembro de 1936. (RELAÇÃO..., 1936, p. 5).

científicos, técnicos, artísticos e de pura educação popular, não se envolveria jamais em nenhum assunto de natureza profissional, industrial, comercial ou política”. (SALGADO, 1946, p.28). Também era objetivo de seus criadores manter na sede, uma biblioteca, uma sala de cursos e de conferências e um laboratório de ensaios científicos para seus membros.

Gurgueira (1995) ressalta que entre as restrições impostas à “Rádio Sociedade” pelo seu estatuto, a proibição de envolvimento da emissora com assuntos de natureza comercial só era possível devido ao sistema de manutenção econômica da atividade de radiodifusão adotado nesses anos iniciais. Os recursos que garantiam o funcionamento das emissoras eram provenientes de contribuições dos ouvintes que, para ouvir as transmissões, deveriam se associar às estações de rádio, pagando, além das taxas oficiais para a instalação de aparelhos receptores, uma contribuição mensal que variava de acordo com cada emissora. Em princípio, isso possibilitaria que as emissoras de rádio se mantivessem longe dos apelos para transformar o rádio em veículo comercial.

É oportuno assinalar também que a implantação do rádio no Brasil não foi acompanhada pela criação de uma legislação que tratasse especificamente do veículo. O rádio, no que se refere aos aspectos legais, estava submetido às determinações que regulamentavam os serviços de telegrafia. De acordo com o decreto nº 3296, de 10 de julho de 1917, os serviços radiotelegráficos e radiotelefônicos eram de “exclusiva competência do governo federal” e somente as autoridades federais poderiam fazer experiências e estabelecer estações experimentais de radiotelegrafia, ficando proibida a sua utilização por particulares, exceto com a autorização do governo que permitiria com as restrições necessárias a fim de garantir os interesses do Estado. (BRASIL, 1918, p.126 apud GURGUEIRA, 1995, p. 67).

Desse modo, estando o rádio submetido a esse decreto, os projetos de utilização do veículo como instrumento educativo ou como veículo comercial, deveriam superar, além das dificuldades técnicas, os obstáculos impostos pela legislação que limitavam sua exploração por particulares. Tanto os setores intelectuais que defendiam o rádio como instrumento educativo, quanto os que estavam interessados em seu potencial comercial buscariam romper com as restrições legais referentes à exploração da atividade radiofônica.

Neste sentido, cumpre destacar o esforço empreendido por Roquette Pinto junto aos órgãos governamentais para que fosse revista a regulamentação da atividade de radiodifusão. Roquette Pinto, com a colaboração de Henrique Morize e outros membros da emissora, puseram-se a estudar diversos regulamentos estrangeiros para, finalmente, apresentar ao Ministro da Justiça e dos Negócios Interiores, uma justificativa para a regulamentação da lei que regia a transmissão e a recepção de radiocomunicações por particulares.

O estudo e as contramarchas entre o Ministério da Justiça, o Departamento dos Telégrafos e a “Radio Sociedade” se prolongaram, mas em 21 de agosto de 1923, a emissora recebeu a licença para irradiar e inscrever sócios e, em 7 de setembro do mesmo ano, a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” passou a fazer transmissões regulares, de algumas horas por dia, usando a antena do laboratório de Física da Escola Politécnica. A carta transcrita logo abaixo<sup>17</sup> representou uma importante contribuição para a legalização da atividade radiofônica no país:

A divulgação do T.S.F, no território nacional, permitindo que um grande número de brasileiros se possa preparar para servir à pátria no terreno científico, militar e industrial etc, é uma das mais urgentes necessidades do país. Causa verdadeira tristeza aos estudiosos verificar o grau de inconcebível atraso em que se encontra, no Brasil, a T.S.F como prática popular.

Em todos os países do mundo civilizado, até mesmo nas velhas nações conservadoras e tradicionalistas do Oriente, já o Poder Público compreendeu a vantagem de permitir amplamente a prática usual das radiocomunicações por amadores e estudiosos [...]. A proibição do T.S.F, é praticamente um absurdo e uma ingenuidade; se fosse possível torná-la realmente efetiva, seria, ainda assim, um grande mal para o progresso da nação.

A antena especialmente armada, único sinal visível capaz de permitir a descoberta de receptor clandestino, é hoje geralmente dispensada nas cidades substituídas por quadros, fios das canalizações de luz elétrica, clarabóia, etc. Aqui mesmo no Rio de Janeiro, pode-se documentalmente, afirmar que os postos amadores sem antena visível são a maioria. O restante de um posto simples nunca poderá ser descoberto e apreendido senão em condições muito especiais.

Por outro lado, não se pode compreender a vantagem da proibição, quando se sabe que qualquer navio estrangeiro, em pleno oceano, fora dos nossos limites territoriais, pode interceptar a vontade, com os atuais receptores amplificados e até grafar os despachos dos

---

<sup>17</sup> Esta correspondência foi enviada a Francisco de Sá, Ministro da Viação, em 11 de maio de 1923, em nome da Academia Brasileira de Ciências e assinada por Henrique Morize, Roquette Pinto, Domingos Costa e J. Del Vecchio.

nossos postos militares, mesmo quando transmitem com pequena potência.

A transmissão automática, a criptografia e principalmente o recente método da radiotelegrafia Dplex, que, aumentando o rendimento das estações de grande tráfego, transmite dois radiogramas ao mesmo tempo em ondas diversas, tornando a recepção impossível aos postos comuns, são meios eficazes suficientemente asseguradores do segredo das transmissões, se não fosse realmente inútil na maior parte das vezes a preocupação de tal sigilo.

Quanto à transmissão de mensagens radiotelefônicas e radiotelegráficas, é do maior interesse de todos que o governo limite as licenças de modo só permitir seu uso aos que estiverem em condições de não prejudicar os demais. Contudo, é preciso não esquecer que o desenvolvimento sonhado pelos cientistas pátrios, da T.S.F, no Brasil, depende da existência de numerosas fontes de ondas elétricas.

Por isso, acreditamos, Sr. Ministro, ser da maior conveniência a permissão para transmitir, aos amadores que oferecem garantias de sua idoneidade moral e científica. Tanto mais que, usando ondas limitadas e potência limitada, os postos particulares poderão, mutuamente, se prejudicar, mas nunca perturbar o serviço oficial [...]. Pela T.S.F, o interior do Brasil poderá, em pouco tempo, transformar-se, graças a nova mentalidade que ela fará surgir em cada povoado aonde chegarem suas ondas progressivistas.

À vista das considerações acima, a Academia Brasileira de Ciências julga cumprir o seu programa e trabalhar pelo comum, fazendo um ardoroso apelo a V. EX. para que torne realidade tão importante medidas rigorosamente compreendidas no espírito e na letra da lei de 10 de julho de 1917 (art. 12), que facilita ao Ministério da Viação conceder licença para o estabelecimento de estações experimentais [...]. (REVISTA RADIO, 1923, p. 39-40).

Como resultado positivo da campanha empreendida pelos membros da Academia Brasileira de Ciências e, principalmente por Roquette Pinto, a radiodifusão recebeu uma definição mais específica e que abordava de forma mais clara sua exploração por particulares. Em 1924, o decreto n° 16.657 de 5 de novembro, ao aprovar o regulamento dos serviços civis de radiotelegrafia e radiotelefonía, estabelecia em seu artigo 13° a categoria de estações experimentais destinadas à radiodifusão propriamente dita; e, em seu artigo 14° definia os objetivos dessas estações: “[...] installadas para fins científicos, para ensaios de novos tipos de construção, para fins recreativos e para radio-difusão (broadcasting)”. Havia ainda uma determinação proibitiva com relação aos assuntos envolvendo política: “[...] sem permissão do governo, de notícias internas de caráter político”. (BRASIL, 1925, p. 359).

No entanto, apesar de o decreto definir, em termos legais, a utilização do rádio para fins específicos de radiodifusão e determinar que seu uso fosse franqueado a particulares, o veículo continuava atrelado às determinações que regulamentavam os serviços de radiotelegrafia e radiotelefonia, que mantinham o controle e a fiscalização da atividade, assim como o sistema de concessão nas mãos do governo federal: “A direção do serviço radiotelegráfico e radiotelephonico, quando oficial e a concessão e fiscalização, quando particular, dentro do território nacional e nas águas territoriais brasileiras, são de exclusiva competência do governo federal”. (BRASIL, 1925, p. 357).

No que se refere à concessão para exploração do rádio por particulares, o decreto determinava também que a radiodifusão só poderia ser realizada por “empresas brasileiras que se propusessem utilizar o rádio com fins educativos, científicos, artísticos e de benefício público, e que por essa razão ficariam isentas do pagamento de qualquer espécie de taxa”. (BRASIL, 1925, p. 366).

Averiguando alguns aspectos do referido decreto foi possível constatar uma censura explícita às possibilidades de politização do veículo e que talvez tenha servido de base determinante para sua evolução futura: músicas e entretenimento. O rádio iniciava suas atividades já controlado pelo Estado que fechava para si mesmo, num futuro que estava próximo, a chance de utilização das rádios como instrumento de propaganda política.

A situação oposta a politização das programações das rádios encontrava-se no alcance geopolítico de suas emissões. O rádio, desde sua implantação, foi visto como um importante meio integrador da nacionalidade. Veículo moderno integrava-se ao ideário nacionalista / modernista dos anos de 1920. Ao contrário da realidade regional ou local da maioria das emissoras, a legislação previa que as potências de antena das rádios alcançassem a média de 10 kw (10 mil watts), um número fantástico perto das estações de 500 watts que tinham sido trazidas dois anos antes ao Brasil durante a Comemoração do Centenário da Independência.

Outro ponto importante a ser considerado é que embora assinalasse, entre outras finalidades do rádio, a função educativa, o decreto de 1924, não restringia totalmente a utilização comercial do veículo ao considerar legítima sua exploração para fins artísticos, que nesse caso, essa finalidade poderia ser interpretada de várias maneiras.

Quanto à propaganda comercial o decreto determinava que “[...] o governo reserva para si o direito de permitir a difusão radio-telephonia (broad casting) de annuncios e reclames comerciais”. (BRASIL, 1925, p. 366). De certa forma, esse artigo representava uma outra restrição para o uso comercial do rádio visto que, centralizado nas mãos do Estado, o direito de veicular mensagens publicitárias poderia funcionar como uma espécie de censura prévia do que poderia ser transmitido pelo rádio. Entretanto, mesmo assim, nota-se novamente a existência de uma abertura na legislação que possibilitaria num primeiro momento - mediante permissão oficial - a inserção de mensagens publicitárias na programação radiofônica.

Além disso, havia a existência de outros interesses que certamente influenciariam na adoção do sistema comercial da radiodifusão. Ao analisar o projeto de rádio educativo com o desenvolvimento comercial do veículo promovido por interesses capitalistas, André Casquel Madrid tem o seguinte posicionamento:

Outras forças de diferentes interesses, entretanto, iriam conformar o rádio a objetivos situados no campo das atividades econômicas do país. O processo de industrialização e comercialização, necessitando de novos estímulos ao consumo, pressionaria a radiodifusão, a fim de integrá-la na dinâmica da competição interna através da propaganda. (MADRID, 1972, p. 38).

O destino do rádio no Brasil seria modificado diretamente em função dos interesses econômicos, fazendo com que a proibição da introdução de anúncios comerciais no rádio não fosse suficiente para deter, por exemplo, o avanço dos chamados “corretores”, pessoas que percorriam o comércio e as indústrias prospectando “patrocinadores” para os programas. A marca e característica do produto eram citadas na abertura e no decorrer dos programas ao vivo. No final da década de 1920, algumas emissoras já comercializavam normalmente seus espaços, preenchendo a programação com os “reclames”. Maria E. Federico (1982, p. 53), cita como exemplo, a “Rádio Record de São Paulo” que, no início de 1931, colocou levou ao ar o seu primeiro anunciante, a “Casa Rádio Vox”.

No final da década de 1920, a pressão exercida pelos grupos sociais interessados no potencial comercial do rádio procurou por um lado, romper com as restrições legais referentes à exploração comercial da atividade radiofônica e, por outro, influir na definição do modelo radiofônico que prevaleceria no país.

Neste sentido, a possibilidade de exploração do rádio por particulares, embora tenha sido movida pelo interesse dos membros da “Rádio Sociedade”, especialmente Roquette Pinto, em utilizar o rádio como um instrumento educativo, representou, de certa forma, uma abertura para que o veículo, ao se desenvolver, fosse, progressivamente, sendo modificado em função de interesses comerciais do sistema capitalista.

### **1.5 A dinâmica radiofônica da “Rádio Sociedade”**

Acreditando na missão educativa do rádio que desde o início foi concebida como uma extensão natural da relação entre tecnologia e progresso, Roquette Pinto, durante o período em que esteve na direção da Rádio Sociedade, manteve seus propósitos. Sem visar fins lucrativos, a “Rádio Sociedade” desenvolveu programas voltados à educação e à cultura. Para isso, contava com a colaboração voluntária de professores, educadores e cientistas que se revezavam ao microfone da rádio.

Os programas difundidos pela “Rádio Sociedade” incluíam, além de música clássica e erudita, informativos, aulas de Inglês, Francês, História do Brasil, Literatura Portuguesa, Literatura Francesa, radiotelefonia e telegrafia, etc. Entre os cursos e palestras<sup>18</sup> transmitidos destacam-se, por exemplo, a “Mina de Ouro” (F.Labouriau), “Higiene” (Sebastião Barroso), “Estados Físicos da Matéria”, “Como nascem os Rios” (Othon Leonardos), “Marés” (Maurício Joppert), “Química” (Mário Saraiva), “Física” (Francisco Venâncio) Filho e “Fisiologia do Sono” (Roquette Pinto), acrescentando ainda, as conferências de “Madame Curie” em sua visita ao Brasil e as palestras de Literatura ministradas por Catulo da Paixão Cearense.

As entrevistas realizadas pela emissora com intelectuais estrangeiros também são exemplos do direcionamento educativo e cultural da “Rádio Sociedade”. Em março de 1925, o físico alemão Albert Einstein, ao visitar o Brasil, esteve na emissora e transmitiu publicamente suas impressões, que logo em seguida foram traduzidas pelo Químico Mário Saraiva:

Após minha visita a esta ‘Radio Sociedade’, não posso deixar de mais uma vez admirar esplêndidos resultados a que chegou a ciência aliada a técnica, permitindo aos que vivem isolados os melhores frutos da civilização. É verdade que o livro também poderia fazer e o tem feito, mas não com a simplicidade e segurança de uma exposição cuidada e ouvida de viva voz. O livro tem que ser escolhido pelo leitor, o que por vezes traz dificuldades. Na cultura levada pela radiotelefonía, desde que sejam pessoas autorizadas as que se encarreguem das divulgações, quem ouve recebe além de uma escolha judiciousa, opiniões pessoais e comentários que aplainam os caminhos e facilitam a compreensão: esta é a grande obra da Rádio Sociedade. (REVISTA ELECTRON, 1926, p. 3).

Dentro do projeto de desenvolver programas que evidenciassem a função social do veículo como instrumento de educação e cultura, Roquette Pinto passou a transmitir diariamente um radiojornal, o “Jornal da Manhã”, no qual eram lidas e comentadas as principais notícias publicadas nos jornais no país.

Na comemoração de seu terceiro aniversário, o arquivo da “Rádio Sociedade” estava inteiramente organizado e continha cerca de dez mil documentos. A biblioteca possuía aproximadamente 800 volumes e a sala de leitura dispunha de publicações periódicas de T.S.F., e de ciência em geral. (REVISTA ELECTRON, 1926, p. 4). Roquette Pinto mantinha suas crenças de que: “[...] o rádio é o jornal de quem não sabe ler, é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador dos enfermos; o guia dos sãos, desde que realizado com espírito altruísta e elevado. Viver no sertão não é mais morrer em vida...” (REVISTA ELECTRON, 1926, p.1).

Em vários artigos escritos por Roquette Pinto é possível notar a defesa veemente do uso do rádio para fins educativos. O antropólogo afirmava que o veículo “permitia educar e instruir os indivíduos, mesmo aqueles que não sabiam ler” e por essa razão, o próprio governo deveria dar incentivos para essa atividade:

No Brasil, o governo facilita a aquisição de instrumentos de primeira necessidade para os agricultores. Porque motivo não facilita a



aquisição de receptores radiotelefônicos? Não são gêneros de primeira necessidade? Há por aí pelas fazendas e matas apetrechos agrícolas, sementes, que foram distribuídos gratuitamente e lá estão enferrujados ou apodrecendo... Porque o agricultor não tem ainda uma instrução sobre o emprego daquilo. A radiotelefonía, bem empregada, virá transformar essa tristeza. O rádio fará o Brasil produzir melhor. (REVISTA ELECTRON, 1926, p.1)

Em texto escrito no ano de 1927, Roquette Pinto avalia que havia cerca de 150 mil ouvintes dos programas difundidos pela “Rádio Sociedade”, embora ainda não se tenha meios de se precisar o real impacto que tais informações tiveram nos ouvintes:

Há mais de três anos começamos a praticar aqui a telefonia educativa. Mau grado todas as dificuldades esperadas e encontradas, já agora temos em mãos documentos que provam a perfeita possibilidade de executar, no Brasil, um grande plano de educação e de instrução pública mediante o telefônico sem fios. Creio que o Brasil tem hoje cerca de 30 mil lares. Cada receptor serve em média, a meia dúzia de pessoas. Porque, no interior, pelas provas que possuo, cada alto falante é rodeado pela população da vila ou da fazenda. Há, portanto, umas 150 mil pessoas que ouvem diariamente as nossas lições, conferências, músicas, a História do Brasil, Higiene, conselhos úteis à agricultura, notícias cambiais e comerciais, notas de ciências, etc. Se muitos dos ouvintes são pessoas cultas para as quais aquilo é passatempo, alguns milhares são homens e mulheres do povo que, sem saber ler, vão aprendendo um pouco. Temos tudo feito! Que esperança! Estamos apenas no início do começo. (ROQUETTE-PINTO, 1927, p. 236). (grifo do autor).

Com relação ao número de pessoas alcançadas pelos programas da “Rádio Sociedade” é importante observar que a avaliação do antropólogo é bem otimista, considerando que, devido ao preço dos aparelhos receptores, poucos tinham realmente acesso ao veículo. Além disso, a estimativa apresentada pelo antropólogo pode ser interpretada como argumento no sentido de obter apoio governamental ao seu projeto de dar ao rádio uma orientação que o transformasse em instrumento educativo no processo de elevação do nível material e moral do povo brasileiro.

No que intitulou “Plano para transformar a mentalidade brasileira”, Roquette Pinto mapeou como a radiodifusão deveria ser implantada. Segundo ele, na capital de cada Estado, deveria ser fundada uma grande “Rádio-escola”. O governo federal patrocinaria a aquisição das 20 estações necessárias, cuja função seria puramente

diretora. Os Estados escolheriam os municípios para a instalação das “Rádios Escolas Municipais”.

[...] cada brasileiro que carece de cultura, deve encontrar no município, meios de possuir seu par de fones e o seu cristal: os municípios conseguirão facilmente - desde que não se entreguem aos exploradores e aos malvados – um tipo de receptor local popular que poderá custar à terça parte de uma sanfona. O Estado dará pelo preço de custo, a cada brasileiro, o seu modesto rádio em que ele descalço até mesmo roto, esfarrapado, amarelo, mole de doença e de ignorância, aprenderá, antes de saber ler, que a preguiça é quase sempre doença [...]; que os povos fortes são hoje em dia os povos que sabem aplicar a ciência e a arte em melhorar a vida. (ROQUETTE-PINTO, 1927, p. 238).

Nas palavras de Roquette Pinto é nítida a crença de que o rádio poderia civilizar e integrar a nação através da educação. Esse meio de comunicação acabaria com a ignorância da população das mais distantes regiões e promoveria um salto qualitativo do país em direção ao progresso material.

Ao analisar a estrutura radiofônica da “Rádio Sociedade”, observa-se que a emissora desenvolveu um modelo radiofônico conforme o projeto idealizado por seus fundadores, especialmente Roquette Pinto. Todavia, é relevante mencionar que a produção dos programas era realizada de forma ainda precária, além disso, apesar dos programas serem direcionados a todas as camadas sociais, inclusive analfabetas, em sua maioria tratavam de assuntos relativos ao universo sócio-cultural de pessoas ilustradas e bem situadas socialmente. Apesar da boa intenção, é provável que o êxito de alguns cursos radiofônicos como os de Física e Química tenha sido bastante limitado.

Nos primeiros dez anos de radiodifusão no Brasil, o caráter de rádio educativo e cultural serviu de modelo para outras emissoras, como foi o caso, por exemplo, da segunda emissora a ser instalada, a “Sociedade Rádio Educadora” – sob o prefixo (“SQ1G”, “PRA-6”). Fundada na capital paulista, em 30 de novembro de 1923, por um grupo de engenheiros, a emissora tinha por objetivo “dotar o Estado de uma emissora com fins culturais e educativos” (SAMPAIO, 2004, p. 97).

Seguida da “PRA-5”, “Rádio São Paulo”, instalada em julho de 1924, a “Radio Club de Ribeirão Preto” (“PRA-7”), terceira emissora a ser instalada no Estado em dezembro de 1924, também se definiu pelo modelo de rádio educativo e cultural. A emissora tinha por finalidade atuar “exclusivamente para fins educacionais, científicos, técnicos e artísticos, com completa abstenção de assuntos políticos,

industriais e comerciais, portanto, sem visar lucro de nenhuma espécie”. (ESTATUTOS, 1925, Art. III, 01 jan.). Ao longo da década de 1920, essas emissoras mantiveram, de certa forma, o caráter educativo e cultural do veículo. Porém, os conteúdos dos programas baseavam-se na transmissão de concertos de música erudita, óperas, notícias e informes econômicos, concebidos como educativos e culturais.

Tal fato evidencia as contradições existentes entre a proposta de utilização do rádio como instrumento de educação do povo e a própria dinâmica da programação radiofônica que acabava atendendo aos interesses de um público restrito, ou seja, os tipos de programas e os conteúdos predominantes estavam ligados aos valores culturais e educacionais do universo social e simbólico das elites intelectuais e econômicas da época.

Com relação a esse aspecto, percebe-se, por exemplo, que o “Rádio Club de Ribeirão Preto” não apresentava em sua programação o mesmo conteúdo educativo – aulas didáticas, cursos e palestras de cunho educativo – presente na programação radiofônica da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”. Conforme depoimentos de radialistas da época,<sup>19</sup> nos dez primeiros anos de existência da emissora, a programação incluía ritmos musicais clássicos, óperas e notícias. Em ocasiões especiais eram irradiados discursos e apresentações de grupos musicais da cidade.

Desse modo, apesar de compartilhar dos ideais educacionais<sup>20</sup>, a programação da emissora apresentava um conteúdo basicamente erudito e voltado a um público restrito. A programação tendia, naturalmente, para o estilo e músicas apreciadas pelas camadas privilegiadas da sociedade que tinham acesso ao rádio. Era sintomática, a inclusão dos clássicos da música, interpretados ao piano por damas da sociedade ribeirão-pretana, com apresentação dentro de um estilo destinado a pessoas que freqüentavam o Teatro Municipal, demonstrando que o rádio era um instrumento que expressava o padrão cultural dos grupos sociais dominantes.

Maria Elvira B. Federico (1982) assinala que dentre os vários fatores que contribuíram para a elitização do veículo estavam, entre outros: a escassez de aparelhos receptores e o seu alto custo, os problemas técnicos de instalação e da

---

<sup>19</sup> Informação fornecida por Jacintho Rodrigues Silva, operador técnico do Rádio Club, ao Projeto Memória Oral do Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto no ano de 1996. (SILVA, 1996).

<sup>20</sup> Para a elite intelectual da época as músicas clássicas, óperas, recitais de poesias e palestras eram vistos como conteúdos educativos.

recepção das transmissões, o pagamento de taxas às emissoras e ao governo para a obtenção da licença de instalação do aparelho receptor, a irregularidade das transmissões, devido aos problemas técnicos das emissoras e, por fim, o caráter erudito da programação.

Com relação ao o caráter elitista do rádio brasileiro, em sua fase inicial, deve-se considerar que este veículo surgiu em meio ao universo social das elites dominantes, fazendo com que sua programação apresentasse e reproduzisse elementos - valores artísticos, idéias e símbolos - ligados ao meio social dessas elites. Elites que, muitas vezes, buscavam expressar o que ainda não haviam atingido plenamente. Já as potencialidades do rádio, enquanto meio de comunicação, se tornaram atrativas para setores intelectuais ligados a educação que procuraram transformá-lo em um instrumento educativo, visando à concretização de projetos de inserção do Brasil na modernidade.

Os setores intelectuais buscavam conscientizar as elites dirigentes para a questão educacional e seu papel como condutores na formação de um povo ordeiro e trabalhador. Na visão desses intelectuais, seriam as “classes cultas” que deveriam selecionar as informações e o conhecimento a serem transmitidos. Tal fato contribuía para que o rádio apresentasse características elitistas, tanto no que se refere à prática radiofônica, quanto em relação à função social que deveria desempenhar.

Progressivamente, o rádio adquiriu importância pelo seu poder de alcance. Era significativa sua expansão: de 1923 a 1926 o número de aparelhos receptores subiu de 536 para 30 mil unidades. Contudo, o aparecimento de novas emissoras nos dois anos seguintes a 1929 foi pequeno e, em 1932, praticamente nulo. (SOUZA, 1990). Apesar desse parco desenvolvimento, havia os que apostavam em um rádio cada vez mais dinâmico e comercial.

Ao comentar sobre o assunto, o radialista César Ladeira declarou que nas emissoras existentes não havia “[...] nada de novo, a não ser algum ou outro samba, editado há oito meses atrás, e interpretado conscientemente mal pela senhorita Dolores de Souza, que tomava parte gentilmente no programa”. (LADEIRA, 1933, p. 25).

Os defensores do progresso e da modernização já estavam considerando aquele modelo de rádio pioneira, a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, um anacronismo. Em um depoimento como rádio-ouvinte, Carlos Lacerda observou:

Roquette Pinto fazia um jornal-falado que começava com a compra dos diários do dia; depois, ele abria os jornais folha por folha, pigarreava para limpar a garganta e dizia com sua voz bem nítida: 'Aqui o Correio da Manhã comenta hoje'... À medida que ia lendo fazia um resumo para a gente o ouvir. Ouvia-se o ruído das páginas do jornal que ele folheava familiarmente junto ao microfone, no embalo da rede – a única rede então existente no rádio brasileiro. (LACERDA, 1977, p. 69).

Essa transmissão vista como prosaica, improvisada, começava a fazer parte do passado. Em 1927 a “Rádio Educadora de São Paulo” já apresentava um programa musical patrocinado por uma empresa vendedora de aparelhos receptores, mas sem anúncios no ar. (TOTA, 1990). No ano de 1931, um pequeno quadro humorístico de cinco minutos patrocinado por um creme dental fazia a sua estréia em uma emissora do Rio de Janeiro; a “Rádio Record de São Paulo”, no mesmo ano, tinha anunciantes do porte da “Firestone” e dos “Irmãos Lever” para um

dinheiro em caixa, seu pai repudiava a idéia de fazer dinheiro por meio de um instrumento de educação popular: “Os anúncios que contrariassem o objetivo único e exclusivo da rádio, eram sistematicamente recusados pela ‘PRA-2’”. (BARBOSA, 1957, p. 11).

A possibilidade de exploração comercial das emissoras, prevista no Decreto de 1924, havia atribuído ao poder executivo o direito de decidir quando isso seria feito. No entanto, no início da década de 1930, tal fato colocava um dilema para o governo provisório: a radiodifusão deveria ser estatal e educativa ou comercial e privada? Essa questão foi tema de um editorial publicado pelo jornal “Diário de São Paulo”:

[...] as nossas estações mal conseguem vencer os encargos normais das irradiações diárias. Nenhuma delas terá recursos para fazer um fundo de reserva para a reforma do seu aparelhamento e muito menos pensarão em montar nova estação, mais moderna e de potência maior, de acordo com a cultura e as necessidades de um meio como o Brasil. (ESTAÇÕES RADIODIFUSORAS, 1931, p. 6).

Ao longo do texto, o jornal faz uma comparação entre a radiodifusão inglesa, oficial e educativa e o modelo argentino, privada e comercial, observando que somente a escolha por uma dessas duas vias permitiria o “largo desenvolvimento não conseguido pelas sociedades radiofônicas” até aquele momento.

Para o periódico, aquele estado intermediário das emissoras paulistas que nem bem atendiam aos propósitos educativos, transigindo com anúncios comerciais para sua sobrevivência, precisava acabar. Neste sentido, observa-se a clara defesa ao modelo inglês, no qual a principal função do rádio deveria ser a educação. Para o jornal a solução para a sustentação econômica das emissoras viria de um imposto sobre os aparelhos receptores. Entretanto, o governo brasileiro optou pela forma mista, combinando a iniciativa privada com uma programação que atendia, minimamente, aos propósitos educativos.

Como foi apresentado, a nova legislação acabou por inviabilizar a “Rádio Sociedade”, visto que para cumprir todas as determinações somente as sociedades organizadas em bases comerciais teriam condições de arcar com as despesas. Além disso, conforme os Estatutos da emissora e a própria proposta de seus fundadores, a finalidade da associação não era de atuar como uma empresa comercial e sim pela educação e cultura.

Após um acordo com o então Ministro da Educação e Saúde, Gustavo Capanema, Roquette Pinto doou todo o acervo da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ao governo de Getúlio Vargas que, diante de tal doação, ainda tentou colocar a emissora a serviço do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, criado em 1934. No entanto, Roquette Pinto insistiu para que a emissora fosse entregue ao Ministério da Educação e Saúde, que deveria manter os princípios que nortearam sua criação.

As condições exigidas por Roquette Pinto foram aceitas e, em 7 de setembro de 1936, o Ministério da Educação e Saúde recebia o transmissor, todo o equipamento e bens da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” para, com eles, criar o “Serviço de Radiodifusão Educativa”, tendo como diretor o próprio Roquette Pinto que ocupou o cargo até 1943. Na última ata de reunião da Rádio Sociedade, em 3 de setembro de 1936, está registrada a decisão do encerramento das atividades da emissora:

A ‘Radio Sociedade’ não poderá continuar os seus serviços de radiodifusão senão sofrendo uma profunda remodelação de sua própria organização, deixando de ser instituição puramente educativa, como tem sido, para adquirir caráter comercial, à vista das exigências da atual legislação em vigor [...] Não dispondo de capital para aumentar a potência de sua estação - conforme exige o governo - a Radio Sociedade resolve encerrar suas atividades. (SALGADO, 1946, p. 37-39).

A impressão inicial do rádio como uma panacéia educativa logo começou a se desfazer quando as dificuldades e os limites do processo de difusão e absorção dos conteúdos veiculados começaram a ficar mais claros. Os novos interesses econômicos envolvidos com a radiodifusão, a transformação gradual das sociedades e clubes de rádio em empresas de caráter comercial, o desenvolvimento tecnológico, tanto das emissoras de rádio, quanto dos aparelhos receptores, permitindo o acesso de um número maior de pessoas ao veículo, modificariam sua organização interna e incorporariam novos elementos culturais, fazendo com que o rádio se distanciasse das intenções iniciais – de dar ao veículo uma utilização educativa – assim como de suas características elitistas e caminhasse em direção a sua popularização como veículo das massas e ligado a interesses comerciais.

Num momento em que o país inseria-se em uma nova conjuntura política e um processo de industrialização, urbanização e ampliação do consumo, as

demandas econômicas, culturais e políticas da sociedade brasileira, assim como a própria dinâmica radiofônica acabaram revelando tanto os limites do próprio meio, enquanto instrumento de educação, quanto os vários interesses que permearam e influenciaram no desenvolvimento do rádio no Brasil.



## **CAPÍTULO 2 O IMPULSO MODERNIZADOR EM RIBEIRÃO PRETO E O INÍCIO DA RADIODIFUSÃO**

### **2.1 Uma cidade em transformação**

Já em fins do século XIX estabeleceram-se as condições primordiais para que, no início do século XX, o município de Ribeirão Preto viesse a se destacar como um dos principais pólos econômicos paulistas, posição alcançada graças ao bom desenvolvimento de sua cafeicultura, responsável pelo seu expressivo crescimento e pelo título de “Capital do Café”. (CIONE, 1993).

Segundo Sérgio Millet (1938, p. 18-22), o cultivo do café do tipo Bourbon, introduzido inicialmente por Luiz Pereira Barreto fez com que o município de Ribeirão Preto se tornasse o maior produtor de cafés finos do país. O mesmo autor ainda observa que entre 1886 e 1920, o avanço da cafeicultura na região Mogiana coincidiu com um “aumento populacional de 247%, sendo que em 1920, momento em que a expansão cafeeira estava consolidada nesta região e decadente no Vale do Paraíba, a população representava 22,2% e a do Vale apenas 3,5% dos habitantes do estado de São Paulo”.

No final da década de 1880, o município começou a receber várias famílias de imigrantes<sup>21</sup> para trabalhar nas primeiras fazendas de café, que foram surgindo pela presença de solos favoráveis ao cultivo do produto. Alguns anos depois, já existiam inúmeras famílias produtoras de café como as de Henrique Dumont, João Francisco de Moraes Octávio, Junqueira, Prado e Francisco Schimdt, além de

---

<sup>21</sup> Muitos desses imigrantes tornaram-se, com o tempo, proprietários de terras como foi o caso de Francisco Schimdt, ex-colono alemão que em 1890 se associou a seu amigo e conterrâneo Arthur Aguiar Diederichsen (importante político e empresário de São Paulo e Ribeirão Preto) para adquirir a fazenda Monte Alegre de João de Moraes Octávio, criando em 1918 a “Cia. Agrícola Francisco Schimdt” que viria a ser a principal produtora de café do país. Conforme assinala Godoy (2000, p.41-45), em 1920 a Companhia produzia 1,7% de todo o café do Estado de São Paulo e 14,3% de Ribeirão Preto, sendo constituída por mais de sessenta fazendas em diversos municípios das zonas Central e Alta Mogiana. No mesmo ano a Cia. Agrícola Francisco Schimdt empregava cerca de, nada menos, que 14 mil colonos. Devido ao caráter dos investimentos de Schimdt, bem como o enorme número de colonos empregados em suas terras, o fazendeiro instituiu seu próprio sistema monetário, uma espécie de moeda-vale, como era chamado, com a inscrição da Cia. Agrícola Francisco Schimdt, válido não apenas dentro dos limites de suas propriedades mas também nas cidades vizinhas. O autor também, afirma que o modelo de colonato instituído por Schimdt recompôs, embora com modificações, o antigo sistema de armazém, utilizado nos primeiros anos de imigração. Desde 1910 foi instituída a cardeneta, onde eram registrados os salários e as dívidas dos colonos com o fazendeiro. Como os trabalhadores não eram pagos em dinheiro nacional, mas em moedas Schimdt, o fazendeiro podia flexibilizar a imobilidade de capital, podendo especular com o mercado futuro, ou seja, o sistema montado servia como uma verdadeira casa de crédito, um banco que ao centralizar depósitos tinha liberdade de “jogar” com o dinheiro que não lhe pertencia, aplicando-o no mercado especulativo na expectativa de lucros futuros oriundos dos juros decorrentes destes “empréstimos/depósitos” ou dos lucros da ampliação da produção de café.

outras não citadas, mas que fazem parte da história do município, como as famílias de Pereira Barreto, do Val, Lunardelli e Diederichsen.

A rápida inserção do café nos mercados mundiais acelerou a formação de elites dominantes sustentadas pelo capital agro-exportador, porém bastante sintonizadas com as novas perspectivas provenientes dos importantes centros urbanos da Europa. Nesse contexto, as lideranças municipais – geralmente membros ligados ou pertencentes à elite cafeeira – de Ribeirão Preto passaram a importar-se com a imagem da cidade frente às demais e vislumbrar a possibilidade de executar uma série de intervenções para transformar Ribeirão Preto em um centro urbano civilizado e exemplar.

Fruto de um projeto “civilizador” construído ainda no Império, mas consolidado na Primeira República, o ideal de modernizar as cidades e, por conseguinte seus próprios habitantes, inculcando-lhes novas sociabilidades e novos hábitos, correspondiam às intenções e desejos das elites brasileiras em verem o país de vocação agrícola e rural, em sintonia com as metrópoles européias.

e 1890<sup>22</sup>, um período em que o centro da cidade ainda era desprovido de calçamentos, habitações apropriadas e espaços de lazer e comércio, sintetizando apenas um pequeno grupo de casas comerciais e residenciais. Com relação ao calçamento das vias públicas Ruben Cione faz a seguinte observação:

Até 1901, além de ainda não beneficiada com o calçamento de qualquer espécie [...] nos dias de chuva a cidade se transformava em um imenso lamaçal, obrigando os transientes ao uso de botas de cano alto. Nos dias de sol, a terra nas ruas tornava-se poeira finíssima, em camadas formidáveis, e ao menor pé-de-vento ou à passagem de pesados carros-de-boi ou simples carros-de-praça levantava-se em nuvens, pavorosamente vermelhas. (CIONE, 1993, p. 125).

As despesas mais significativas com calçamentos e obras públicas só foram iniciadas após 1904. (BALANÇO, 1904). Neste período, as ruas centrais foram calçadas com um material denominado macadame. Isto porque, além das carroças, de troles, de ciclistas, a presença de automóveis a circular pelas vias públicas começava a alterar sensivelmente os sentidos do olhar e das experiências cotidianas dos habitantes que, em poucos anos, viram-se familiarizados com o novo meio de transporte. (PAZIANI, 2004). Porém, na primeira década do século XX, Ribeirão Preto registrava uma ausência quase completa dessa melhoria, situação que prejudicava o trânsito, principalmente nos dias de chuva.

Apesar das ruas mal calçadas e das constantes nuvens de poeira levantadas pelo vento ou por algum veículo que trafegava no centro, as elites ribeirão-pretanas esforçavam-se por demonstrar o progresso material da cidade. Foi assim que a Câmara Municipal decidiu, em novembro de 1895, dar início às obras de construção do “Teatro Municipal Carlos Gomes”. Empreendimento proveniente de um consórcio privado que envolveu alguns dos mais importantes fazendeiros do município e articulado por Schmidt – à época, vereador da Câmara – o terreno foi concedido para que o edifício público fosse construído. (VALADÃO, 1997).

Inaugurado em 15 de novembro de 1897, com a ópera “O Guarani”, o Carlos Gomes antecipava-se em doze anos a inauguração do “Teatro Municipal do Rio de Janeiro” (1909) e em quatorze anos do “Teatro Municipal de São Paulo” (1911). Sua

---

<sup>22</sup> Em 1888, a construção da Câmara de Ribeirão Preto havia definido os traçados da área central de Ribeirão Preto e deu os primeiros passos para o impulso comercial e imobiliário daquela área. (CAMARGO, 1974).

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

Produto direto da atividade cafeeira, formada por uma rede de sociabilidades e interesses capitalistas, o Teatro Carlos Gomes foi construído com modernos materiais para a época: “escadarias de mármore de carrara, candelabros de bronze alemão, madeiras de lei e pinho de riga, portas lavradas e material de proscênio e de ribalta importados da Europa, vitrais italianos, telhas francesas, sistemas de calhas, condutores de água e rufos em bronze alemão, cadeiras no estilo Luís XV”. (VALADÃO, 1997, p. 90).

Não apenas o espaço urbano foi cenário das intervenções modernas. Nas fazendas de café, os casarões e mansões de fazendeiros como Francisco Schimidt e Quinzinho Junqueira, possuíam além de modernas máquinas de beneficiamento e ensacamento de café, redes de água, luz, esgoto e telefone, sem deixar de mencionar ainda os “cinematógrafos para o entretenimento das boas famílias” (CINEMATÓGRAFO, 1918, p. 4).

As iniciativas do poder público em iluminar a cidade concretizaram-se em 1899 com a formação da “Empresa de Força e Luz de Ribeirão Preto” – de propriedade da família Silva Prado – que passou a fornecer energia elétrica aos habitantes do centro, estabelecimentos comerciais e algumas indústrias. (SAES, 1986, p. 144-145). Já a modernização dos sistemas de abastecimento de água e da coleta dos esgotos ocorreu na passagem do século XIX para o XX. Em 1898, foi instalada a primeira rede de água na cidade. Dois anos depois, em 1900, a rede de esgotos completaria o conjunto de melhorias. (ATA DA CÂMARA, 1902).

Ambas as obras ficaram, a partir de 1903, sobre o controle da “Empresa de Água e Esgotos de Ribeirão Preto”, também do grupo Silva Prado, fazendeiros de café com interesses no mercado de serviços urbanos. Conforme Saes (1986 p. 145), “no interior de São Paulo formaram-se pequenos grupos de empresários locais / nacionais que monopolizaram os diversos serviços urbanos”.

As atividades em torno da cafeicultura promoveram uma maior diversificação da economia do município criando condições para o desenvolvimento do comércio e da indústria. No início do século XX, tanto o comércio como a indústria de Ribeirão Preto, já apresentavam seus primeiros contornos. “Em 1904, existiam 320 estabelecimentos comerciais e 174 fábricas em 1902”. (PINTO, L. S. G., 2000, p.189). As lojas de secos e molhados apresentavam-se como os principais

estabelecimentos comerciais com uma participação total de 39% do total. Essas lojas vendiam de tudo um pouco, alimentos, bebidas e miudezas em geral. A presença desse tipo de estabelecimento demonstra a importância que o centro urbano adquiria, pois apesar de atenderem aos moradores da zona rural, serviam principalmente aos habitantes da cidade que não tinham condições de produzir gêneros de primeira necessidade como arroz, feijão e outros produtos.

Apesar do número de estabelecimentos comerciais ser maior, a quantidade de indústrias também indica a dinamização do setor urbano de Ribeirão Preto. No princípio do século XX, as indústrias mais representativas eram aquelas que se dedicavam à produção de calçados. Esse setor atingiu uma participação de 27% dos estabelecimentos industriais. (RELATÓRIO, 1903, 10 jan.).<sup>23</sup>

O processo de expansão da cidade de Ribeirão Preto também pode ser observado pelo número de olarias, destinadas à produção de tijolos. Em 1902, esse tipo de indústria representava 10% dos estabelecimentos industriais. Até o final do século XIX, o tipo de construção dominante era a de taipa, porém com o desenvolvimento do município, iniciou-se a substituição das mesmas por tijolos, que anunciavam os signos da modernidade.

O aparecimento de inúmeros estabelecimentos, tanto comerciais, quanto industriais também está ligado à substituição do trabalho escravo pelo livre. Os imigrantes, ao contrário dos escravos, recebiam parte do salário em dinheiro, o que permitia o consumo de produtos não produzidos em suas roças de subsistências, assim como o aumento do processo de circulação de moeda, que até então era incipiente.

Em Ribeirão Preto, os imigrantes participaram efetivamente do processo de desenvolvimento das atividades urbanas, atuando não só como consumidores e empreendedores nos estabelecimentos comerciais, industriais e no setor de serviços, mas também como empregados.

No ano de 1902, por exemplo, os “imigrantes representavam 82,5% (522) dos empregados no setor industrial, já os brasileiros apenas 17,5% (111). No setor do comércio os imigrantes compreendiam 90% e os brasileiros apenas 10% (98). No setor de serviços, os imigrantes compunham 62% (1749) dos funcionários e os brasileiros 38% (930)”. (RELATÓRIO, 1903, 10 jan., p.6).

---

<sup>23</sup>Relatório apresentado à Câmara Municipal de Ribeirão Preto pelo Prefeito Dr. Manoel Aureliano de Gusmão, na sessão de 10 de janeiro de 1903.

Apesar da cafeicultura em Ribeirão Preto alcançar o auge de expansão na última década do século XIX, sua população continuou a crescer, passando de 59.195 em 1900 para 68.883 em 1920. (SEMEGHNI, 1998). Por meio da leitura dos censos do período, foi possível verificar 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%, um total de 3630 pessoas. (IBGE, 1920).

Dessa forma, estima-se que a expansão das atividades urbanas não desalojou a cafeicultura como centro dinâmico da economia de Ribeirão Preto, e que tanto o comércio quanto a indústria continuaram a se expandir entre 1902 e 1920 por estarem vinculados ao processo de urbanização e modernização que vinha se intensificando desde o final do século XIX.

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. Conforme assinala Paziani (2004), pela imprensa o clima de otimismo permeava os artigos de escritores anônimos que mostravam um conjunto de novas sensações e experiências que não se identificavam mais com o aspecto pacato e atrasado de antes:

Ribeirão Preto caminha! Vae desassombradamente adquirindo um renome substancioso, firmando o seu conceito entre as populações cultas, capaz de conquistar de um modo inconsumo o primeiro lugar, si não éramos no dizer e quiçá, rivalisar com alguns capitães de estados da federação [...] ahi está o Ribeirão Preto de hoje, são os edifícios de fealdade absurda e os costumes simples do sertanejo. Elegante e chic, a população se impõe; a educação, embora o governo não nos tenha dado nem uma Escola Normal Primária, é saliente nas diversas camadas sociais. Cultiva-se todo ramo de actividades humanas, como se ao prazer das artes - as primorosas irmãs das intelligencias fecundas – as artes, que dia para dia vão encantando no seio da nossa população, um altar condigno para o seu culto [...]. (DIVAGANDO, 1912, p. 3 apud PAZIANI, 2004 p, 129).

A exportação do café no mercado internacional na Primeira República – proporcionou o desenvolvimento e a ampliação de atividades relacionadas à cafeicultura – se transformou em um empreendimento mais complexo, fundamentalmente urbano, organizado pelo Estado, o qual criava empréstimos financeiros para a realização da modernização de várias cidades no interior paulista.

Foi assim que Ribeirão Preto tornou-se uma cidade de intensa vida urbana: automóveis, cinemas, restaurantes e prédios públicos passaram a fazer parte da paisagem de Ribeirão Preto na primeira década do século XX, alterando rapidamente hábitos e comportamentos de seus habitantes. 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 que apontavam traços de modernidade.

Incentivadas pela prosperidade dos negócios, 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.

Para as camadas privilegiadas da sociedade o comércio local oferecia tudo o que fosse a última moda na Europa. Uma moda que não era compatível com o poder aquisitivo da maioria das pessoas. Em 1910, a imprensa local veiculou uma matéria focalizando a questão de o Brasil, em especial Ribeirão Preto, não possuir uma moda própria, uma moda que se adequasse ao clima brasileiro:

de informações que passaram a atrair um número cada vez maior e mais diversificado de indivíduos para a cidade que se modernizava. A publicação de artigos sobre a cidade tinha o intuito de apresentar Ribeirão Preto como sendo a “cidade mágica, a pérola d’Oeste Paulista, a *Petit Paris*, como a cognominam os viajantes da zona mogiana [...]”. (BENEDICTUS..., 1909, p. 3).

A cidade expandia seus espaços públicos e gerava padrões de vida urbana que escapavam muitas vezes, daqueles imaginados pelas elites. Se não era propriamente uma “metrópole” Ribeirão Preto sofreria, ao longo dos anos, os efeitos de um mundo em rápida transformação, alarmando as autoridades municipais e parte da sociedade<sup>24</sup>. A percepção de que a cidade tornava-se cada vez mais palco de inúmeras e contrastantes cenas de uma sociedade de consumo revelava a sensível complexidade de seu contingente populacional. A população não formava um grupo homogêneo e ordenado; pelo contrário, ocupava as mais variadas atividades e experimentava as transformações urbanas<sup>25</sup>.

Conforme observa Lianmar Izilda Tuon (1997, p. 57), pessoas de diferentes regiões e culturas se encontraram em Ribeirão Preto, fazendo com que houvesse “a coexistência entre cultura simples dos mineiros, os costumes dos imigrantes e a vontade da elite da cidade de se assemelhar com a Europa, não a Europa de seus imigrantes, mas aquela onde a Belle Époque alcançou seu auge, a França e Inglaterra”.

A sociedade de consumo que se formava em Ribeirão Preto com a presença de produtos e serviços para o conforto e encantamento alterava o cotidiano dos habitantes. Havia a procura por acompanhar, sobretudo, as novas exigências de sucesso e confiança no mundo moderno. Fundavam-se associações, abriam-se

---

<sup>24</sup> As constantes crises de infra-estrutura e a deficiência de medidas eficazes assumiram um aspecto mais amplo, não poupando sequer os moradores do centro. Os periódicos da época retrataram essa paisagem: “Falta d’água: reclamam diversos moradores da parte alta da rua Amador Bueno que nestas últimas noites, de oito horas em diante, sentem-se privados deste precioso líquido. Do Sr. Gerente da Empresa esperamos se dignará atender tão justa reclamação”. (FALTA..., 1909, p. 5). “Reclamação: Diversos moradores do bairro Barracão pedem-nos que reclamemos atenção a quem de direito para o verdadeiro estado de abandono em que se acha essa parte do município. Nas ruas o mato e capim bravo cresceram a ponto de atingir à altura dum homem; o trânsito está quase impraticável devido também ao péssimo estado das mesmas cheias de buracos. (RECLAMAÇÃO..., 1914, p. 3). “Lâmpada apagada: os moradores da Rua General Osório, esquina da S. João pedem-nos que sirvamos de seu porta-voz para reclamar da Empresa de Força e Luz que jaz uma lâmpada naquelas alturas”. (LÂMPADA..., 1915, p. 6).

<sup>25</sup> Segundo o “Almanaque ilustrado de Ribeirão Preto” de 1913, os habitantes da cidade são identificados de duas maneiras: geográfica, compreendendo os moradores dos nascentes bairros (Vila Tibério, Vila República e da parte baixa do centro) e profissional, aqueles que se ocupavam das atividades de barbeiros, farmacêuticos, vendedores, trabalhadores das fábricas de cervejas e massas, alfaiates, jornalheiros, artesãos, marceneiros, entre outras. (ALMANAQUE, 1913, p. 41-51). Em sua análise, Paziani (2004, p. 124-126) acrescenta ainda uma terceira forma, a marginal: “pobres e miseráveis de toda laia (mendigos, criminosos, prostitutas) a circular dia e noite pelas ruas da cidade”.



estabelecimentos com alusões à França (armazéns, confeitarias, cafés). Muitos estabelecimentos comerciais no intuito de trazer para Ribeirão Preto as últimas novidades importadas dos grandes centros da Europa transformavam-se em verdadeiras lojas de departamentos. Este anúncio de 1913 da “Casa Brancato”, localizada no centro de Ribeirão Preto, demonstra a grande variedade de produtos e artigos para o lar que a loja procurava oferecer a sua clientela:

Casa Brancato

A única casa nesta praça para as primeiras novidades

Gramofones e discos

Completo sortimento de louças: finas e grossas

Grande stok de artigos para barbeiros: navalhas, thesouras, escovas, afiadores, aparelhos nickelados, etc.

Perfumarias – vidros para vidraças, quartos, espelhos, molduras, estampas, etc.

Variado sortimento de armarinho fino para homem, fazendas, chapéus de sol e de cabeça.

Malas para viagens, estojos.

Velocípedes e muitas outras novidades são encontradas em nossa casa.

Brancato & Wizensoth

Rua General Osório n: 61

Caixa postal 67 – telephone 82

Ribeirão Preto. (ALMANAQUE, 1913, p. 32).

Em 1913, o “Almanaque Ilustrado de Ribeirão Preto” trazia páginas repletas de imagens fotográficas da cidade, de propagandas de estabelecimentos comerciais e industriais, 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:

A excelência do clima, a uberdade do solo, o encanto dos dilatados horizontes, a incomparável vitalidade comercial, perfectibilidade de suas indústrias, a atividade ininterrupta dos seus habitantes, cujo labor é intenso e admirável, e a beleza da posição topographica, constituem uma garantia para que, após alguns anos, esta cidade fique colocada num plano mil veses superior ao que occupa na escala do vertiginoso progresso desse insuperável estado, que foi julgado com critério e justiça, uma Republica no seio da Federação nacional.

Podemos notar em Ribeirão Preto, prédios monumentais, com finíssimos e arquitetônicos adornos; jardins, cujos arbustos são o concludente attestado da produtividade do solo canaaniano [...] ruas amplas que se assemelham as 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, p. 17-18).

À medida que os automóveis eram incorporados à cultura urbana da cidade os incomodados não demoraram muito para, através dos jornais, exigirem atitudes enérgicas da prefeitura, que aproveitando dessa situação instituiu por volta de 1908 um imposto sobre veículos ou quaisquer meios de transporte. Tal imposto criava limitações de velocidade e peso dos veículos, atentava para os horários e ruas permitidas para o trânsito público e ainda previa aos infratores uma multa de cinqüenta mil réis. (CÓDIGO DE POSTURAS, 1921, p. 79).

O progresso se traduzia em velocidade nos múltiplos aspectos da vida cotidiana. A máquina seria uma potente mediadora no sentido de acabar com a calma provincial da cidade. Ao avaliar o número crescente de veículos motorizados na cidade de São Paulo no mesmo período, Tota (1990, p. 53) percebe que os automóveis davam à cidade um aspecto de movimento que antes não era tão notável, inculcando nas pessoas uma liberdade de locomoção desconhecida anteriormente. A atenção se voltava mais e mais para a velocidade e para a diminuição do tempo gasto no percurso de determinadas distâncias.

Além do embelezamento dos espaços públicos, praças e jardins, Ribeirão Preto continuava a elevar belos e grandiosos prédios públicos. O Teatro Carlos Gomes, teatro de óperas e operetas internacionais, sofrera mudanças de caráter funcional quando, a partir de 1908, tornara-se cinematógrafo e espaço para conferências e reuniões. (ALMANAQUE, 1913, p. 17-18).

Além de centro de entretenimento e diversão, a elite ribeirão-pretana aspirava por um centro de poder político que correspondesse à grandeza que a cidade - e a própria elite cafeeira - assumia naquelas décadas. Foi assim que 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. Obra de grande importância histórica, o Palácio representava o local de decisões políticas e da autoridade e prestígio de homens como: Francisco Schmidt, Gabriel Junqueira ou Saturnino de Carvalho. (PAZIANI, 2004).

Assim como o Teatro Carlos Gomes, o edifício representava o progresso e a modernização da cidade de Ribeirão Preto: “[...] construímos o suntuoso Paço Municipal em substituição ao velho pardieiro em que até 1917 funcionava a Câmara Municipal, no qual nos envergonhamos quando honrados com a visita de altas

autoridades, de diplomatas e de estrangeiros illustres”. (RELATÓRIO, 1920, 15 jan., p. 6).

Admirador dos padrões de remodelação urbana de Haussmann, Bittencourt buscou promover uma série de intervenções no espaço urbano e atrair uma série de investimentos privados, como a instalação das Companhias Antártica (1911) e Paulista (1914), duas grandes empresas produtoras de cervejas, que atribuiriam a Ribeirão Preto um outro título, o de “Capital do Chopp”, simbolizada pela choperia “Pingüim”. A esse respeito, José Ferreira Carrato faz o seguinte comentário:

[...] a Companhia Antártica Paulista estabeleceu-se em Ribeirão Preto, a partir de 1909. O lançador da grande cervejaria foi o Dr. Luís Pereira Barreto, ao qual se uniram grandes interesses comerciais, dos quais se destacou a poderosa firma alemã Zerrenner Bulow & Co., estabelecida em Santos e São Paulo, que vendia tudo; ferragens, combustíveis, material de construção (...), vinhos de todas as procedências e águas minerais européias, da Vichy até a Rubinat. Mas, não tinha cerveja. Teve-a em Ribeirão Preto, fabricada com uma das melhores águas do mundo. A Antártica nasceu em Ribeirão. O ‘Pingüim’- hoje a melhor tradição em choperia do Brasil-foi a sua natural consequência. (CARRATO, 1990, 1991, p.140)

A melhoria e as possíveis expansões do calçamento perfizeram as primeiras medidas de Bittencourt logo que assumiu a prefeitura em 1911, porém a maioria delas ainda persistia sem nenhuma forma de calçamento. As ruas centrais como São João, Visconde do Rio Branco, Duque de Caxias e General Osório, receberam paralelepípedos em substituição ao antigo macadame. Suas maiores contribuições, nesse sentido, foram o prolongamento e calçamento da Avenida da Saudade (denominada Avenida Saldanha Marinho até 1915) e Rua Saldanha Marinho (extensão da Saudade). (PAZIANI, 2004)

Entretanto, o projeto de modernização urbana<sup>26</sup> de Ribeirão Preto, durante a administração de Bittencourt, não se pautou somente pela abertura e calçamento de vias públicas. Entre os anos de 1911 e 1919, e mesmo no início da década de 1920, a despesa municipal indicava a iluminação pública, a eletricidade e as chamadas

---

<sup>26</sup> Paziani (2004, p. 127) considera que o processo de modernização urbana correspondia aos interesses políticos e financeiros das lideranças municipais – Francisco Schmidt e Joaquim da Cunha Diniz Junqueira, chefes políticos do município e membros de uma elite endinheirada, cujos interesses privados eram defendidos por um corpo de doutores, pelos jornais e pela Câmara Municipal – e das empresas de serviços públicos, ávidas por implantar na urbe uma infra-estrutura urbana (redes de água, luz, esgoto, telefone; bancos e casas comissárias; hotéis e cassinos), voltada para as demandas nacionais e internacionais da atividade cafeeira.

obras públicas – praças, jardins, arborizações, edifícios – como elementos integrantes do seu projeto. (MAGALHÃES, 2000, p. 114-129). Contudo, esses gastos não eram distribuídos uniformemente pelo perímetro urbano. O investimento nas vias públicas localizadas nas partes alta e baixa do centro era superior em relação à Vila Tibério, Retiro e Barracão, bairros localizados na periferia da cidade.

Durante o processo de modernização de Ribeirão Preto, foram instituídos não só espaços, mas sociabilidades, ditas “modernas”, “progressistas” e “civilizadas”, inseridas em uma conjuntura permeada por novos conceitos, valores, ideais e desejos relacionados às novas perspectivas propostas pelo desenvolvimento tecnológico e ansiadas como ideal de civilização pela elite cafeeira, principal empreendedora de obras.

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.

O rádio em Ribeirão Preto, assim como a eletricidade, o telefone, o automóvel, entre outros elementos que simbolizavam o progresso e a modernidade, emergiria enquanto novidade tecnológica, como elemento vinculado aos anseios e projetos de modernização das elites, passando a representar um instrumento de comunicação tradutor por excelência do “novo”.

## **2.2 Dissonâncias do processo modernizador**

A partir do final do século XIX, Ribeirão Preto foi cenário de marcantes transformações de caráter urbanístico que deram lugar a novos espaços físicos,

atendendo aos padrões médico-sanitários vigentes e às necessidades da cidade em crescimento, além de influenciarem a estruturação de novas práticas e comportamentos.

Sob a orientação político-filosófica positivista – fundada na associação das máximas de “ordem e progresso” – os administradores públicos da cidade, especialmente Macedo Bittencourt (1911-1920), promoveram, além das obras de reestruturação urbana, a moralização dos novos espaços e das práticas sociais a eles correspondentes, procurando concretizar um ideal de cidade disciplinada.

As intervenções operadas na cidade pelo poder público inspiraram-se tanto no modelo parisiense *hausmanniano*, quanto nas experiências das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. Sua materialização se deu através de obras de grande importância. Entre elas a abertura de largas avenidas, ligando o centro aos arrabaldes e dando maior vazão ao trânsito de veículos e pedestres; o calçamento de outras; a implantação e ampliação de redes públicas de água, esgotos e iluminação elétrica; a arborização e o ajardinamento de espaços de lazer; a destruição de antigos becos e edificações e sua substituição por novas vias públicas e construções.

No entanto, apesar das páginas dos 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 similar à europeia, empurrava para a periferia grande parte da população, fruto do encarecimento imobiliário e da normatização espacial idealizada pela elite. Essa periferia transformou-se, no decorrer do século XX, em bairros formados por trabalhadores do comércio e das indústrias - localizadas na área limítrofe do centro e nos arredores da cidade - Barracão, Vila República, Vila Tibério. (PAZIANI, 2004).

A modernização na área central e o desenvolvimento de bairros adjacentes, como Barracão e Vila Tibério, que se formavam desde o final do século XIX, provocavam tanto expectativas próximas da noção otimista de progresso evocada pelas elites, quanto uma percepção angustiante e pessimista do crescimento urbano, principalmente quando relacionados a problemas de ordem higiênica ou sanitária.

Paziani (2004, p. 136) afirma que a ausência ou a deficiência de infraestrutura em várias partes da cidade, inclusive no próprio centro, vias empoeiradas, mal iluminadas, sem calçamento e passeio público, habitações sem o menor critério racional, mendigos e desocupados transitando pelas ruas e largos, pobres vivendo em más condições de higiene pessoal, contradiziam as palavras de progresso e modernidade evocadas pelas elites ribeirão-pretanas. Segundo o autor, as críticas apareciam na imprensa e atingiam diretamente a competência do administrador, como esta registrada por um reclamante anônimo e publicada em 1910:

[...] o prefeito, digno moço, em quem todos reconhecem a boa vontade [...] não tem nenhuma competência para o cargo [...] a Praça 15 de novembro acompanhada de carroças, de burros, movimento..., Trabalhadores que, ao que parece, quanto mais trabalham mais deixam por fazer, pois que o jardim permanece sequer na mesma, senão pior-feio, estragado, com a grama falhada, despida de plantas, sem uma nada de novo, tristonho, pisado... As ruas da cidade andam em petição de miséria – o macadame escavado; as sarjetas obstruídas de areia, abertas, sem grade, as bocas das galerias de águas pluviais, oferecendo perigo aos transeuntes; falta de asseio e cães às catervas por toda parte [...]. (O PREFEITO..., 1910, p. 6 apud PAZIANI, p. 137).

Ao lado da cidade idealizada pelas elites e administrações municipais, uma indesejada insistia em emergir. As questões envolvendo defasagens de modernização, como crises de abastecimento de água, péssimo estado de rede de esgotos, as faltas de calçamento e higiene pública eram recorrentemente denunciadas pela imprensa de Ribeirão Preto:

Efetivamente parece ter-se auzentado desta cidade essa respeitável matrona – a hygiene pública. (CATROPIANDO, 1909, p. 6)

Os boeiros, ou coisa que melhor nome tenha do encanamento da rede de esgotos, de certo tempo para cá passaram a exhalar um cheirosinho que está reclamando muita creolina. (AS QUINTAS..., 1909, p. 8).

Resultado direto do crescimento urbano atingido por Ribeirão Preto, as epidemias, criminosos, ruas esburacadas, vias sem iluminação pública, passaram a conviver diretamente com um outro cenário, belo e exemplar – formado por ruas asfaltadas, iluminação elétrica, teatros, edificações, mercado e matadouro municipais – que deveria refletir o progresso material de Ribeirão Preto.

O número cada vez maior de pessoas que se fixavam na cidade trouxe uma série de insuficiências técnicas e normativas. Em razão disso, os novos prazeres e lugares das elites de Ribeirão Preto teriam que conviver com a sujeira, a tortuosidade e a má iluminação das ruas, a falta de água, as insuficiências de galerias de esgotos e a conseqüente exclusão social. (PAZIANI, 2004).

As experiências modernas não excluía m pobreza e diferenças sociais. Os lucros advindos da expansão da cafeicultura não contemplavam igualmente a todos, o que provocava o aparecimento de várias e ilegais formas de sobrevivência: formação de cortiços, pensões mal freqüentadas e asseadas, habitações nos subúrbios que se transformavam em prostíbulo s e esconderijos de margina is.

As camadas populares<sup>27</sup> ocupavam a cidade das mais diferentes formas, mas, para a maioria deles, o lugar de moradia estava reservado aos bairros periféricos à área central. Muitos viviam das pequenas profissões, como empregadas domésticas, ambulantes, ou ainda no mundo marginal como mendigos, ladrões e prostitutas. Prisco da Cruz Prates (1976) enfatiza que de 1910 a 1930, cresceu significativamente o número de “malandros e margina is” em Ribeirão Preto como também os índices de crimes e prisões.

As menores, mas dinâmicas cidades do interior paulista vivenciaram os movimentos, as incertezas e as desilusões dos processos de modernização urbana, demonstrando que o estado de transformação e crise não se restringiu aos cidadãos das grandes metrópoles ou megalópoles. Entre 1911 e 1919, o primeiro sistema de esgotos e a iluminação elétrica da cidade já não expressavam a modernização desejada pela elite cafeeira e pelo poder público.

Esses mesmos projetos tornaram-se ineficazes e a população em geral, apontava através da imprensa ou da Câmara Municipal, as falhas da administração municipal:

Requerimento dos moradores da Rua Rodrigues Alves, pedindo o prolongamento do serviço de esgotos até a mesma rua.

---

<sup>27</sup> As camadas populares aqui mencionadas não remetem somente aos pobres ou aos excluídos da experiência urbana. Mesmo não integrando o universo da elite cafeeira (grandes proprietários, médicos, advogados, grandes comerciantes, etc.), todos os migrantes e imigrantes que participaram ativamente da dinâmica e da reinvenção dos espaços urbanizados da cidade. Eram moradores de bairros e da parte baixa do centro da cidade, muitos eram barbeiros, alguns farmacêuticos, vendedores trabalhadores das fábricas de cerveja e massas, alfaiates, jornaleros, artesãos, marceneiros, etc., e também os pobres e miseráveis de todo tipo: mendigos, bandidos, prostitutas, entre outros. (PAZIANI, 2004)



Requerimento da Rua Capitão Salomão, pedindo o saneamento do córrego Ribeirão Preto. (CÂMARA..., 1915, p. 8).

Além disso, o processo de modernização urbana de Ribeirão Preto teve como consequência imediata, uma significativa mobilidade sócio-econômica e profissional de seus habitantes e, apesar da relativa organização de alguns setores – os comerciantes e industriais –, a grande maioria reivindicava seus direitos por meio de greves ou representados por anônimos em jornais<sup>28</sup>.

Por meio de reclamações e petições contra as crises de infra-estrutura as camadas populares chamavam a atenção da administração pública para a ausência de melhoramentos em seus bairros. Em 1914 a imprensa divulgou vários artigos que criticavam a urbanização e o estado de insalubridade de muitos pontos da cidade:

[...] Este trecho da nossa 'urbs', encravado em seu seio, tendo de comprimento um quilômetro, aproximadamente, e de largura mais duzentos metros, é percorrido, em toda sua extensão, pelo referido córrego, um leito sujo, raso e de pequena civilidade. Dentre os inúmeros prejuízos à higiene d'ahi resultantes, devemos salientar o do estado em que se acham os terrenos adjacentes, cujos níveis, mais baixos o do leito do córrego, favorecem a infiltração das águas, considerando-as estagnadas, constituindo, assim um verdadeiro foco do impudismo. (ASPECTOS..., 1914, p. 1).

Pedem-nos várias pessoas residentes no quarteirão compreendido entre as ruas Rio de Janeiro, José Bonifácio e Jerônimo Gonçalves, que chamemos a atenção a quem de direito para a grande quantidade de água estagnada existente na rua Rio de Janeiro, trecho acima referido e de onde se escala cheiro fétido e nauseante. (RECLAMAÇÃO..., 1914, p. 3).

Apesar das constantes reclamações expressas em jornais e órgãos públicos, Ribeirão Preto não registrou sublevações sociais iguais às registradas nos grandes centros urbanos do país e do mundo – como, por exemplo, a Revolta da Vacina de 1904 no Rio de Janeiro ou a Greve Anarquista de 1917 em São Paulo. Mesmo assim, durante o momento em que as greves movimentaram todo o Estado,

---

<sup>28</sup> Segundo Carone, a significativa presença de imigrantes como proprietários e trabalhadores urbanos, mais a atividade comercial, deu a sociedade uma grande mobilidade interna. (CARONE, 1977, p. 454). Entre as profissões e ofícios existentes na cidade estavam: advogados, engenheiros, arquitetos, cirurgiões, médicos, parteiras, fotógrafos, alfaiates, barbeiros, curandeiros, costureiras, engraxates, modistas, ourives, sapateiros, serralheiros, entre outros. No ramo industrial, fábricas de cigarros, cerveja, sabão, cadeiras, sapatos, massas, carroças e beneficiamento de açúcar, arroz somavam um número significativo de trabalhadores. E ainda, o comércio, em rápida transformação, com grande contingente de atividades, desde agências bancárias, armazéns e casas de câmbio. (ALMANAQUE, 1913, p.41-47).

principalmente em São Paulo, onde o movimento anarquista eclodiu (LOPREATO, 1997), Ribeirão Preto foi cenário de reivindicações tanto na zona urbana como na zona rural. “Até hoje à 1 hora da tarde o Dr. Sampaio Vidal, Secretário da Justiça e da Segurança Pública, não havia recebido nenhuma comunicação sobre a greve de colonos da fazenda do Sr. Cel. Francisco Schmidt”. (GREVES..., 1912, p. 2).

De acordo com Garcia (1997, p. 127-128), embora não existisse entre os trabalhadores rurais e urbanos de Ribeirão Preto a idéia socialista de “luta de classes”, a simples mobilização individual ou mesmo coletiva, fosse por aumento de salário ou diminuição do tempo de trabalho, preocupava as autoridades municipais e estaduais. O autor ainda observa que na greve de 1912, iniciada em época de colheita pelos colonos da Fazenda Iracema – de propriedade de Francisco Schmidt – as reivindicações de melhores salários foram atendidas após oito dias de paralisações.

Reflexo das greves anarquistas na capital em 1917, a “Greve dos Operários” – como denominou o jornal “A Cidade” – ocorrida em maio de 1919 durou apenas quatro dias, mas, de modo geral, incomodou a manutenção da “ordem”:

Animados pelo exemplo do operariado da capital, declararam-se ontem em greve nesta cidade os operários do Moinho central, Serraria União, oficinas do Banco Construtor, oficinas da Empresa Força e Luz, Companhia Cervejaria Paulista, Delloiagono, Companhia Antártica Paulista, Innechi & Filhos, Bianchi, J. Cantelegghi, Irmãos Vecchi, (Casa) Barbosa, Luiz Berteli, Cortumes Irmãos Stefani e J. Simões & Cia. (GREVE..., 1919, p. 1).

No entanto, conforme considera Paziani (2004, p. 143), as formas de ação e de pressão por parte das camadas populares de Ribeirão Preto sobre as autoridades municipais manifestaram-se, em sua grande maioria, por meio de reclamações publicadas nos jornais, cujo teor vinculava-se à problemática da deficiência dos serviços urbanos e do aumento de impostos que, indiretamente, combatia os mandos e desmandos, os negócios efetuados pelas elites ribeirão-pretanas nos processos de modernização e nos “jogos da política” financeira estadual e federal, uma vez que o ônus dos empréstimos e das dívidas públicas do Estado recaía pesadamente no bolso das camadas menos favorecidas do país interferindo de certa forma na expansão dos serviços.

Neste sentido, as reclamações revelavam muito mais uma preocupação imediatista dos habitantes do que uma ameaça aos interesses políticos e econômicos das lideranças municipais:

Temos recebido nesta redação constantes queixas de moradores da Vila Tibério [...] no trecho da avenida Antártica próxima á via férrea, passagem obrigada para todos os moradores daquela circunscrição urbana, só se pode transitar de... Aeroplano, tal a quantidade de lama que ali se formou [...]. Estamos certos de que o Dr. Prefeito não deixará periclitir os seus justos interesses e, não se procurará, breve, remover a lama da Vila Tibério, como também intervirá junto á Empresa de Águas e Esgotos para que apresse os seus serviços ali, tapando com urgência as terríveis valetas, que são verdadeiros mundéus. (TEMOS RECEBIDO..., 1913, p. 4 apud PAZIANI, 2004, p. 145).

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 modernizavam. 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 as inovações tecnológicas, devido ao desenvolvimento econômico que proporcionava investimentos em transportes, na indústria, no comércio, em obras arquitetônicas, despertando nas pessoas expectativas de enriquecimento, de melhores condições de vida e trabalho, por outro a cidade demonstrava os problemas decorrentes de seu crescimento rápido: demandas por mais infra-estrutura, serviços públicos, saneamento, habitação, higiene, além do aumento da violência e das diferenças sociais.

Se há 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, p.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 ribeirões-pretanos na época.

As intervenções realizadas em nome do progresso nas cidades acabam provocando sentimentos ambíguos e reações contraditórias. Alguns estudos como o de Pesavento e Mauch (1994) destaca essa questão, apontando a complexidade dos processos de mudança, que estabelecem uma necessidade, nem sempre fácil, rápida e pacífica, de adaptação a uma nova realidade.

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 Marshall 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 da vida cotidiana, que é acelerado, 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, p. 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.

### **2.3 O nascimento do rádio em Ribeirão Preto**

A cidade de Ribeirão Preto se modificava, absorvendo o impulso vindo da expansão de sua economia conectada com o mundo ocidental capitalista. O rádio surge na década de 1920, como parte integrante das transformações envolvendo o processo de urbanização e modernização iniciado desde o final do século XIX. Naquele momento, a radiodifusão, tal qual o automóvel, cinema e outros artefatos tecnológicos, também vinha se juntar ao ambiente internacionalizado que se espalhava.

Após um período de estudos, reuniões e progressos nos experimentos com as ondas eletromagnéticas, um grupo formado por comerciantes, profissionais liberais e intelectuais oficializou em 23 de dezembro de 1924, a fundação do “Radio Club de Ribeirão Preto”. O evento de inauguração havia reunido cerca de cinquenta pessoas, entre as quais estavam vários “fazendeiros e capitalistas” da sociedade:

Realizou-se na quarta-feira última, no palácio do Sr. Cel. Francisco Maximiniano Junqueira, uma reunião de elementos de destaque da nossa melhor sociedade, cujo fim primordial é a fundação nesta cidade de uma sociedade, destinada a pugnar pelo progresso da radiotelefonia em toda esta zona do interior do estado [...] tendo ficado resolvida a instalação de uma poderosa estação transmissora nesta cidade. (A INSTALAÇÃO..., 1924, p.3).

O rádio em Ribeirão Preto emergiu em um ambiente amadorístico, não funcional que envolveu uma mistura de curiosidade, deslumbramento e determinação de seus diretores, técnicos e colaboradores empenhados em dominar a nova tecnologia. Foi uma fase de experiências lúdicas e técnicas a um só tempo. De início, um meio de comunicação restrito a uma pequena parcela da sociedade, uma vez que seus fundadores e sócios pertenciam tanto à elite intelectual, quanto econômica da cidade.

O “Radio Club de Ribeirão Preto” que, por aproximadamente três décadas, seria a única emissora da cidade, começou a operar com um aparelho transmissor artesanal, cuja potência era de apenas 5 quilowatts.(PRA7, RADIO..., 1934). Porém, 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. Nessa fase inicial, o “Radio Club” iria atuar mais como uma forma de lazer e diversão de poucos, do que um meio de comunicação de massa a serviço da sociedade.

O rádio ainda não havia se popularizado e como já foi apontado anteriormente, as emissoras eram formadas por grupos de pessoas organizadas em clubes ou sociedades, onde os sócios, além de realizarem estudos sobre radiotelefonia, se reuniam para ouvir programas de outras emissoras, especialmente dos Estados Unidos e Europa. Isso fazia com que num primeiro momento, uma das alternativas para ouvir uma programação de “radiotelefonia” era freqüentar um desses clubes e possuir aparelhos receptores. “O rádio era um veículo de diversão individualista, familiar ou particular, muito pouco extensivo”. (MADRID, 1972, p. 34).

Seguindo os passos das primeiras emissoras, a emissora de Ribeirão Preto também se organizou sob a denominação jurídica de “clube”, recebendo inicialmente o prefixo “S.Q.1. K”. A administração ficaria sob a responsabilidade de uma diretoria eleita a cada dois anos, constituída pelo Presidente, Vice-Presidente, Primeiro e Segundo Secretários, Primeiro e Segundo Tesoureiros, sendo que todos deveriam ser brasileiros natos ou naturalizados.

O mandato da diretoria teria duração de dois anos com início no dia primeiro de janeiro e término no dia trinta e um de dezembro do ano subsequente. A diretoria deveria reunir-se em sua sede social obrigatoriamente todo mês e, extraordinariamente, sempre que necessário. (ESTATUTOS, 1925). Uma matéria publicada pela imprensa na ocasião de sua inauguração trazia também, a provável constituição da primeira diretoria do “Radio Club” em 1924:

Em outra próxima reunião, com maior número de associados vae ser escolhida a seguinte diretoria: Presidentes, Dr. Jorge Lobato e Sr. A.H.O Roxo; Vice-Presidente, Dr. Odilon de Amaral Souza; 1º Thesoureiro, Dr. Álvaro Cayres Pinto; 2º thesoureiro, Sr. Lauro Ribeiro; 1º Secretário Sr. Pharm. José de Paiva Roxo; 2º Secretário, Sr.B. Corsino. A comissão thécnica ficará constituída pelos Srs. Drs. Odilon de A. Souza, Antônio Soares Romêo e F. O. Gorde e a

comissão elaboradora dos estatutos sociais pelos Srs. Drs. Álvaro Cayres Pinto e Camillo de Mattos. (A INSTALAÇÃO...,1924, p.3)

Entre os membros da recém-fundada emissora, o Sr. Bruno Corsino destacava-se pelos conhecimentos que possuía sobre o novo meio de comunicação, tanto que em novembro de 1925, após realizar várias experiências com um transmissor da marca “Pekan”, conseguiu elevar a potência da emissora para 10 quilowatts.

Na verdade, o objetivo era a instalação de um transmissor de 50 watts, porém o “reduzido número de sócios e o desamparo dos poderes públicos” (A VERDADE...,1939, p. 3), dificultavam o desenvolvimento da emissora. A falta de recursos financeiros e as restrições impostas pela legislação provocavam um certo desânimo entre os associados.

A legislação que proibia a veiculação de propaganda pelo sistema de radiotelegrafia, levava a emissora a se valer apenas do dinheiro proveniente das mensalidades pagas pelos sócios. Um artigo redigido pelo Sr. Bruno Corsino e veiculado pelo jornal “A Cidade” descrevia alguns dos principais pontos da legislação que regulamentava a radiodifusão no Brasil:

[...] pelo Decreto nº 16657 de 5 de novembro P.P. [1924] , o Governo Federal resolveu estabilizar definitivamente o serviço de comunicações, radiotelefonias e radiotelegraficas de natureza civil, ampliando os meios concernentes e permitindo, embora debaixo de certas e naturais restrições, a transmissão por particulares.

[...] Art. 51- A difusão radio-telephonica (broadcasting) só será permitida as sociedades nacionaes legalmente constituídas, que se proponham exclusivamente a fins educativos, scientificos, artísticos e de beneficio público, e serão isentas de qualquer taxa.

a) O governo reserva a si o direito de permitir a difusão de radiotelephonica (broadcasting) de anúncios e reclames comerciais.  
b) É inteiramente proibido propagar por broadcasting, sem permissão do governo, notícias de caráter político.  
(CORSINO...,1924, p. 2)

Embora tenha sido constatado que na prática radiofônica a emissora de Ribeirão Preto não tenha apresentado programas de cunho estritamente educativos, tal qual a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” – transmitindo aulas didáticas de Inglês, Francês, História do Brasil, Literatura Portuguesa, entre outras, além de cursos e palestras voltadas à educação da população – e seguido uma programação

de caráter erudito, é interessante perceber que os mesmos princípios que nortearam a criação da “Radio Sociedade do Rio de Janeiro”, assim como para a elaboração da legislação sobre radiodifusão, também estão presentes nos Estatutos do “Radio Club de Ribeirão Preto”, registrados em janeiro de 1925. A emissora se propunha a atuar “exclusivamente para fins educacionais, científicos, técnicos e artísticos, com completa abstenção de assuntos políticos, industriais e comerciais, portanto, sem visar lucro de nenhuma espécie”. (ESTATUTOS, 1925, Art. III, 01 jan.).

Diferentemente do idealismo, centrado na educação, que norteou a fundação e dinâmica radiofônica da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, a criação do “Radio Club de Ribeirão Preto” caracterizou-se por ser, sobretudo, um empreendimento de pessoas apaixonadas pelo novo artefato tecnológico, voltado muito mais para o entretenimento de seus membros do que dirigidos à população em geral. O referencial educativo permeava sua programação em sentidos diferentes, vinculado apenas à transmissão de programas eruditos e informativos.

Outro ponto que merece atenção diz respeito ao posicionamento do “Rádio Club de Ribeirão Preto” com relação às demais emissoras brasileiras. De acordo com autores como Maranhão Filho (2000), Sampaio (2004), e Roveri (1986), a “Rádio Club de Ribeirão Preto” teria sido a primeira emissora a ir ao ar no interior do Estado de São Paulo e a sétima a operar regularmente no país, fato que demonstra o pioneirismo da cidade no campo da radiodifusão.

Pela dificuldade em ordenar todas as emissoras brasileiras implantadas durante a década de 1920, devido principalmente à imprecisão das informações, citar-se-á apenas aquelas cujos prefixos de identificação - concedidos pelo Ministério de Obras Públicas - sucederam o prefixo atribuído a “Radio Sociedade do Rio de Janeiro” (“PRA-2”), visto que, conforme afirma a “Revista Carioca” de 1936, o registro de identificação oficial das emissoras teria começado pelo prefixo “PRA-2”.

Inicialmente, à medida que as “estações” - como eram chamadas as emissoras na época - recebiam suas concessões para poderem operar, alinhavam-se por ordem alfabética identificadas como “PR” ou “Prefixo”, anos mais tarde, a sigla “PR” foi extinta, cedendo lugar à “ZY”, nova denominação que passou a classificar esses veículos, independentemente da data de sua fundação. (TAVARES, 1999, p. 52).

Em 1923, além da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”, era criada na antiga Capital Federal, a “PRA-3” “Rádio Clube do Brasil” e, em 20 de março de 1924, era



inaugurada a “PRA-4” “Rádio Sociedade da Bahia”, fundada por Oscar Carrascosa, Agenor Miranda, Caio Moura e Gustavo Lopes. Já em 17 de junho de 1924 na capital paulista, oficializou-se a fundação da “PRA-5”, “Rádio São Paulo”<sup>29</sup>, que já vinha funcionando em caráter extra-oficial com o nome de “Rádio Clube de São Paulo”. Com seus estúdios instalados à Rua Sete de Abril, muitas vezes a emissora transmitia seus programas ao vivo de um auditório dentro da “Confeitaria Selecta”.

Ocupando a sexta posição, a “Rádio Educadora de São Paulo” (“PRA-6”) foi inaugurada em 30 de novembro de 1923, com o prefixo inicial de “PRA-E”. Sua implantação começou quando o engenheiro Luiz Ferraz de Mesquita montou em sua própria residência à Rua Frei Caneca, uma antena e um pequeno receptor auxiliado pelos também engenheiros eletrônicos Leonardo Yancey Jones Júnior e Georges Corbisier. Com a participação de Luiz de Amaral César, importador de aparelhos, conseguiram um transmissor “Pekan”, de 10 watts de potência e começaram, dessa maneira, as atividades de transmissão da pequena emissora. Contando com o apoio e entusiasmo de um grupo de professores universitários e do político Frederico Vergueiro Steidel, transferiram a emissora provisoriamente para as dependências do Palácio das Indústrias, em construção no parque D. Pedro II.

Algum tempo depois, já com o prefixo definitivo, a “Sociedade Rádio Educadora Paulista”, “PRA-6”, sob a direção de Bento Bueno, de Joaquim Octávio de Lima e Castro, do conde Sylvio Penteado, do conde Matarazzo e da RCA – Victor americana, transferiu-se para sua nova sede, à Rua Carlos Sampaio, número 5 no bairro do Paraíso. Após vários anos, a sociedade “Rádio Educadora Paulista” foi encampada pela “Rádio Gazeta de São Paulo”, permanecendo até os dias atuais como parte do patrimônio da Fundação Cásper Líbero. (SAMPAIO, 2004).

Em dezembro de 1924, foi criada a “Radio Club de Ribeirão Preto” que inicialmente recebeu o prefixo “S.Q.1. K” e, posteriormente, os prefixos “PRA- I” e “PRA-7”. Atualmente é denominada “Radio Clube” com o prefixo “ZYK 639-660 KHZ”. Acerca do pioneirismo atribuído ao “Radio Club de Ribeirão Preto”, Luiz Maranhão Filho observa:

Há um reconhecimento tácito a respeito da condição de 1ª emissora instalada no interior do país, atribuída à Rádio Club de Ribeirão

---

<sup>29</sup> Após um período de quarenta anos de existência, revelando inúmeros profissionais e artistas, além de ter sido a primeira emissora brasileira a transmitir uma radionovela, “Fatalidade” de Oduvaldo Viana, foi fechada pelo regime militar em 1964. (TAVARES, 1999).

Preto. Ela foi fundada em 23 de dezembro de 1924, o que a coloca no 7º lugar entre os prefixos nacionais, fato registrado pela Associação das Emissoras de São Paulo – AESP, no número de abril de 1983, em seu jornal. Não é por acaso que seu prefixo é PRA-7. (MARANHÃO FILHO, 2000, p. 67).

Apesar de a “Rádio Clube de Pernambuco” (“PRA-8”), cujo registro jurídico de “radiotelegrafia” destaca-se como o mais antigo do país, datando de 6 de abril de 1919, como “Clube de Recepção de Radiotelegrafia”, transformado em “Radiofonia” em 17 de outubro de 1923, inscreve-se como a oitava na relação dos prefixos concedidos pelo Governo Federal. Por fim, o prefixo “PRA-9” foi concedido a “Mayrink Veiga”, instalada no Rio de Janeiro em 1927 e que seria extinta em 1964 pelo Regime Militar.

Na falta de números exatos sobre as emissoras de rádio brasileiras, pode-se estimar que até o fim da década de 1920 existissem 23 emissoras em funcionamento. (ORTIZ, 1988). Para Mário Ferraz Sampaio (2004), esse sistema de manutenção econômica das emissoras de rádio, ou seja, a contribuição de sócios pagantes e o inevitável registro dos aparelhos receptores nos Telégrafos, obteve êxito, enquanto não se exigiu muito dele. Em 1923 a “Rádio Sociedade” de Roquette Pinto possuía 282 sócios; em 1928 a “Rádio Educadora Paulista” (“PRA-6”) contava com 3500 sócios que pagavam uma taxa de cinco mil-réis. Apesar da precariedade de todo o sistema Roquette Pinto estimou para o ano de 1926, em 30 mil os galenas em escuta. (FEDERICO, 1982).

Assim como os demais integrantes do “Radio Club de Ribeirão Preto”, José Cláudio Louzada, um comerciante de artigos de couro da cidade, era igualmente apaixonado pelo novo meio de comunicação. Além de ler e pesquisar sobre tudo que envolvesse comunicações, radiotelegrafia e serviço de *broadcasting*, Louzada praticava radioamadorismo desde 1920. “José Cláudio Louzada, comerciante de Ribeirão Preto, com uma loja montada na Rua General Osório, Casa São Benedito artigos de couro, como malas, bolsas, valises, cintos e goiacas, ouviu falar do Radio Clube e procurou se aproximar de seus diretores”. (ROVERI, 1986, p. 73).

Após as transmissões experimentais, ocorridas durante os festejos comemorativos do Primeiro Centenário da Independência em 1922, o interesse pelo rádio havia aumentado significativamente no Brasil. Em pouco tempo surgiram revistas, jornais e livros contendo artigos sobre rádio, propondo em suas páginas a montagem de receptores. Conforme afirma Sampaio:

Entre os rapazes era comum a conversa sobre rádios de galena, sem pilhas, receptores com válvulas e circuitos regenerativos. Compravam 'Kits' completos de peças e os novos fãs, munindo-se de chaves de fenda, soldadores, alicates, etc., iam fazendo a montagem do tão desejado aparelho. Os rádios desse tempo não funcionavam com a corrente alternada da light, mas sim com acumuladores e pilhas secas, para a corrente contínua. Cada aparelhinho daqueles era mantido pelo seu dono com muito carinho, com estima que se tem por algo precioso e raro. (SAMPAIO, 2004, p. 95).

Os ouvintes de rádio foram-se multiplicando 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, p. 116). Todo esse entusiasmo pelo novo artefato tecnológico resultou na formação de grupos de pessoas vivamente interessadas em dotar as suas cidades de uma emissora de rádio.

Após associar-se ao "Radio Club de Ribeirão Preto", José C. Louzada intensificou suas experiências em radiotelefonia e no ano de 1928 – quando foram realizadas eleições para a escolha da nova diretoria da emissora – foi eleito para o cargo de diretor técnico. Posteriormente, os vários esforços empreendidos por Louzada no sentido de melhorar a qualidade técnica do "Radio Club" fizeram com que os demais membros da diretoria lhe dessem poder e autonomia para tratar de vários assuntos referentes à emissora.

Em 1929, Louzada utilizou-se de seus próprios recursos para instalar um transmissor mais potente para a emissora. O novo transmissor de 20 quilowatts foi montado em sua residência no centro de Ribeirão Preto, local que serviu de laboratório para as experiências. Para inaugurar o novo transmissor o Radio Club, irradiou apresentações de grupos musicais da região como o "Quinteto Max", sob o comando de Max Barstch e do "Grupo Regional 5 Vogaes" dirigido pelo professor Alcides Guião.

O primeiro grupo musical a se apresentar com freqüência na emissora foi o "Quinteto Max", organizado pelo imigrante alemão Max Barstch. Além de sua

atividade profissional na “Companhia Antártica”, Max Bartsch integrava o conjunto musical e era um dos diretores da emissora, assim como o violinista Francisco de Biase. O “Radio Club” sempre incentivou e procurou manter em seu quadro de profissionais grupos musicais regionais, chegando, inclusive a constituir uma orquestra.

No entanto, 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 apenas por um curto espaço de tempo, geralmente após o meio-dia.

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.

Embora houvesse um roteiro baseado na idéia de rádio educativo, cultural e informativo que incluía música e notícia, as programações do “Radio Club” não passavam por um processo elaborado de produção, ou seja, não havia propriamente um trabalho de estúdio com uma programação previamente estudada e definida, geralmente os programas eram planejados em reuniões descontraídas em restaurantes ou bares<sup>30</sup> da cidade. Em datas comemorativas como Independência do Brasil, Proclamação da República, Dia da Bandeira e outros, eram organizados programas especiais que incluíam recitais de poesia, discursos e apresentação ao vivo dos grupos musicais “Quinteto Max” e “Grupo Regional 5 Vogaes”.

Ao rádio eram atribuídos vários papéis: educar, informar e divertir. Mas como e em que proporções distribuir o tempo e os horários de transmissão? Com quem contar se não havia *cast* artísticos, nem redatores com técnica de redação radiofônica, nem operadores de sonoplastia? Para os primeiros programadores da radiodifusão brasileira, em especial de Ribeirão Preto, tudo se resumia em experiências e improvisos.

---

<sup>30</sup> Depoimento fornecido por Jacintho Rodrigues Silva, operador técnico do “Radio Club” ao Museu da Imagem e do Som, de Ribeirão Preto no ano de 1996. SILVA (1996).

Os responsáveis pela programação das emissoras de rádio pioneiras no Brasil não tinham atrás de si a experiência secular da imprensa, orientada pelos sociólogos e pesquisadores, ativos desde o século XIX, na análise dos efeitos da comunicação junto a seus leitores e as razões pelas quais os jornais venciam ou fracassavam em seus propósitos. O rádio ainda era incipiente como entidade social e seus programadores tinham que enfrentar as incertezas e a precariedade de meios para levar a bom termo quaisquer planos que se formassem.

Os primeiros programas transmitidos pelo “Radio Club de Ribeirão Preto” não contavam com um *broadcasting* próprio e organizado, nem havia meios financeiros para desenvolvê-los pela via da remuneração condigna por serviços prestados. Com a publicidade proibida, o que restava ao diretor de programação era contar com um pequeno grupo efetivo de elementos para sua 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. Estes por sua vez, consideravam suas apresentações na emissora uma forma de se fazerem mais conhecidos e populares, mas não como meio de vida.

Era comum uma jovem da sociedade ribeirão-pretana, dotada de atributos artísticos, ser levada aos estúdios pelas professoras de música e de canto para apresentar um repertório erudito trazido da Europa. Já os “cachês” (pagamentos) eram para poucos que, vivendo de sua arte, apresentavam um repertório interessante e numeroso, bastante para garantir um período de meses de atuação em programas semanais. Foi só com o tempo, com o bom senso e olhos atentos na opinião dos primeiros ouvintes, que os diretores da emissora foram consolidando aos poucos seus planos de estruturação geral dos serviços de radiodifusão.

Como foi assinalado, no início de 1930, por determinação do Governo Federal, a emissora de Ribeirão Preto substituiu o prefixo “S.Q.1. K”, pelo prefixo “PRA-I”. A mudança fazia parte do processo de reestruturação e reorganização das estações transmissoras. Nesse período as transmissões o “Rádio Club” passaram a ser diárias. “A programação começava às nove horas e ia até o meio-dia. Ao meio-dia parava e recomeçava às cinco horas”<sup>31</sup>. Foi também nesse período que a emissora começou a irradiar músicas gravadas em discos de 78 rotações que eram

---

<sup>31</sup> Depoimento fornecido por Jacintho Rodrigues Silva, operador técnico do “Rádio Club” ao Museu da Imagem e do Som, de Ribeirão Preto no ano de 1996. SILVA (1996).

adquiridos pelos seus diretores no Rio de Janeiro e em São Paulo ou mesmo emprestados pelos próprios ouvintes.

A emissora ainda não possuía uma discoteca própria, por isso recorrentemente os locutores solicitavam o empréstimo de discos aos seus ouvintes. Apesar de essa 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*, *serestas* 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.

Algum tempo depois, o transmissor da “PRA-I” foi transferido para os fundos da loja de José C. Louzada, a “Casa São Benedito”, localizada à Rua General Osório, também no centro da cidade. Nesta época, Louzada aproveitou o grande fluxo de pessoas que freqüentavam o bar da cervejaria “Antártica”, próxima à Praça XV de Novembro e instalou em baixo do terraço do bar, quatro alto-falantes que

comerciante, Antônio Diederichsen, um importante membro da elite econômica da cidade, além de outros como Max Bartsch, de Luiz Souza Freire, e Lauro Ribeiro, gerente da “Caixa Econômica Federal”.

Os Estados Unidos haviam resolvido o problema da manutenção de suas emissoras permitindo a irradiação de anúncios em meio das transmissões. Na França, Inglaterra, Itália e outros países da Europa, a implantação da radiofonia estatal ou semi-estatal visou a projetos culturais, artísticos e lúdicos. Suas finalidades pautavam na educação e cultura popular; a irradiação de anúncios foi considerada prejudicial aos projetos formulados por comissões de alto nível. (SAMPAIO, 2004).

Já no Brasil a radiodifusão foi concedida ao setor privado sob o compromisso de difundir matéria educativa e cultural ao lado de divertimento e informação. As arrecadações dos socios-contribuintes se revelaram insuficientes e, em conseqüência, as emissoras não tinham meios de manter e desenvolver seus serviços e programas diários. A obrigatoriedade, na Europa, de contribuição imposta por lei, aos ouvintes de rádio, não se transferiu ao Brasil.

## **2.4 Desenvolvimento tecnológico e interesses comerciais**

Ao longo da década de 1920, o rádio brasileiro enfrentou muitas dificuldades para se desenvolver, pois, ao lado da legislação que limitava sua exploração comercial e mantinha o controle da atividade nas mãos do Estado, os problemas de ordem técnica e financeira ainda persistiam, impedindo sua rápida disseminação pelo país, fazendo com que o veículo permanecesse restrito ao universo social das elites e sobrevivesse nos primeiros anos de sua implantação como um instrumento elitizado.

Em Ribeirão Preto, os impulsos que marcavam as tentativas de expandir o rádio encontravam, ainda nessa fase, obstáculos que demonstravam os problemas técnicos da radiodifusão brasileira. Uma boa recepção dependia de vários fatores: dependia do transmissor, do aparelho receptor, da habilidade do ouvinte amador, entre outros. Além disso, podiam ocorrer as chamadas “estáticas”, que interrompiam as transmissões. A reversão desse processo viria com o progresso da técnica, isto porque os problemas relacionados à radiodifusão já estavam sendo

sistematicamente pesquisados pelos grandes fabricantes de aparelhos e componentes de rádio dos Estados Unidos e da Europa.

Mesmo enfrentando vários problemas de ordem técnica e financeira a radiodifusão no Brasil estava em expansão. Das 23 emissoras em funcionamento, sete se localizavam no Rio de Janeiro, quatro em São Paulo, sendo três no interior do Estado; em Belém, Recife, Fortaleza, Salvador e Curitiba (uma cada); uma em Porto Alegre (outra em Pelotas); uma em Belo Horizonte (outra em Juiz de Fora). (ORTIZ, 1988).

No início da década de 1930, algumas experiências desenvolvidas na cidade de Franca no campo da radiodifusão, despertaram o interesse de José Cláudio Louzada aproximando-o de José da Silva Bueno<sup>32</sup>, um dos fundadores do rádio nessa cidade. A partir do estudo de um transmissor adquirido na França pelo médico francano, Jonas Deocleciano Ribeiro, em uma de suas viagens àquele país, os professores Bueno e Monteiro trabalhavam na construção de um transmissor tecnicamente mais aperfeiçoado.

A insatisfação de Louzada com a potência e qualidade sonora do “Radio Club” levou-o a entrar em contato com o professor Bueno e solicitar uma avaliação técnica para o transmissor da emissora. José da Silva Bueno atendeu ao pedido de Louzada e viajou a Ribeirão Preto onde:

Após vistoriar o transmissor [...] promptica-se a pô-lo em ordem, em seu laboratório, instalado em Franca. Para aquela cidade segue o transmissor do Radio Club de Ribeirão Preto [...] Quarenta e seis dias depois, José Cláudio Louzada, acompanhado de sua exma. Senhora, atendendo a um convite telephonico de José da Silva Bueno vai a Franca, para assistir às experiências do aparelho. De Franca, José Cláudio Louzada voltou plenamente satisfeito. (A VERDADE...,1939, p.14).

Depois dos reparos e ajustes técnicos necessários, o transmissor do “Radio Club” seguiu para Ribeirão Preto onde foi novamente instalado. Apesar da baixa potência, a emissora de Ribeirão Preto podia ser ouvida em várias cidades do Estado. Do encontro, Louzada conseguiu firmar um acordo com Bueno para a

---

<sup>32</sup> Em 1925, um ano após a fundação do “Radio Club de Ribeirão”, o dentista e professor de eletricidade da “Escola Profissional de Franca” José da Silva Bueno, juntamente com o professor de mecânica, José Pires Monteiro e o médico Jonas Deocleciano Ribeiro, fundaram na cidade de Franca distante cerca de 90 quilômetros de Ribeirão Preto o “Radio Club Hertz”, sob o prefixo “PRA-Z”, mais tarde substituído pelo “PRB-5”.



construção de um transmissor igual ao que estava sendo desenvolvido pelo professor em Franca.

Além de melhorar a qualidade sonora e aumentar a potência da emissora, Louzada pretendia instalá-la em um local mais amplo, que comportasse melhor seu estúdio e o transmissor. Este propósito impulsionou Louzada a fazer um acordo com os membros da “Sociedade Legião Brasileira de Cultura e Civismo” para a utilização de um espaço no prédio da associação.

Em 7 de junho, a “PRA-I” transmitiu seu primeiro programa em suas novas instalações. Para marcar a data a emissora preparou uma programação especial com a distribuição de centenas de folhetos à população. As apresentações começaram às 20 horas com uma conferência didática sobre radiodifusão, conforme mostra a programação impressa no folheto do “Programa Inaugural do Radio Club de Ribeirão Preto”:

#### Iª Parte

- 1- ‘Prelecção sobre o Radio’, pelo prof. Sr. Plínio dos Santos
- 2-a) ‘Concerto na Floresta’, Idílio, de J. Hauser;  
b) ‘Tempos Passados’, Tonstuck, de A. Smetak; executados pelo Quinteto Max, composto dos srs. Max Barstch, cithara; Francisco De Biase, violino; dr. Camillo M. Xavier, flauta, Ranieiri Maggiori, bandolim e Arthur Marsicano, violão.
- 3-a) Primeiro tempo da ‘sonata’ de Beethoven,, op. 31 n. 2;  
b) ‘Brahms’, valsa, solos de piano pela srta. Guiomar Leite.
- 4- ‘Poesias’ pela interessante menina Célia de Mattos, com 5 anos de idade, filha do dr. Camillo de Mattos.
- 5- a) ‘Te Fuiste Xingolo’, tango argentino;  
b) ‘Nelly’, valsa;  
c) ‘Mamãe, eu quero um noivo’, tango argentino;  
Executados pelos srs. Guido Crosta, violino; Amadeu Mugnai, violoncello; Vicente Loducco (Caracafú), serrote e bandoneon; José Cavalcante Silva (Dedé), piano,

#### IIª Parte

- 1- Grupo de Violões ‘ Esmeralda M. Barros’.  
a) ‘Zaraza’, 1tango;  
b) ‘Hula’, valsa,  
c) ‘ Tico-Tico vuô’, samba emollada;  
Executados pelas srtas. Maria Antonieta Monteiro de Barros, Aidéa Sampaio, Celisa Barros, Cléa Miranda e Gylda Procópio.
- 2- a) ‘Saudade’ poesia de Guilherme de Almeida;  
b) ‘A Amisade’, poesia de Presciliana de Almeida, pela prof. Srta. Zoraide de Freitas.
- 3- ‘Guarany’, fantasia, piano a 4 mãos, pelas irmãs Diva e Olga Tariá.
- 4- a) ‘Suonno r Rose’, canção napolitana;

- b) 'Fado Liró, canção, pelo prof. Paschoal De Muzzio, com acompanhamento ao piano pelo sr. Honorato De Lucca
- 5- 'Delírio', fantasiasolo de violão pelo prof.. Aristides P. Longo

### IIIª Parte

- 1-'Valsa de Moszkowski', solo de piano pela srta. Cidinha Lambert.
  - 2-'Serenata de Drdla', solo de violino pelo sr. Francisco De Biase, com acompanhamento ao piano, pela srta. Cidinha Lambert.
  - 3- a) 'Ranchinho abandonado';  
b) 'Geantine', cantos pelo sr. Miguel Baracchini.
  - 4- 'Valsa' Lenta', de H. Osvaldo, solo de piano pela srta. Coraci Barreto.
  - 5- 'Introdução e Cavaline', de Jules Demersseman, solo de flauta pelo sr. Dr. Camillo M. Xavier, com acompanhamento ao piano pelo sr. Honorato De Lucca.
  - 6- ' Toada do Quinteto de Ranieiri Maggiori', pelo Quinteto. Letra do prof. Alcides Guião.
- Das 19,30 horas até às 20 horas, tocará gentilmente o 'Jazz-Band Moderno'. (PROGRAMA INAUGURAL..., 1930, 7 jun.).

É importante ressaltar que, nesse período, a programação da "PRA-I" ainda apresentava um forte conteúdo ligado aos elementos do universo social das elites econômicas e intelectuais da época, e neste sentido, acabava por reproduzir seus valores artísticos, suas idéias e seus símbolos. Das palestras em linguagem rebuscada aos concertos de música clássica e óperas, a emissora acabava se distanciando da realidade popular de Ribeirão Preto. No entanto, o caráter amadorístico e o predomínio dos aspectos eruditos na programação da emissora de Ribeirão Preto não se manteriam por muito tempo.

A possibilidade de exploração do rádio por particulares, alcançada a partir da legislação de 1924, representou a abertura de um espaço por onde outros interesses, além daqueles relativos à educação, pudessem atuar no novo meio de comunicação. Esses interesses, embora estivessem ligados aos grupos dominantes que, nessa primeira etapa, garantiram, de certa forma, o caráter educativo e cultural do veículo, representavam também setores da atividade radiofônica vinculados à esfera empresarial capitalista e, neste sentido, não demoraria muito para que os apelos econômicos das emissoras suplantassem os limites impostos tanto pela legislação quanto pelos princípios educativos que nortearam a sua implantação, incorporando a sua estrutura elementos ligados a outras esferas sociais, atendendo, assim, aos interesses do mercado capitalista.

Ao final da década de 1920, o governo começa a sofrer pressão por parte dos empresários e de grupos ligados ao rádio para que fossem ampliados os incentivos oficiais à radiodifusão e que as emissoras pudessem incluir publicidade na programação. Apesar de a legislação estabelecer que o governo reservava para si “[...] o direito de permitir a difusão radio-telephonica (broad-casting) de annuncios e reclames comerciaes” (BRASIL, 1925, p.366), uma das formas verificadas de pressão verificava-se na própria estruturação da programação das emissoras a partir do final da década de vinte.

Embora a inclusão de propaganda na programação radiofônica ainda fosse proibida, uma das maneiras encontradas por muitas emissoras para burlar essa proibição consistia em incluir ao final das transmissões o nome de companhias ou estabelecimentos comerciais que, pertencendo ao conjunto de sócios das emissoras, haviam contribuído para a realização dos programas.

Em Ribeirão Preto, a Prefeitura chegou a contribuir financeiramente com a “PRA-I”, em troca da utilização da emissora para transmitir comunicados à população. Grande parte dos sócios e contribuintes beneméritos do “Radio Club” possuía ou mantinha ligações profissionais com várias empresas e estabelecimentos comerciais da cidade, como era o caso, por exemplo, de Max Bartsch, gerente da “Companhia Antartica”, Lauro Ribeiro, gerente da “Caixa Econômica Federal”, ou ainda do importante empresário e comerciante, Antônio Diederichen, proprietário de oficinas mecânicas e da “Concessionária Ford”.

As ligações entre as emissoras e as companhias importadoras de aparelhos de rádio também iriam contribuir para que se ampliasse a inclusão desse tipo de publicidade na programação radiofônica. Isso porque, embora a principal fonte de renda das emissoras ainda fossem as mensalidades pagas pelos associados, a união entre companhias que atuavam na área de componentes eletrônicos e as emissoras de rádio abriria para a radiodifusão novas perspectivas, tanto no plano técnico, quanto no plano financeiro.

Quanto a esta questão é oportuno mencionar que a passagem da direção técnica do “Radio Club de Ribeirão Preto”, após 1928, para o controle de José Cláudio Louzada, comerciante e proprietário da “Casa São Benedicto”, distribuidora

de aparelhos receptores e acessórios da marcas “R.C.A” – “Philco” e “Philips”<sup>33</sup>, significava que interesses comerciais passariam a atuar na produção radiofônica, indicando o início de um processo baseado na progressiva transformação dos ouvintes em consumidores potenciais dos produtos que, nessa etapa, eram anunciados de forma indireta.

Paradoxalmente, um dos argumentos invocados pelos que defendiam a inclusão da publicidade na programação radiofônica era a importância do rádio como instrumento de educação, de integração e de cultura, simbolizando o desenvolvimento e o progresso, o que justificava maior liberdade e apoio à radiodifusão.

As condições que se apresentavam para a expansão da radiodifusão eram sensivelmente captadas pela direção do “Radio Club”, fazendo com que a emissora se tornasse uma das pioneiras na busca pelo aprimoramento técnico. Após reuniões e conversas com Louzada e demais diretores do “Radio Club”, Bueno pôs em prática o projeto para a construção de um novo transmissor para a “PRA-I”. Apesar de possuir a mesma potência (20 watts), o novo aparelho era tecnicamente mais aperfeiçoado. Com cerca de 80 centímetros de altura e 40 de largura, o novo transmissor possuía duas divisões horizontais, nas quais eram distribuídas as válvulas e demais equipamentos que incluía um motor de vitrola e um suporte para os discos, adaptados a uma pequena mesa e ligados a um radioreceptor que funcionava com um alto-falante separado.<sup>34</sup>

Com o tempo, a amizade e os objetivos em comum acabaram unindo José Cláudio Louzada e José da Silva Bueno em novos projetos. Em 1931, Bueno e Louzada começaram a negociar com empresas norte-americanas o fornecimento de peças para a construção de um transmissor para elevar a potência da emissora para 50 quilowatts. Um ano depois o novo transmissor era o que havia de mais moderno em termos tecnológicos.

No início de 1932, José da Silva Bueno esteve durante dez dias em Ribeirão Preto, instalando o novo transmissor “eficiente e moderno”. (BREVE...,1932, p.3). O novo aparelho destacava-se pela tecnologia que modificou a transmissão e a modulação por amplitude, era também o único do país a utilizar o dispositivo

---

<sup>33</sup> Informação obtida por meio de anúncio veiculado pelo jornal “A Cidade” de Ribeirão Preto em dezembro de 1931.

<sup>34</sup> Depoimento fornecido por Jacintho Rodrigues Silva, operador técnico do “Rádio Club” ao Museu da Imagem e do Som, de Ribeirão Preto no ano de 1996. SILVA (1996).

oscilador de acoplamento eletrônico, com quatro níveis que separavam a radiofrequência.

Esses avanços técnicos fizeram com que o novo transmissor fosse considerado o mais moderno em operação no país, possibilitando a ampliação do campo de atuação do “Radio Club”. Paralelamente, o mercado de aparelhos de rádio também estava se adequando à expansão das emissoras. Nas capitais brasileiras ou em cidades do interior, empresas comerciais de grande porte, assim como pequenos comércios passaram a oferecer grande variedade tanto de aparelhos de rádio, como de peças avulsas para a montagem de aparelhos. A radiodifusão brasileira achava-se próxima a transformar-se em um meio de comunicação mais amplo, e uma das manifestações que apontava nessa direção era o aparecimento de um comércio mais sistemático de aparelhos de rádio.

No final da década de 1920, já é possível verificar um significativo crescimento da veiculação de anúncios de peças e aparelhos de rádio em revistas e jornais<sup>35</sup>. A fim de salientar a importância do produto foi possível perceber que os anúncios procuravam valorizar a qualidade tecnológica dos aparelhos, sua função e

implícito pela exploração comercial do veículo que, nesse momento, já permeava a radiodifusão de Ribeirão Preto.

O progressivo desenvolvimento técnico da radiodifusão e sua gradativa incorporação à esfera empresarial capitalista, possibilitaram que o rádio comercial superasse os obstáculos legais que impediam sua integração ao esquema comercial e industrial. Após 1932, com a promulgação da lei que autorizava a veiculação de publicidade, a radiodifusão brasileira que, de certa forma, já vinha se desenvolvendo nos moldes comerciais se libertaria definitivamente de seu caráter amadorístico, predominante até aquele momento, e caminharia em direção a sua profissionalização e consolidação como empresa capitalista.

Para autores como André C. Madrid (1972, p. 39), o “[...] rádio colocaria a serviço da vida econômica nacional todas as suas potencialidades, consolidando-se, definitivamente como veículo de múltiplos objetivos, de expressão popular e integração nacional”. Inserida neste modelo comercial e competitivo, a “PRA-7” iria disputar o elemento fundamental para a consolidação e manutenção de sua atividade: o público ouvinte.

Além da introdução da publicidade na programação radiofônica, outros fatores iriam contribuir para que a radiodifusão, ao longo da década de 1930, se transformasse gradativamente em um empreendimento comercial capitalista. As modificações ocorridas neste período com a crise do café e a emergência do comércio e da indústria, aliados às mudanças na própria estrutura administrativa federal com forte centralização do poder executivo, formaram o contexto que favoreceu o desenvolvimento da radiodifusão.

Neste momento iriam despontar interesses ligados à constituição e ampliação do mercado interno, cuja dinâmica conduzia à criação de novas necessidades e a transformação destas em desejos coletivos. Um novo estilo de vida, relacionado à experiência urbana e à proliferação de bens de consumo, iria interagir com tradições sociais de um país que ainda era predominantemente rural.

Getúlio Vargas, além ver no rádio potencial político e utilizá-lo dentro de seu projeto de governo, foi o grande idealizador da função do rádio como agente econômico. Vargas não apenas se empenhou em expandir a rede de emissoras em todo o país, como também criou o mecanismo de concessão de canais, que

propiciou o controle das emissoras pelo Estado<sup>36</sup>. Para Maria Salett Tauk Santos, o ciclo funcionou de forma coerente com os interesses do Estado:

Vargas traçava um programa de expansão industrial que necessitava de um mercado interno de consumo. Os canais eram concedidos a grupos ligados às atividades políticas ou empresariais. As emissoras passaram a veicular novos produtos, ao mesmo tempo em que articulam as massas no processo de consumo. E o ciclo se completa quando a partir de 1933 é incrementada a propaganda através do rádio. (SANTOS, M. S. T, 1985, p.58)

O surgimento de novas emissoras de rádio, o aperfeiçoamento técnico das transmissões e o aumento da produção de aparelhos de rádio, reduzindo seus custos, possibilitaram que se desenvolvesse em torno da radiodifusão, uma estrutura comercial que iria atingir não só as emissoras e sua programação, mas também outras áreas que estavam ligadas direta ou indiretamente ao veículo, como por exemplo, as empresas distribuidoras de discos e a imprensa escrita.

Acerca da imprensa é importante observar que as revistas especializadas em radiodifusão surgiram ainda na década de 1920, contendo um universo temático que abrangia desde a programação radiofônica propriamente dita até informações de caráter técnico, como a montagem de aparelhos receptores. Algumas dessas revistas se apresentavam como órgãos oficiais das emissoras de rádio, produzindo, fora do âmbito específico da programação radiofônica, outra forma de interação entre a emissora e seus associados.

Com o surgimento dessas revistas, os ouvintes passaram a contar com um veículo impresso que continha não só as notícias relativas à emissora de sua preferência, mas também informações gerais sobre o desenvolvimento da radiodifusão. Estes são os casos, entre outros, da “Revista Rádio”, criada em outubro de 1923, como órgão oficial da “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” e, posteriormente da “Rádio Clube de Pernambuco”, “Rádio Clube Cearense” e “Rádio Sociedade da Bahia”, tendo como diretor Roquette Pinto e também da “Revista Antena”, fundada em abril de 1926, cujo diretor, o engenheiro Elba Dias, era também diretor técnico da “Rádio Club do Brasil”, sendo que a própria revista se apresentava

---

<sup>36</sup> O governo brasileiro havia adotado o sistema misto de radiodifusão, no qual a manutenção econômica e o seu desenvolvimento técnico ficavam a cargo das estruturas comerciais centradas na publicidade, com o Estado mantendo o controle sobre a exploração, a regulamentação e a fiscalização da atividade.

como periódico oficial dessa emissora e de outras duas: a “Rádio Club de Ribeirão Preto” e a “Rádio Club Catarinense”.

Vislumbrando um futuro promissor no setor de radiodifusão, José C. Louzada e José da Silva Bueno criaram, em janeiro de 1933, a “Louzada, Bueno & Cia.”, uma empresa de eletrônica especializada em equipamentos, desenvolvimento de projetos, construção e montagem de transmissores e estações radiodifusoras.

Instalada em um pequeno cômodo na Rua Tibiriçá com General Osório, a “Louzada, Bueno & Cia” iniciou suas atividades fabricando várias peças para a construção e montagem de transmissores. Os únicos aparelhos não fabricados eram as “válvulas e medidores de tensão para os transmissores”<sup>37</sup>. A empresa de Louzada e Bueno começou a representar os produtos “Phillips” na região, comercializando inclusive toca-discos e aparelhos de rádio. Muitos aparelhos eram vendidos pelos próprios locutores do “Radio Club”.

No entanto, o “Radio Club” possuía somente 64 associados, sendo que em toda a cidade existiam apenas 700 aparelhos de rádio. Acácio Silveira, um dos primeiros locutores da emissora percorria vários bairros e fazendas oferecendo os aparelhos de rádio. O locutor deixava o aparelho em consignação com o cliente e após alguns dias voltava para concluir a venda. (ROVERI, 1986).

Ainda no ano de 1933, a empresa de Louzada e Bueno começou a trabalhar para aumentar a potência da emissora. O projeto era construir um transmissor de 500 watts. Entretanto, para a concretização desse novo empreendimento Louzada e Bueno tiveram que contar com o patrocínio e a trabalho de várias empresas locais. A empresa “Força e Luz” forneceu alguns equipamentos e transformadores. A “Casa Costa” forneceu material para a construção dos condensadores para alta voltagem. A “Escola Profissional de Ribeirão Preto” prestou serviços de torno, modelando várias peças do transmissor. Outras oficiais mecânicas, entre as quais a de Antônio Diedericksen, realizaram o trabalho de construção das armações de ferro e das torres de sustentação das antenas. (UMA FESTA...,1934)

O conjunto transmissor de 500 quilowatts do “Radio Club” foi totalmente desenvolvido e montado nos laboratórios de Louzada e Bueno, salientando que cerca de 90% das peças utilizadas para sua construção foram fabricadas por empresas da cidade de Ribeirão Preto. (PRA-7 RADIO...,1934).

---

<sup>37</sup> Depoimento fornecido por Jacintho Rodrigues Silva, operador técnico do “Rádio Club” ao Museu da Imagem e do Som, de Ribeirão Preto no ano de 1996. SILVA (1996).



Além disso, o novo transmissor foi construído com a possibilidade de ampliação de sua potência para até 10.000 watts. As duas torres de transmissão tinham cerca de 30 metros de altura, já o conjunto transmissor era composto por seis peças, sendo quatro armações grandes e uma pequena, além de uma mesa. (UMA FESTA..., 1934, p.6).

O novo transmissor de 500 watts emitia um sinal com capacidade para cobrir uma área superior a 300 quilômetros, fazendo com que a emissora pudesse ser captada em todo o Estado de São Paulo e em vários Estados brasileiros. Um anúncio publicado pelo periódico “A Tarde” de 15 de dezembro de 1934 divulgou a relação dos Estados e cidades que recebiam o sinal do “Radio Club”:

Do Coração de São Paulo para todo o Brasil:  
Belém (Para); Pires do Rio (Goyaz); Ipamery (Goyaz); Santa Rita do; Parahybuna (idem); Araguary (Minas); Uberaba (Minas); Ibiracy (Minas); Belo Horizonte (idem); Ouro Preto (idem); São Sebastião do Paraíso (idem); Queluz (idem); Castello (Espírito Santo); Petrópolis (Estado do Rio); Niteroy (Estado do Rio); Rio de Janeiro; Curitiba (Estado do Paraná); Campo Grande (Matto Grosso); Ilhéus (Bahia); Presidente Prudente (São Paulo); Lorena (idem); Campos do Jordão (idem); Taubaté (idem); Itu (idem); Sorocaba (idem); São Paulo; Rio Preto (São Paulo); Tatuhy (São Paulo); Araçatuba (São Paulo); Piracicaba (São Paulo); Pindamonhangaba (São Paulo), e mais quatrocentos lugares de todos os estados, ouvem diariamente nossa irradiações. (DO CORAÇÃO..., 1934, p. 8).

Em 14 de janeiro de 1934, após aproximadamente oito meses de trabalhos, ocorreu a cerimônia de inauguração do novo transmissor de 500 watts do “Radio Club”. A data marcaria ainda a inauguração do novo estúdio da emissora que passaria a funcionar no Edifício Alzira Maldonado, e a troca do prefixo “PRA-I” para “PRA-7”, conforme a autorização do Ministério da Viação e Obras Públicas.

Uma programação especial foi elaborada e irradiada após a inauguração que “começou exatamente às 14 horas, quando o Dr. Rubens Noronha Gitahy, Diretor Regional dos Correios e Telégrafos procedeu à ligação mestra do transmissor e a seguir pronunciou eloqüente discurso”. (O DIA..., 1934, p.3).

Neste mesmo período, José da Silva Bueno, que havia fixado residência em Ribeirão Preto devido a sua associação na empresa “Louzada, Bueno & Cia”, tornou-se também sócio da “PRA-7”, integrando a diretoria eleita para os anos de 1934-35, com o cargo de diretor técnico. A partir de então, Louzada e Bueno começaram a dedicar-se exclusivamente a “PRA-7”. Louzada ficou responsável pelo

setor administrativo e comercial e Bueno assumiu a área técnica. Um acordo entre a empresa “Louzada, Bueno & Cia.” e os demais diretores da “PRA-7”, estabeleceu que a empresa iria fornecer todos os materiais utilizados para a manutenção da emissora, assim como a assistência técnica necessária.

José da Silva Bueno estava sempre pesquisando junto as grandes empresas estrangeiras, como “Phillips”, “Westinghouse”, “General Electric”, novas tecnologias para serem aplicadas na emissora. Roveri (1986, p. 76) destaca que “Bueno comprava os melhores microfones, válvulas, gravadores, as melhores mesas de som, enfim, tudo o que existia de melhor na Europa e nos Estados Unidos”.

No final de 1934, Bueno informava aos sócios e demais diretores da “PRA-7” que havia iniciado os trabalhos para “a construção das peças, para elevar a potência do transmissor de quinhentos watts, para mil watts, devendo estar tudo pronto para a devida inauguração até o fim do mês de fevereiro”. (ATA..., 1934, 30 dez.). No entanto, a substituição do transmissor de 500 watts por um de 1000 watts, ocorreu somente em 14 de abril de 1935. Segundo trechos de um texto veiculado pela imprensa, os avanços técnicos consistiam “[...] na remodelação do transmissor e a aplicação do sistema de Classe B, no seu modulador, tão moderno em um rádio broadcasting que somente duas estações recentemente inauguradas no Brasil o possuem”. (A PRA-7 ELEVOU..., 1935, p.3). O novo sistema de transmissão apresentava como diferencial o “Controle a Crystal.”<sup>38</sup>

Essa matéria sobre a instalação do transmissor de 1000 watts da “PRA-7”, ilustra o caráter comercial que vinha progressivamente definindo o desenvolvimento do rádio em Ribeirão Preto. A publicação de anúncios da emissora em jornais e revistas não se limitava à cidade de Ribeirão Preto. Eram veiculados informes publicitários em vários meios impressos do Estado de São Paulo. Geralmente, os anúncios destacavam frases como: “Annunciar no Radio Club de Ribeirão Preto é Annunciar em toda vasta e extensa zona oeste,”<sup>39</sup> ou ainda, “O melhor veículo de Propaganda no Interior: Radio Club de Ribeirão Preto”<sup>40</sup>. Muitas vezes os informes publicitários eram veiculados sob a forma reportagens que exaltavam a qualidade

---

<sup>38</sup> Anúncio publicado no “Diário de São Paulo” (SP), em 22 de fevereiro de 1935. (Acervo do Arquivo Público e Histórico de Ribeirão Preto).

<sup>39</sup> Anúncio publicado no “Diário da Manhã” de Ribeirão Preto em 23 de maio de 1934. (Acervo do MIS do Ribeirão Preto).

<sup>40</sup> Anúncio publicado no “Diário de São Paulo” (SP), em 22 julho de 1934. (Acervo do Arquivo Público e Histórico de Ribeirão Preto).

técnica da emissora, sua estrutura radiofônica e sua organização comercial, ressaltando sempre seu potencial como veículo de propaganda.

Com base na leitura das matérias publicadas é possível afirmar que ao procurar valorizar os avanços tecnológicos da “PRA-7”, os textos e anúncios transmitem a idéia de que uma emissora dotada de uma aparelhagem de maior alcance e montada sob as melhores condições técnica da época era capaz de levar aos lugares mais distantes todos os programas e, conseqüentemente, a propaganda dos seus patrocinadores.

O crescente desenvolvimento técnico do “Radio Club de Ribeirão Preto”, quanto dos aparelhos de rádio, permitindo o acesso de um número maior de pessoas ao veículo, uma maior freqüência e melhor qualidade das transmissões, aliado aos novos interesses econômicos envolvidos em torno da radiodifusão, como a transformação gradual da emissora em empresa de caráter comercial, onde a publicidade, ainda que de forma tímida, surge como fonte alternativa de recursos para a emissora, proporcionará a sua entrada numa nova etapa de desenvolvimento que irá alterar em grande parte a relação do veículo com outros setores sociais que, nos anos iniciais de seu desenvolvimento, tiveram sua participação orientada, em certa medida, pelo imaginário das elites dominantes.

Neste sentido, é possível afirmar que ao transformar sua organização interna e incorporar novos elementos culturais, o rádio em Ribeirão Preto iria, progressivamente, distanciar-se de seu caráter elitista e caminhar em direção a sua popularização, produzindo uma programação que atendesse às expectativas do receptor. Entretanto, ao mesmo tempo em que o veículo é dotado de potencialidades para moldar a sociedade, também pode ser moldado por ela em todos os aspectos.

## **CAPÍTULO 3 O RÁDIO E SUA VOCAÇÃO COMERCIAL: NOVOS RUMOS PARA O RADIO CLUB DE RIBEIRÃO PRETO**

### **3.1 O rádio e sua relação com o mercado capitalista**

O período de 15 anos que se desdobra entre 1930 e 1945 foi um momento histórico e decisivo na trajetória do país, que, através das reformas introduzidas por Getúlio Vargas, ingressou numa nova etapa. Entre 1933 e 1939, verificou-se o desencadeamento de um processo de industrialização no Brasil, quando o ritmo de crescimento da indústria alcançou 11,28% ao ano, superando por larga margem o crescimento da agricultura. Antes, como ressaltam Villela e Suzigan (1973, p. 161-191) ocorreram apenas surtos de crescimento industrial.

Sob o primeiro governo Vargas, a indústria passou a ser o centro dinâmico da economia, deslocando o setor agrário para uma posição inferior, lembrando que cerca de 70% dos estabelecimentos industriais levantados pelo Censo de 1940 (IBGE, 1940), foram fundados depois de 1930. Coube ao primeiro governo Vargas administrar essa transição da ordem agro-exportadora para a era urbano-industrial.

O Estado foi o agente deste esforço de transformação, mobilizando os recursos externos e internos, criando incentivos à produção interna, apoiando a indústria nacional, buscando ao mesmo tempo atrair os investimentos externos necessários. Sob o impacto deste conjunto de políticas, observou-se a incorporação dos principais atores da ordem capitalista em formação: empresários e trabalhadores industriais.

O empresariado brasileiro despertou para esse novo papel, tornando-se também um dos protagonistas da mudança. Tal conversão se deu no bojo de um processo intenso de reformas, que foram executadas ao longo do período de 1930 a 1945. As reformas que se transformariam no traço distintivo da Era Vargas lançaram os fundamentos político-institucionais da ordem industrial em gestação. Tiveram, pois, um impacto basicamente inovador, abrindo o caminho para a ascensão dos interesses ligados à produção fabril e ao fortalecimento do mercado interno.

Esse intenso processo de reformas impulsionou mudanças na coalizão dominante mediante a incorporação das elites industriais emergentes, embora sem desalojar as elites tradicionais, configurando o chamado “Estado de compromisso”, usando a expressão de Boris Fausto (1986). Com o suporte da nova coalizão, foram

executadas as políticas que implantariam o novo modelo econômico voltado para a industrialização e calcado no tripé empresa nacional privada, empresa estatal e empresa estrangeira, que perdurou ao longo de todo o período de vigência da industrialização por substituição de importações (1930 -1980). (VILLELA; SUZIGAN, 1973, p. 161-191)

Neste sentido, uma mudança de peso refere-se ao padrão de articulação entre o Estado e a sociedade mediante a instauração da estrutura corporativa de representação de interesses. O novo padrão, inspirado no modelo corporativo, permitiria a incorporação política dos atores emergentes – empresariado industrial e trabalhadores urbanos – numa estrutura hierárquica e verticalizada, sob a tutela do Estado. Este modelo de corporativismo estatal concedeu maior liberdade de ação aos empresários, em contraste com os trabalhadores urbanos, submetidos à disciplina e ao controle do Estado, sob o lema da “paz social” e do princípio da colaboração entre as classes, típicos da modalidade de corporativismo aqui implantado.

O novo sistema se completou com a criação de inúmeros órgãos técnicos, conselhos e comissões, no interior da burocracia estatal. Tais órgãos, nos quais se abriu espaço para a representação dos interesses empresariais, tinham um caráter consultivo, funcionando como um fórum de debates entre elites técnicas e empresariais e como arenas de negociação entre os setores público e privado.<sup>41</sup>

Finalmente, as reformas de Vargas inauguram uma fase de expansão dos direitos sociais, com a introdução e o aperfeiçoamento da legislação social, nas áreas sindical, trabalhista e previdenciária. Em contrapartida, os direitos civis e políticos foram duramente restringidos, sobretudo após o golpe de Estado que implantou o Estado Novo. O custo político desta era de reformas foi a instauração do regime ditatorial em 1937.

Em outra esfera, a partir da década de 1930, ocorre a intensificação do deslocamento populacional das áreas rurais para as urbanas, orientados pela própria dinâmica da economia capitalista. Uma maior concentração populacional nas cidades e a industrialização proporcionaram a oportunidade de ampliação do mercado interno. Segundo Canclini (1999, p. 56-72), inicia-se um período em que

---

<sup>41</sup> Entre os mais importantes, pode-se citar o Conselho Federal de Comércio Exterior (CFCEX), criado em 1934, o Conselho Técnico de Economia e Finanças (CTEF), criado em 1937, a Comissão de Mobilização Econômica (CME), de 1942, o Conselho Nacional de Política Industrial e Comercial (CNPIC), criado em 1943 e a Comissão de Planejamento Econômico (CPE), criada em 1944. (VILLELA; SUZIGAN, 1973, p.161-191)

um novo estilo de vida, relacionado à experiência urbana e a proliferação de modernos bens de consumo, interage com tradições sociais de um país que ainda é predominantemente rural.

A demanda por bens de consumo é estimulada e o mercado de bens culturais dá seus primeiros passos. Por outro lado, esta sociedade que aspira ser moderna mantém espantosa taxa de analfabetismo, por isso, nada mais apropriado que as ondas radiofônicas para atingir um público tão disperso territorialmente e, em sua quase totalidade, composto de iletrados. O rádio desenvolver-se-ia nessa conjuntura, pois se apresentava como um veículo capaz de ativar vendas através da publicidade.

Em seu estudo, Milanesi (1978, p. 89), afirma que “o rádio passaria a ser incluído entre os objetos básicos do lar, mais um utensílio previsto entre as utilidades domésticas. Em poucos anos o veículo ganharia popularidade, deixando de ser privilégio das famílias economicamente mais abastadas”. Isso permitiria à radiofonia exercer influência sobre um número de pessoas amplamente superior ao público leitor de jornais. E se este era o mais importante veículo informativo, perderia a sua primazia, pois o rádio iria oferecer uma programação próxima da expectativa do público. Além disso, boa parte da população letrada encontraria no rádio aquilo que, anteriormente, procurava nos jornais.

Sustentadas pelas indústrias e pelo comércio, as empresas radiofônicas iriam procurar levar até as mais distantes localidades, a mensagem mais uniforme possível, patrocinada pelos empresários. O rádio passa a adquirir uma nova função, pois atuaria como uma espécie de vitrine dos grandes centros e seus produtos, que seriam mostrados nas mais diferentes e distantes localidades: pequenas cidades, vilarejos e, inclusive, na zona rural. Independente de uma programação mais educativa ou menos educativa, mais cultural ou menos cultural, o rádio, enquanto a televisão não existia, desempenhou o concomitante papel de mostruário de novos valores e novos produtos.

A situação da radiodifusão brasileira começou a sofrer importantes modificações a partir da publicação do decreto 21.111 de março de 1932, que complementava o de número 20.047, de maio de 1931, permitindo a propaganda comercial. Para vários autores, como Maria Elvira Federico (1982), ele representou um marco na radiodifusão brasileira, porque significou a implantação do estatuto jurídico da radiocomunicação no Brasil, inaugurando uma nova etapa na história da

radiodifusão brasileira. Segundo o artigo 73 do decreto 21.111:

Durante a execução de programas é permitida a propaganda comercial, por meio de dissertações proferidas de maneira concisa, clara e conveniente a apreciação dos ouvintes, observadas as seguintes condições:

a) O tempo destinado ao conjunto dessas dissertações não poderá ser superior a dez por cento (10%) do tempo total de irradiação de cada programa;

b) Cada dissertação durará no máximo, trinta (30) segundos;

c) Não será permitida na execução dessas dissertações, a reiteração de palavras ou conceitos. (BRASIL, 1942, v.I, p.313).

Apesar de o artigo instituir uma série de restrições referentes à maneira pela qual as propagandas devessem ser produzidas, ou mesmo quanto à forma de sua divulgação, ele representou o reconhecimento oficial da utilização do rádio como veículo comercial<sup>42</sup>, possibilitando que as emissoras passassem a contar com outra fonte de recursos que iria, progressivamente, substituir as tradicionais contribuições feitas pelos seus sócios.

Contudo, mesmo atendendo às reivindicações das emissoras e adequando a legislação à nova realidade brasileira que estava em expansão comercial, o governo federal ainda mantinha rígido controle sobre a radiodifusão e atuava como instância fiscalizadora dessa atividade – considerada de interesse nacional – estabelecendo como finalidade principal do rádio, a educação.

O decreto 21.111 apresentava uma série de regulamentos que definia "os recursos de radiodifusão como uma atividade de interesse nacional e de fins educacionais". Uma série de outros regulamentos concentrava nas mãos do Estado os principais instrumentos de controle da radiodifusão, determinando, por exemplo, que "as concessões para exploração da atividade radiofônica fossem outorgadas por

---

<sup>42</sup> Como foi discutido no capítulo 1, apesar do decreto nº 16.657 de 1924 proibir a propaganda comercial pelo rádio havia alguns pontos na legislação que davam margem a diferentes interpretações. Em primeiro lugar, o decreto não restringiu totalmente a utilização comercial do veículo ao considerar legítima sua exploração para fins "artísticos", que nesse caso, essa finalidade poderia ser interpretada de várias maneiras. Em segundo, ao determinar que "O governo reserva para si o direito de permitir a difusão radio-telephonia (broad casting) de anuncios e reclames comerciais" (BRASIL, 1925, p. 366), esse artigo centralizava nas mãos do Estado, o direito de veicular mensagens publicitárias, possibilitando num primeiro momento - mediante permissão oficial - a inserção de mensagens publicitárias na programação radiofônica. Dessa forma, nota-se, portanto, que o Decreto de 1924 já previa a possibilidade de exploração comercial das emissoras e atribuía ao poder executivo o direito de decidir quando isso seria feito. Além disso, no final da década de 1920, já era significativa a pressão exercida pelos grupos sociais interessados no potencial comercial do rádio, segundo Federico (1982, p. 53), algumas emissoras – burlando a legislação - já comercializavam normalmente seus espaços, preenchendo a programação com os chamados "reclames".

decreto governamental", além da criação de uma "Comissão Técnica de Rádio" – composta por cinco membros indicados pelo próprio governo federal –, encarregada do planejamento e controle técnico das atividades de radiocomunicação e das emissoras de rádio que continuariam subordinadas ao "Ministério da Viação e Obras Públicas". (BRASIL, 1942, p. 292-294).

Com a entrada do patrocínio comercial na programação das emissoras, a radiodifusão educativa e cultural, idealizada por Roquette Pinto, cederia espaço para um rádio comercial, voltado para os interesses do mercado capitalista. "As emissoras desenvolveriam uma programação dirigida aos interesses da população e inaugurariam um esquema competitivo no qual prevaleceria o poder econômico". (FEDERICO, 1982, p. 58).

Desde sua fundação, a emissora de Ribeirão Preto era mantida, basicamente, por contribuições financeiras de seus sócios. José Cláudio Louzada, por exemplo, utilizou-se de seus próprios recursos para custear a montagem de transmissores e instalações da emissora. No início, apenas alguns funcionários recebiam salários, conforme as possibilidades da emissora. No entanto, com a inserção da publicidade, a emissora de Ribeirão Preto ganharia novos contornos, passando a apresentar uma programação mais variada e que buscava chegar a um público cada vez mais amplo, superando em muito o número de leitores de jornais e revistas, mostrando através da propaganda os produtos à venda, aglutinando as famílias em torno dos receptores, expondo por meio dos programas os valores das sociedades modernas e desenvolvidas.

Cabe salientar dois pontos significativos que marcariam as mudanças da radiodifusão naquela época: por um lado, consolidar-se-ia a profissionalização dos que trabalhavam em rádio e, por outro, o ouvinte deixaria de ser mantenedor econômico direto da emissora, para atuar indiretamente como consumidor dos produtos anunciados. Este ponto merece atenção, pois em síntese o possuidor de aparelho de rádio receberia tratamento diferente, seria então, "radio-ouvinte" em vez de ser "radio-amador", como era tratado anteriormente.

Porém, a regulamentação da propaganda comercial não pôs fim, de imediato, ao sistema de sócios contribuintes do "Radio Club"<sup>43</sup>. Conforme os registros da "Ata

---

<sup>43</sup> Somente no final de 1940, por orientações da "Comissão Técnica de Rádio", José da Silva Bueno iniciou as discussões com os demais membros do "Radio Club" para a elaboração de um plano de reforma dos Estatutos da emissora e sua transformação em sociedade anônima, o que ocorreu em março de 1941. (ATA, 1941, 10 jul.)



de Reunião da Diretoria do Radio Club de Ribeirão Preto” do dia 23 de fevereiro de 1934, os sócios eram divididos em quatro categorias: “os efetivos ou contribuintes remidos, beneméritos e de programa”. Os sócios efetivos ou contribuintes eram aqueles que contribuíaam com a “jóia de cem mil réis e com a mensalidade de cinco mil réis, pagáveis adiantadamente”. Os sócios “remidos” eram os que pagavam uma única vez a soma de seiscentos mil réis, ficando isentos de contribuição mensal.

Os sócios beneméritos eram todos aqueles que, “por donativos vultosos, serviços inestimáveis prestados ao clube ou a radio-telephonia, tornaram-se merecedores, mediante deliberação em assembléia geral, pelo voto de pelo menos um terço dos sócios com direito a voto”. Já os sócios de programas eram aqueles que contribuíaam com a “mensalidade de cinco mil réis, independentemente da jóia”, salientando que somente os sócios efetivos ou contribuintes e os remidos, quando quites com o clube, podiam votar nas assembléias.

Ao lado da busca por anunciantes, o “Radio Club de Ribeirão Preto” procurava aumentar o quadro de associados, exemplo disso foi a “Campanha dos 2000 sócios”, lançada em 17 de janeiro de 1934. Ao longo da programação e por meio de textos na imprensa escrita, a diretoria solicitava que os ouvintes aderissem à campanha, cujo objetivo era “melhorar a programação da emissora”. Conforme uma matéria veiculada pelo jornal “A Cidade”, as instalações e demais encargos da emissora requeriam grandes gastos:

[...] não poderia como é natural, nesta época de intensa dificuldade econômica, organizar bons programas para deleite dos ouvintes. Mas, desde que cada um de nós concorra com a módica mensalidade exclusivamente destinada ao pagamento das despesas de bons programas, a PRA-7 terá a possibilidade de trazer para os seus números diários, variados e esplêndidos programas de música, principalmente. (CAMPANHA...,1934, p.7).

No dia 18 de janeiro, o periódico “Correio da Tarde” também veiculou um artigo, no qual o colunista Bonifácio fazia um apelo aos ouvintes para que se associassem ao “Radio Club”: “[...] Faça a sua inscrição hoje mesmo. Ser sócio do Radio Club de Ribeirão Preto é querer bem a sua cidade. É trabalhar para o progresso. É garantir uma irradiação optima diariamente”.(BONIFACIO...,1934, p. 3). Em vários trechos do texto é possível perceber que o rádio era visto como um dos elementos da modernização, um aparelho que simbolizava o progresso material da

cidade.

A emissora começou a investir ativamente na propaganda impressa, divulgando sua estrutura e organização em jornais e revistas da época. Com o *slogan* "A Estação do Coração de São Paulo<sup>44</sup>", a emissora oferecia aos anunciantes programas e horários personalizados. Na comercialização dos horários, nas 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 comercializar os horários, o "Radio Club" também aproveitava os eventos comemorativos, como ocorreu durante a programação especial promovida em 14 de janeiro de 1934 para a inauguração do novo estúdio e transmissor de 500 watts da emissora. A programação, à época transmitida ao vivo, 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". É interessante atentar para o fato de que a maioria dos horários da programação levava o nome ou o produto do patrocinador, como se nota no que segue:

Às 14 horas: entrega da estação aos ouvintes, falando pela firma Louzada, Bueno e Cia., o Sr. Antônio Constantino e outros oradores.  
Das 15 às 16 horas - Programa variado, do qual participarão: Jazz simphonico, Grupo Regionais e mais variados artistas da PRB-9 - Rádio Sociedade Record de São Paulo.

Das 16,15 às 18 horas - programa variado

Hora da Usina Junqueira:

Das 19 às 19,30 horas - jazz da PRA-7

Das 19,30 às 19,45 horas - Orchestra de Salão da PRA-7

Das 19,45 às 20 horas - Xisto, Geraldo e Regional.

Hora do Rádio Philco:

Das 20 às 21 horas-programa variado pelos artistas da Record.

Hora da Empresa Força e Luz:

Das 21 às 21,15 horas - solo de violino e piano pela sra. Adalgisa de Campos Silveira e srta. Clothilde B. da Costa.

Das 21,15 às 21,30 horas - Orchestra Typica de PRA-7.

Das 21,30 às 21,45 horas - 'Na mocidade da minha avó'.

Das 21,45 às 22 horas - Jazz da PRA-7.

Hora Antártica:

Das 22 às 23 horas - Quinteto Max, solos de violino pelo sr. Francisco De Biase, canto pela srta. Mary Cecconi, solos de piano pelas srta. Diva e Olga Tarlá, solo de flauta pelo sr. Luiz Spanó.

Hora do Rádio Philips:

Das 23 às 23,15 horas: Quarto de hora 'Pernóstico'.

---

<sup>44</sup> Anúncio publicado no jornal "Diário da Manhã" de Ribeirão Preto em 23 de maio de 1934.

Das 23,15 às 23,30 horas - Duo Miranda, solo de violino acompanhado de piano.

Das 23,30 às 23,45 horas-canto e violão pelo Sr. Mário Rossi.

Das 23,45 às 24 horas - programa variado

Das 24 horas, em diante-músicas de dança. (RADIO CLUBE..., 1934, p.4). (grifo do autor)

A programação especial iniciou-se às 15 horas com a apresentação de diferentes estilos musicais. Ressalta-se ainda, que neste período, os horários de maior audiência eram registrados à noite, isso explica porque as principais atrações e patrocinadores da emissora estavam concentrados neste período. A autorização da publicidade fez com que as rádios começassem a se organizar como empresas para disputar o mercado.

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 11h45min minutos. (RADIO-TREATRO..., 1937, p.6).

Para se compreender a atuação da radiodifusão nas cidades modernas e, especialmente, na cidade de Ribeirão Preto, deve-se considerar que não só a intenção da produção, mas também as condições de consumo são fundamentais na construção de sentido pelas representações. A somatória da intenção da produção com os modos de consumo é o que determina a produção de sentidos.

Para o filósofo canadense McLuhan, (1971, p. 123-165) o rádio cria uma "ambiência pela qual o homem transita". O conceito de ambiente se traduz na atmosfera, ou seja, em algo invisível, porém atuante na atividade humana a ponto de contribuir para produzir estilos de vida e moldar seus padrões e modos de perceber o mundo. Segundo o autor, o rádio estabeleceu uma conexão íntima com a cultura

oral, graças ao seu poder de envolver e afetar as pessoas em profundidade. Trouxe à tona “ecos de antigos tambores tribais”.

Essa força arcaica do rádio, conforme assinala McLuhan, está na própria natureza tecnológica do meio. Ao produzir “imagens auditivas”, o rádio cria um ambiente totalmente inclusivo e absorvente que propicia às pessoas um mundo particular em meio às multidões. Alarga o sentido da audição e as faculdades humanas, tornando-se uma extensão do sistema nervoso central. Por essa característica, altera os índices de sensibilidade ou modos de percepção de quem transita em ambientes moldados por ele.

Na concepção de McLuhan, o rádio envolve as pessoas em um sistema nervoso de informação com notícias, propagandas, hora certa e prestação de serviço em tempo real; ou mesmo quando cria um ambiente de cumplicidade e intimidade com a comunicação afetiva do “disc-jóquei”. Portanto, esse meio de comunicação contribui para a produção de sentidos, porque “cria uma ambiência na qual o homem se move, e que seus efeitos são culturais”.

No caso da publicidade radiofonizada que tem a intenção de vender mercadorias ou serviços, os anúncios têm obrigatoriamente que estabelecer uma comunicação eficaz com o público. No entanto, “elas não são absorvidas passivamente, pois se processa a transformação dos significados veiculados, que ganham relevância na construção de novas sociabilidades dos diversos grupos sociais no cotidiano da vida urbana”. (LOTITO, 1997, p. 7)

Graças às suas potencialidades e características, coube ao rádio a tarefa de nivelar as expectativas populares, fazendo com que a produção industrial pudesse enquadrar-se aos anseios de um número maior possível de pessoas. Mas, como lembra Milanesi (1978, p. 89 - 129) para que os consumidores potenciais comprassem os novos produtos, seria necessário mudar os valores da população, uma vez que um produto só é adquirido quando o comprador o enquadra em suas expectativas. Maria S. Tauk Santos (1982, p. 56), considera que a propaganda comercial, o Estado e o sistema comercial privado caminharam juntos na exploração da radiodifusão no Brasil. A evolução foi baseada num modelo de expansão dos mercados que propiciava “acumulação de riquezas, por parte do empresariado e consumo de bens pela população”.

No entanto, a competição entre as emissoras das capitais e as pequenas rádios regionais apresentava-se desigual, pois, na maioria das vezes, faltava a estas

os recursos que o empresariado canalizava para as grandes emissoras que poderiam chegar a áreas geográficas muito mais amplas que as potências de várias emissoras permitiam. Tendo em vista a questão da concorrência e com o propósito de sustentar a renovação que se impunha à programação e atrair investimentos, os diretores do “Radio Club de Ribeirão Preto” atribuíram ao agenciador de propaganda Paulo L. Mello<sup>45</sup>, com escritório no centro da cidade de São Paulo, a tarefa de representar a emissora. Certamente, o objetivo era conseguir grandes anunciantes, que se concentravam principalmente nas capitais paulista e carioca.

Num primeiro momento, apesar do empenho da diretoria do “Radio Club”, o investimento de empresários e comerciantes na propaganda radiofônica era pequeno. Entretanto, esse quadro logo se alteraria quando se começou a ver que o rádio era muito mais eficiente para divulgar produtos do que os veículos impressos, devido não só a boa audiência que a emissora estava adquirindo, mas também pela existência de grande número de analfabetos.

Mesmo tendo existido certas propagandas no período imediatamente anterior, isto não significava uma mudança importante como ocorreu na década de 1930, quando o rádio passou a adquirir força empresarial. Observa-se claramente, uma coerência ideológica, expressa por uma mentalidade empresarial, através de um novo meio de comunicação de massas. A consciência da força do rádio como meio de comunicação ficou ainda mais clara quando se percebeu as diferenças e vantagens da linguagem falada sobre a linguagem escrita.

Para se avaliar a força da palavra radiofonizada, especialmente em se tratando do anúncio, é oportuno notar o que afirmou Mário de Andrade quando evidenciou que o rádio acabou criando uma língua própria. (ANDRADE, 1972, p. 208-209). O rádio seria uma força a mais da linguagem falada sobre a linguagem escrita. “Foram as exigências em se alcançar o maior número de pessoas de todas as classes, foram as exigências de simpatizar, as de familiaridade, etc., que fizeram com que o rádio se utilizasse do ‘você’, ou ‘amigo ouvinte’, havendo assim uma aproximação e uma intimidade maior entre o ‘speaker’ (locutor), o próprio rádio e o ouvinte.

---

<sup>45</sup> Informação obtida por meio da leitura de anúncios publicados no “Diário de São Paulo” durante o ano de 1934, disponíveis no MIS ( Museu da Imagem e do Som) de Ribeirão Preto / SP e no Arquivo Público e Histórico de Ribeirão Preto.

Os diretores do “Radio Club” apostavam na supremacia da linguagem falada sobre a escrita. Importa constatar que essa linguagem falada estava sendo transmitida a um público cada vez maior. O rádio estava superando as previsões iniciais de Bertold Brecht, quando dizia que “a burguesia inventou o rádio, mas não tinha o que dizer”. (BRECHT, 1984, p. 96 apud FADUL, 1984, p. 169).

É importante considerar que propaganda falada, transmitida pelo rádio, passava a competir com os jornais, que até aquele momento havia sido o principal meio de transmissão das informações e propagandas – entre a população letrada – lembrando, mais uma vez, que o rádio inseria-se em meio a grupos de analfabetos e, dando a notícia completa ou transmitindo a propaganda de forma clara, atingia um maior número de pessoas. No caso da propaganda falada, deve-se considerar, ainda, que ela penetra de forma mais sutil, enquanto o ouvinte pode, simultaneamente, manter-se em alguma outra atividade.

A publicidade pelo rádio não só passou a informar sobre os novos bens dispostos no mercado, como procurou persuadir sobre a necessidade de sua adoção. 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”.

Dessa forma, a publicidade pelo rádio pode ser compreendida como uma manifestação distinta de um mesmo processo de modernização social, o qual estimulava, sendo simultaneamente por ele estimulada. Naquele contexto, se havia

uma necessidade de atender à demanda pelo novo, havia também uma necessidade tão ou mais real de tornar o novo assimilável, por meio do incitamento ao consumo de determinados produtos. Em seu estudo, Tota (1990, p. 68) percebe que em certos momentos, o rádio transmitia uma norma a ser seguida pelos ouvintes. E foi exatamente essa função que transformou o rádio em um meio de comunicação de massas aproveitado pelo setor empresarial.

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, cidade cosmopolita, onde coexistiam pessoas de várias nacionalidades. Ribeirão Preto mostrava-se como um amplo mercado consumidor que o rádio saberia explorar.

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 ribeirão-pretanos e a cidade projetada em suas representações, saciando a crescente demanda de informações e o encantamento pelas novidades modernas.

O rádio estava se configurando como um meio disseminador, entre nós, dos hábitos e dos costumes, do estilo civilizado do hemisfério ocidental e, principalmente, do *modus vivendi* norte-americano e europeu. Um meio de comunicação importante para se entender os projetos de inserção do Brasil na modernidade, em toda sua gama de contradições. A relação do rádio com a modernidade não poderia ser mais profunda, pois se tratava justamente de um invento que era fruto das transformações contemporâneas. Um meio de comunicação que sintetizava a modernidade enquanto experiência histórica

especifica da cultura que procurava lidar com as transformações das esferas tecnológica e econômica.

Progressivamente, o setor comercial do “Radio Club” foi se estruturando sob o comando de José Cláudio Louzada e tendo a publicidade como suporte da



médias. A concessão foi outorgada pelo prazo de dez anos, renovável por igual período:

[...] a PRA-7 de Ribeirão Preto teve deferidos pelo Governo Federal todos os papéis exigidos para a legalização definida de suas transmissões. Foi mais uma vitória conseguida pela estação do Coração de São Paulo, pois a PRA-7 é a única estação transmissora do interior do estado que se acha perfeitamente enquadrada às disposições que vieram regulamentar em definitivo a Radio Difusão no país. A publicidade do acto que se prende à licença conseguida pela PRA-7 foi feita como à sociedade de Radio Difusão de Ribeirão Preto. (A PRA-7 DE..., 1935, p.5)

A emissora passou a operar em nova frequência de “670 kilocyclos”, ondas de 447 metros, com 1000 watts<sup>46</sup>. No mesmo ano, a empresa de Louzada e Bueno criou o "Laboratório de Rádio Precisão e Pesquisas Científicas", obtendo do governo federal a autorização para realizar experiências científicas em radiodifusão e pesquisas em transmissão de vídeo e áudio, ou seja, televisão. A autorização que incluía a permissão para a instalação de uma estação transmissora de ondas curtas, sob o prefixo “PRH-7”, era significativa para a empresa de Louzada e Bueno, pois se tratava do único laboratório de experiências científicas em radiocomunicação do país.

O prestígio cultural de nossa cidade será solidificado mais uma vez, pois o 'Laboratório de Rádio Precisão e Pesquisas Científicas de Louzada & Cia, transmitirão em ondas curtas, e farão todas as experiências em radiotransmissão não sendo descurada também a televisão” [sic]. (A ESTAÇÃO...,1935, p.9).

A progressiva estruturação técnica, administrativa e artística expressa, claramente, a passagem do rádio amadorístico, coerente com a década anterior, para o rádio profissional e comercial, típico de um contexto empresarial. Através dos receptores de rádio abria-se o espaço ao público, dilatava-se o sentido das vozes da modernidade. Gradativamente, a “PRA-7” conquistava popularidade entre os ouvintes. Artistas e locutores como “Alceu Silveira”, “Ângelo Macedo” e “Oswaldo Luiz Angarano” (ROVERI, 1986, p. 56), ganhavam destaque tornando-se famosos na cidade. Com Louzada e Bueno não foi diferente, eles adquiriram grande notoriedade e respeito entre os cidadãos ribeirão-pretanos. Para Divo Marino (1977,

---

<sup>46</sup> Anúncio veiculado pelo jornal “Correio Paulistano” de São Paulo no dia 6 de outubro de 1935.

p. 50), "José da Silva Bueno possuía um prestígio semelhante ao dos coronéis do tempo do ciclo do café".

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, p. 9). Na verdade, a deficiência de comunicação do período, agravada pela extrema morosidade dos correios, transformava o rádio num elo indispensável de ligação entre os grandes centros e o interior.

O "Radio Club" vinha se organizando para atingir o ouvinte em vários momentos do dia. No entanto, o tempo dos ribeirões-pretanos ainda não era totalmente preenchido pela radiofoniação. A programação iniciava-se às 10 horas da manhã e os horários eram entrecortados. É interessante pontuar que, diferentemente do início de 1930, em 1936 a programação apresentava-se mais diversificada, como se nota em um anúncio publicado pelo jornal "A Tarde":

#### Programa effectivos

10h00- Programa 'As Suas Ordens'  
11h00- Boletim noticioso- 'as últimas notícias do paiz e do exterior'  
12h00- Boletim esportivo  
12h15- 'Programma do Departamento de Radio da Ação Cathólica'  
17h30- 'Programa Rural'  
18h00- 'Programma do departamento de Radio da Ação Cathólica'  
18h30- 'Boletim Official da Prefeitura'  
22h30- Programa Arco Irís- 'sempre variado'  
'Diariamente'  
20h00 às 20h30 - Programa 'Vae e Vem' entre PRA-7 de Ribeirão e PRG-4 de Jaboticabal  
21h30 às 22h30 - Rede Verde Amarela. (PRA-7...,1936, p.2)

Aos poucos, a programação estava sendo enriquecida com novas modalidades que se alternavam com os programas musicais. Cada vez mais, os programas eram elaborados com o objetivo envolver e agradar o público ouvinte. Em sua análise, Madrid (1972, p. 42), afirma que o rádio iria "integrar-se em outros níveis da realidade nacional e passaria a responder às necessidades coletivas, como meio recreativo, informativo e manipulador de opinião". O rádio comercial estava impondo uma nova forma de comunicação. A programação musical

deslocava-se de seu forte conteúdo erudito e começava variar entre o popular e o clássico. Um outro ponto do anúncio que chama a atenção é o destaque dado ao quadro de artistas e profissionais da emissora:

A estação mais potente do interior paulista mantém um cast de 22 artistas exclusivos, Orchestra de Salão, Orchestra Typica, Orchestra de Cordas, Conjunto da Madrugada, Quarteto Max, Trio Original, Quarteto PRA-7 e Grupo Regional.

Artistas:

Carmen, Cinderela, Marilena, Nara Cléa, Angelina, Miosotis, Dupla Barcel, Jorge, Paulo, Edukar, Celso, Anajá, Barroso, Caetano Somma, Zezé Maneco, Lania, Orlando I, René, Armandinho, Orlandoll, Esmeralda, Didi e Nonô.

Solistas:

Edu Rangel- Piano;

José Gumerato- violino

Caetano Lania- Flauta

Manoel Silva- Violoncelo

Geraldo Mendonça- piano

Speakers efectivos:

Período Diurno: Alceu de Camargo Silveira

Período Noturno: José Azevedo

Speaker auxiliar:

Dacio de Oliveira Martins

Diretor artístico:

Edu Carvalho

Operador:

Francisco de Paula Oliveira. (PRA-7...,1936, p.2)

À medida que os profissionais do rádio, especialmente os cantores e cantoras conquistavam popularidade, passavam a ser identificados pelo primeiro nome, revelando a construção de certa intimidade entre o ouvinte e o artista. Aos poucos, a emissora de Ribeirão Preto enquadrava-se no conceito de uma "rádio empresarial em coerência com a profissionalização desejada pelo estágio do capitalismo industrial". (HORKHEIMER; ADORNO, 1982, p.162).

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. Uma outra forma encontrada pelo "Radio Club" para ter conhecimento da audiência e saber da aceitação de seus programas era através dos

jornais e revistas da cidade<sup>47</sup>, visto que, por meio desses órgãos o público-ouvinte interagia, manifestando sua opinião, crítica e sugestão acerca da programação, locutores e artistas da emissora.

Desde o início, os produtores procuraram criar programas que pudessem promover as artistas locais. Uma forma de particularizar o rádio local, distinguindo-o das emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo. Neste sentido, é importante mencionar o “Quinteto Max”, um dos primeiros grupos musicais a se apresentar no “Radio Club”. Formado e dirigido por Max Bartsch – um dos diretores da emissora –, esse conjunto regional conquistou grande popularidade, graças as suas apresentações ao vivo pela emissora. “O grupo musical cresceu, e embora continuasse a se chamar ‘Quinteto Max’, novos elementos aderiram [...]”. (STRAMBRI, 1989, p. 19).

O sucesso alcançado pelos grupos musicais que se apresentavam na emissora incentivou Louzada a organizar um grupo musical efetivo para o “Radio Club”, que posteriormente, em 1938, transformou-se na “Orquestra da PRA-7”. Max Bartsch também foi responsável por organizar uma banda de Jazz, denominada de “PRA-7 Jazz” e, logo depois a “Jazz Band Cassino Antártica”. Porém, o seu maior feito foi a criação da orquestra sinfônica de Ribeirão Preto, como aponta Strambri:

A realização era quase impossível, mas Max Bartsch com seu espírito de conquistador, não resistindo a tão grande desafio, aceitou a proposta. Em 23 de maio de 1938, foi fundada então, a Sociedade Musical de Ribeirão Preto, tendo como presidente Max Bartsch, e vice-presidente, Francisco de Biase. (STRAMBRI, 1989, p. 115).

A captação do sentido urbano ribeirão-pretano era bastante visível na programação radiofônica do “Radio Club” que aos poucos se dinamizava. Pode-se dizer que havia três aspectos básicos. Por um lado, a preocupação com a música – quer erudita ou popular – por outro, o cuidado com a notícia e a informação útil, e, finalmente, a propaganda que se abria para a comercialização de produtos divulgados pelo rádio. A partir desta percepção, presume-se que esses aspectos tendem a espelhar o sentido da modernização da cidade e a empatia entre o rádio e as especificidades da urbe ribeirão-pretana.

---

<sup>47</sup> Entre as revistas destacam-se “Divulgação”, “Ribeirão Preto” e “Antena”, esta última era especializada em rádio e se apresentava como o órgão oficial da emissora.

O rádio como um elemento da modernidade estava funcionando como aparelho do progresso material em uma sociedade do universo capitalista. Neste estudo, o rádio não é avaliado como reprodutor das relações capitalistas, ou seja, um reprodutor da ideologia dominante e nesse sentido, como assinala Althusser (1974), um “aparelho ideológico”. Porém, a dinâmica da emissora de Ribeirão Preto, tal qual se apresentava pode indicar o rádio como diluidor das tensões provocadas pela produção capitalista. Esse novo meio de comunicação participava, agora, como articulador do cotidiano, chegando até os locais de trabalho, no comércio, nas fábricas, nos escritórios. O rádio passava a interagir na redefinição da experiência social da urbanização ribeirão-pretana.

Enquanto o país embarcava numa onda modernizadora definida pela política do governo Vargas, pelas ondas do rádio a população experimentava a sensação de pertencer a uma grande comunidade que, em Ribeirão Preto, tinha a “PRA-7” como sua principal condutora. Por meio do rádio podia-se saber dos “acontecimentos”, manter-se “atualizado” e, ao mesmo tempo, “sonhar” dentro de um repertório coletivamente compartilhado.

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 vai 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.

A propaganda indicava a direção da nova radiodifusão e o rádio, devido a isso, podia experimentar novos caminhos em suas programações. O rádio estava se firmando como empresa – a própria palavra “empresa” por si só, já é suficiente para identificar uma transformação na estrutura da radiodifusão brasileira – deixando para trás o rádio do período em que as propagandas eram proibidas e quando se dizia que o rádio tinha só por objetivo “educar” os habitantes do Brasil.

No momento de transformações importantes nos padrões de comportamentos, como foi o começo do século XX, as novas tecnologias de comunicação tiveram um papel importante na afirmação e definição de *status* e de valores de referências, ao divulgar e consolidar novos comportamentos e hábitos de

consumo. No entanto, eles só tiveram essa função porque correspondiam, ao mesmo tempo, às necessidades do discurso de legitimação do projeto civilizador dos grupos sociais dominantes e às necessidades da população, ou seja, todos aqueles “personagens desse mundo em ebulição careciam, com urgência, de um eixo de solidez que lhes desse base, energias e um repertório capaz de impor sentidos a um meio intoleravelmente inconsistente” (SEVCENKO, 1998, p.31).

### **3.2 A influência do rádio na sociedade ribeirão-pretana e a receita do sucesso: entretenimento, informação e prestação de serviços.**

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.

O rádio passou a oferecer um tipo de lazer mais atrativo que os existentes na cidade. Se antes o entretenimento restringia-se aos passeios, conversas, 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. Variados tipos de entretenimento e lazer atingiam as diferentes camadas sociais da cidade através do rádio. Mesmo os que não possuíam o aparelho podiam ouvir notícias, músicas, transmissão de jogos de futebol nos salões de bares e restaurantes da cidade.

É relevante apontar também o aspecto ligado à interferência desse meio de comunicação na difusão oral. Apesar da existência da imprensa e do cinema, a propagação oral das informações era mais ampla, devido, principalmente, às próprias limitações da imprensa e do cinema da época.

A difusão da moda, em sentido amplo, por exemplo, é um elemento presente em todo esse período. Ela, em cada época, propagou-se de maneira característica. A moda, antes difundida pelo cinema e revistas e, principalmente, reforçada ou

diluída pela oralidade, esteve na dependência desses veículos. Eles foram lançadores de novas tendências, vindas do exterior, passando pelas capitais brasileiras antes de chegarem às cidades do interior. Porém, como o cinema e as revistas eram meios de comunicação lentos comparados ao rádio, a mudança da moda também era lenta. À medida que os veículos foram sendo aperfeiçoados e difundidos, a substituição de uma moda por outra passou a ocorrer numa velocidade maior.

As novas tecnologias de comunicação social (cinema, revistas, publicidade, imprensa, rádio) passaram a produzir e transmitir sentidos socialmente compartilhados, fazendo com que fossem partes integrantes do sistema de representações sociais vigentes na cidade de Ribeirão Preto. Tiveram, portanto, ação importante na urbanização de Ribeirão Preto, estabelecendo com seu público uma relação “circular” de influência mútua e troca de informações entre a produção e o consumo.

Ao interpretar os novos artefatos de comunicação como um sistema simbólico Bourdieu (1989, p. 406-408), diz que eles cumprem, ao mesmo tempo, funções de comunicação e de dominação. Neste sentido, tornou-se lugar comum nos debates considerar “os símbolos como instrumentos por excelência da integração social: enquanto instrumentos de conhecimento e comunicação, eles tornam possível o *consensus* sobre o sentido do mundo social, contribuindo fundamentalmente para a reprodução desta mesma ordem”.

Atualmente, a cultura de massa tem o campo do cotidiano como frente estratégica de atuação. Signos que eram antes da esfera de autoridades normativas, como a Igreja ou o Estado, passaram a ser veiculados com intensidade maior pela cultura da comunicação. Os novos meios de comunicação passaram a difundir padrões normativos e valores homogeneizadores de vida, que acabaram apropriados e intensamente reelaborados na vida dos consumidores, os quais sofriam o impacto da imprensa, da publicidade, do cinema e do rádio. (DIAS, 1998, p.236).

No entanto, para Michel de Certeau (1994), o caráter normativo ou ideológico das representações veiculadas pelos novos equipamentos de comunicação social – imprensa ilustrada, a fotografia, o cinema e o rádio – é sempre filtrado pelo uso que delas fazem os consumidores. Segundo o autor, os hábitos e as maneiras

particulares de consumo são maneiras de produção. Daí porque ele ressalta que o *status* de dominado não significa passividade ou docilidade.

Se for correto afirmar que a cultura de massas se constitui num sistema de poder simbólico que legitima a ordem social existente não é menos certo que os sentidos que produziu variaram de acordo com os mais diversos grupos que se formavam na cidade de Ribeirão Preto e que sua recepção dependeu do embate constante entre o discurso normativo e a inventividade de suas práticas cotidianas, o que caracterizou o processo de adaptação da população aos novos padrões de vida da cidade que se modernizava.

Pela programação mais planejada pode-se perceber como a vida cotidiana da cidade também interferia na “vida do rádio”. O rádio estava redimensionando o tempo. A jornada de trabalho não era mais determinada apenas pelo relógio, mas também pelo rádio, o novo meio técnico da modernidade, que relativizava o peso do tempo e do espaço, mensurados agora por outros aparelhos.

O “Radio 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, p. 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, p. 2). Ao lado do jornal impre-162.259(n)-4.32873(r)2.80439(n)-4.32873(a)-ã[(t)-2.16558(a)-4.33117( )- Aicrere do euq



departamento de jornalismo do “Radio 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:

Entrei para a rádio PRA-7, no dia 18 de março de 1937 [...] como criador de um programa que começava às 7h00 horas da manhã, apresentando um noticiário de apenas 5 minutos, copiado da “Folha da Manhã”, que eu ia apanhar na estação da Mogiana, na chegada do noturno, às 6h30, e no trajeto entre a estação e a rádio, andando e lendo eu já ia escolhendo as notícias para dar logo no começo do noticiário. (PORTO, 1996)<sup>49</sup>.

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, o “Radio 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, p. 2).

O esporte e a religião, em especial a católica, também ganharam espaço na programação. Ao meio dia, durante o momento em que seus ouvintes repunham as forças para o trabalho, a emissora irradiava o “Boletim Esportivo” e em seguida o “Programa do Departamento de Rádio da Ação Católica”. Criado em 1936, por um dos fundadores e vice-presidente do “Radio Club” – o Monsenhor João Laureano, na época vigário geral da diocese de Ribeirão Preto –, o programa era apresentado durante 15 minutos, duas vezes ao dia e tinha como objetivo transmitir uma “mensagem de fraternidade cristã baseada nos princípios do evangelho”. O programa sempre contava com um convidado para auxiliar na apresentação dos textos e comunicados da diocese da cidade. (PRA-7..., 1936, p.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

---

<sup>49</sup> Informação obtida por meio do depoimento oral do jornalista Sebastião Porto ao Projeto Memória Oral do MIS-Museu da Imagem e do som de Ribeirão Preto no ano de 1996.

características urbanas, o elemento de inspiração caipira sempre ocupou espaço na programação radiofônica nacional e, particularmente, nas emissoras do interior.

Em São Paulo as formas caipiras de expressão criaram tipos e músicas para amplos contingentes da população de origem rural. No “Radio 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”. (PROGRAMAÇÃO PARA..., 1937, p. 2).

Grande parte desses programas incluía a participação de artistas locais e até convidados especiais, vindos de outras regiões, como Alvarenga e Ranchinho, uma das mais famosas duplas da música sertaneja da época. A esse respeito Tota (1990), observa que os programas sertanejos que incorporaram parte das manifestações da cultura rústica caipira, somando elementos da cultura urbano-industrial, foram divulgados primeiramente pelo disco e depois complementados pelo rádio.

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, o “Radio Club” introduziu importantes modificações em sua programação. A mais notável foi o “Radio Theatro”, 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, p. 9).

Este moderno veículo de comunicação não chegava exatamente a destruir uma cultura preexistente. Na verdade, ele estava transmitindo, gerando uma nova cultura. (MARCONDES FILHO, 1983, p. 79). A arte e o rádio se complementavam. Dava-se com o rádio o mesmo processo identificado na literatura, que saía do “circulo restrito dos iniciados”, atingindo uma maior gama de público, numa vulgarização da cultura com um sentido positivo. (FADUL, 1984, p. 154).

Desde o início da década de 1930, o teatro pelo rádio era objeto de experiências em algumas emissoras. Entretanto, a aceitação dessa modalidade não era muito grande. Isto até que Oduvaldo Vianna, autor de várias peças de teatro, passasse a escrever para o rádio. Em meados de 1933, Oduvaldo Vianna foi contratado pela “Rádio Record de São Paulo” com o objetivo de estabelecer novas formas de teatralização adequadas ao rádio. Tal fato fez com que, nessa primeira fase, o teatro da “Record” dominasse o cenário radiofônico paulista, superando definitivamente as outras emissoras. (TOTA, 1990),

Os textos das primeiras peças do “Radio Club” foram escritos em 1937, 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 das primeiras peças serem pequenos monólogos e comédias ensaiadas de forma precária, a radiofonização dos textos fez aumentar a audiência do “Radio Club”.

Ainda em 1937, a emissora transmitiu a sua primeira grande produção de radioteatro, “A Ceia dos Cardeais”, escrita por Júlio Dantas e adaptada por Sebastião Porto e Caetano Somma. A boa audiência da peça fez com que a diretoria da “PRA-7” investisse em outras produções e na contratação de novos atores e atrizes, entre os quais: “René Correia”, “Gilda Lacerda”, “Cinderela” e “Sebastião Leporace”.

As peças de radioteatro eram irradiadas sempre às quartas-feiras e aos domingos, à noite, mas a boa receptividade do público-ouvinte fez com que elas passassem a ser apresentadas todas às noites, 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, p. 9).

Em 1938, as peças passaram a fazer parte de programas específicos de radioteatro, como a “Cortina de Veludo” e o “Radio Theatro”, porém, o mais famoso foi o “Rádio-Cine-Novela”. Neste mesmo ano, a emissora iniciou a produção do teatro infantil, com a peça “Vida que Cobre”, como registrou o jornal “Diário da Manhã”: “Theatro infantil é a boa nova que a direção artística da PRA-7 anuncia para o próximo domingo” (ONDAS SONORAS..., 1938, p.5).

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.

As representações das peças, ao vivo, eram transmitidas diretamente do auditório Carlos Gomes. Na década de 1940, a “PRA-7” começou a produzir radionovelas também para outras emissoras. (ROVERI, 1986). As representações aconteciam em um estúdio montado embaixo do palco do auditório Carlos Gomes e eram gravadas em discos de 78 rotações, importados dos Estados Unidos.

[...] só existia gravador de fio naquela época. O seo Bueno tinha gravadores de disco, que nós chamávamos de bolachões. Eram discos de 16 polegadas e que gravavam ao contrário. Ao invés do corte começar da esquerda para a direita, começava da direita para a esquerda, Era de dentro pra fora que começava a gravar. (Mendes, 1996).<sup>50</sup>

De acordo com Maranhão Filho (2000, p. 164), o “Radio Club” (“PRA-7”) teria sido a pioneira na radiofonização da primeira novela, pois enquanto outras emissoras apenas reproduziam textos literários no ar, Sebastião Porto utilizou-se da revista “Detetive”, de circulação nacional, e adaptou “Taifú, o diabo amarelo”, em capítulos e, pouco tempo depois, o clássico de Afonso Taunay, “Inocência”.

Aprimorando cada vez mais a técnica e a linguagem, o radioteatro e as radionovelas despertavam a emoção e a imaginação dos ouvintes. A utilização dos efeitos sonoros dava mais dramaticidade às representações. O ruído de uma porta se abrindo era conseguido com o atrito de uma caneta em uma folha de jornal. Já o tiro de um revólver era obtido batendo-se uma régua em uma mesa. (NO AR..., 1982, p. 9).

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

personagens participem por algum lado da humanidade quotidiana”. (MORIN, 1981, p. 83). Porém, ainda segundo o filósofo, isso só não é o suficiente, é preciso também que o imaginário se eleve alguns degraus acima da vida quotidiana, que as personagens vivam com mais intensidade, mais amor, mais riqueza afetiva do que os comuns dos mortais. É o mundo ficcional combatendo as injustiças e realizando os ideais de felicidade plena.

A programação se ampliava. Era notável o crescimento de programas que poderiam ser chamados de utilidade pública ou prestação de serviço. Era comum o “Radio Club” promover e participar de campanhas como a da água encanada, combate ao alcoolismo, em auxílio às pessoas carentes e na localização de crianças desaparecidas. Com relação a este ponto, Wilson Roveri (1986, p. 67), um dos radialistas do “Radio 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. Além de suas próprias campanhas, a “PRA-7” apoiava outros eventos beneficentes, não só divulgando e transmitindo, como também cedendo seus artistas para participarem das campanhas:

A liga de Expansão Artística de São Paulo, em colaboração com a PRA-7, desta cidade, promoverá, na Sociedade Recreativa, um grande festival [...] a renda apurada com a venda dos ingressos para o mesmo reverterá em benefício do natal dos pobres de Ribeirão Preto”. (PRO NATAL..., 1934, p.4)

Entre as campanhas beneficentes, destaca-se, por exemplo, a ocorrida em 1934, com o tema “Semana antituberculose”. Em parceria com o “Serviço Sanitário” e a “Delegacia Regional de Ensino”, o “Radio Club” promoveu e transmitiu palestras e debates sobre a doença, além do apoio à campanha para a construção da “Casa do Tuberculoso”.

Pela estação da nossa PRA-7, gentilmente cedida pelo ilustre diretor para o bom êxito da campanha, falaram Dr. Jayme Candelária, abrindo os trabalhos, e o Dr. Orlando Vairo, encarecendo a importância dos trabalhos. Hoje deverá ser irradiada, às 19:15, uma conferência do dr. Deodoro de Moraes Lima, a propósito do momentoso problema, de que se ocuparão ainda, nos dias

subseqüentes, outros representantes da classe médica de Ribeirão Preto. (A GRANDE..., 1934, p. 8).

Em 1935 foi a vez da “Quinzena pró-tuberculoso de Ribeirão Preto”. Além de a campanha ocupar vários espaços em toda a programação do “Radio Club”, a emissora organizou um programa especial que foi transmitido, ao vivo, diretamente da Sociedade Recreativa e contou com participação de vários profissionais da emissora, como locutores, grupos musicais e cantores. O texto abaixo, veiculado pela imprensa de Ribeirão Preto, reforça a idéia crescente de rádio utilitário, um meio de comunicação que poderia contribuir para progresso da cidade:

Uma das maiores descobertas da civilização moderna, o rádio é hoje factor importantíssimo no progresso dos povos. Ribeirão Preto, cidade da cultura e do progresso já possui a sua estação transmissora, que satisfaz plenamente as nossas necessidades [...] O Rádio Club de Ribeirão Preto constitui um dos índices de nosso progresso e uma das instituições que nos orgulham [...] Nos momentos de nossas vibrações cívicas, nas ocasiões em que se realizam festivais artísticos, o serviço popular prestado pela PRA-7 tem sido grandioso, inestimável, concorrendo para que o povo assista e tome parte dos actos que lhe passariam despercebidos. (UMA DAS MAIORES..., 1937, p. 11).

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.

Entre os 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” – apresentados desde o final da década de 1930 por Pedro Evaristo Schiavon –, o locutor além de atender aos pedidos dos ouvintes, assumia também o papel de crítico musical, divulgando discos de vários cantores. 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)<sup>51</sup>.

No final de 1936, a “PRA-7” já se destacava entre as demais emissoras devido aos investimentos na programação musical. “[...] Radio Club de Ribeirão Preto, PRA-7, possui discoteca particular com mais de cinco mil discos, além de ótimo cast, com 22 artistas exclusivos. Orchestra de salão, típica e etc”. (BREVE..., 1936, p. 8). Para a maioria dos programas a emissora mantinha um grupo musical próprio. No entanto, apesar da emissora produzir uma programação com as disponibilidades artísticas do município, muitos programas – de auditório, os musicais, os radioteatros e as radionovelas – eram organizados seguindo o modelo de programas das emissoras de São Paulo e Rio de Janeiro.

O fato é que a maioria das emissoras das cidades do interior acabava obedecendo aos mesmos esquemas de programação das grandes cidades. Pertencentes a redes ou independentes, essas emissoras, apesar de produzirem grande parte de seus programas localmente, “orientavam-se pelos padrões das grandes emissoras das capitais, e assim acabavam por veicular valores culturais importados em favor da padronização dos costumes dos grandes centros urbanos ou regiões controladoras de poder econômico”. (MILANESI, 1978, p.68).

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 em um ambiente de auditório de emissoras de rádio, em plena função com toda a sua gritaria, sussurros, aplausos e vaias.

---

<sup>51</sup> Informação oral obtida por meio do depoimento do radialista Pedro Evaristo Schiavon (Porto Alegre) ao Projeto Memória Oral do MIS – Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto no ano de 1996.

Tavares (1999, p. 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. Mostrariam revelações na arte de apresentar e conduzir programas ao vivo. “Brilharam, entre outros, Manoel Barcelos, César de Alencar, Paulo Gracindo, César Ladeira, Airton Rodrigues”, além daqueles apresentadores espalhados por todo o Brasil, nas diferentes capitais e cidades interioranas, como em Ribeirão Preto. Além disso, os programas de auditório constituíram motivação e estímulo para a participação de novos e valiosos anunciantes, contribuindo para a valorização dos astros e estrelas que muito colaborariam na vida financeira das emissoras.

Os programas de auditório e de calouros passaram a ser uma modalidade presente na emissora de Ribeirão Preto que servia de “caça” a eventuais artistas. 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, o pioneiro do humorismo no rádio de Ribeirão Preto.

Durante o programa o espectador era convidado a participar através do microfone, fosse cantando, recitando poesias ou contando piadas. Já o programa “Jigue e Joga”, apresentado por Astrogildo Filho e Geraldo Ramos, oferecia prêmios quando os calouros eram aprovados pelo “gongo”. (ROVERI, 1996)<sup>52</sup>. 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, p. 12).

Em meados de 1937 a emissora ganhava evidência na imprensa de Ribeirão Preto como a emissora regional preferida dos pirassununguenses. A eleição que contou com a participação de “quatro mil pessoas” teve o seguinte resultado: “P.R.A. 7 – Radio Club de Ribeirão Preto – 1601 votos; P.R.G. 2 – Radio Tupi de São Paulo – 885 votos; P.R.F. 3 – Radio Difusora de São Paulo – 440 votos; P.R.E – 4 – Radio Cultura de São Paulo – 336 votos”. (VENCEDORA..., 1937, p. 6).

---

<sup>52</sup> Informação obtida por meio do depoimento oral do radialista Wilson Roveri ao Projeto Memória Oral do MIS (Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto) no ano de 1996.



O “Radio Club de Ribeirão Preto”, “A Estação do Coração de São Paulo”, continuava assim a ser um meio moderno 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)<sup>53</sup>. Graças a sua boa audiência, este programa evoluiu com a emissora. Criado em 1934 foi apresentado até meados de 1959.

Como já foi mencionado, 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, o “Radio 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, p. 114).

A boa audiência das primeiras transmissões esportivas fez com que rapidamente o futebol adquirisse mais espaço na programação do “Radio Club”, que

---

<sup>53</sup> Informação oral obtida por meio do depoimento do radialista Pedro Evaristo Schiavon (Porto Alegre) ao Projeto Memória Oral do MIS – Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto no ano de 1996.

passou a apostar em narradores locais. 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)

No início, as partidas eram transmitidas por meio de telefones até os estúdios das emissoras, que faziam a retransmissão para os alto-falantes, localizados em lugares públicos. O rádio tornava-se o cotidiano, assim como o futebol, que já em 1933, havia perdido a grafia inglesa. Uma partida de futebol não era mais privilégio dos que iam ao campo esportivo. Os que ficavam em casa também podiam acompanhá-las.

Graças à formação de uma rede entre as emissoras da capital paulista, na época denominada “Rede Verde Amarela”, a “PRA-7” pôde transmitir, em 1935, a partida entre “Paulistas e Cariocas”, realizada no “Estádio Parque Antártica”. No entanto, houve uma série de interrupções devido à falta de recursos tecnológicos. As transmissões por meio de uma linha telefônica, nem sempre chegavam aos receptores espalhados pelos quatro pontos do país com a mesma clareza e a mesma fidelidade que a eletrônica desenvolveu na atualidade, quando as transmissões são feitas via satélite e som estéreo.

Os produtores da emissora já sentiam a necessidade de melhorar a qualidade da informação na cobertura esportiva. O ouvinte queria ter mais informações sobre o que acontecia no esporte. Em 1936, a emissora colocou no ar o “Boletim Esportivo”, o primeiro noticiário esportivo da emissora. Durante 15 minutos diários, Antônio Machado San’anna comandava um grupo de locutores que transmitia e comentava as notícias referentes às equipes esportivas.

Acompanhando as transmissões esportivas das emissoras de rádio mais experientes, os locutores da “PRA-7” foram, aos poucos, desenvolvendo um estilo próprio na narração dos jogos de futebol. Porém, nos primeiros anos de transmissão esportiva não havia repórteres de campo, nem comentaristas na cabine do estádio. Além de narrar, cabia ao locutor o papel de repórter e comentarista.

O primeiro jogo de futebol internacional transmitido pelo “Radio 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)<sup>54</sup>. 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, o “Radio Club” ampliava suas transmissões para 10 horas diárias. Com início às 7:00 horas da manhã a programação estendia-se até às 22h30min horas:

#### Programa para hoje

7:00 – Programa Estimulante  
7:15 – Rádio Jornal  
7:45 – Suplemento social “Velho bahú de recordações”  
8:00 – Programa Econômico  
8:15 – Programa Fábricas Reunidas  
8:30 – Jornal do Mundo – “noticiário Corisco” e intervalo  
10:00 - Programa “Viajante Relâmpago”  
10:30 – Programa de Solos Finos  
10:45 – Programa de Música Sertaneja  
11:00 – Boletim Noticioso  
11:15 – Programa de Música Selecta  
11:30 – Programa de Música Cubana  
11:45 - Programa de trechos de óperas  
12:00 – Programa Francisco Alves  
12:15 – Departamento da Acção Cathólica  
12:30 – Programa Europeu  
12:45 – Programa de Música de Câmara  
13:00 – Programa “Às suas Ordens”  
13:30 – Intervalo  
17:00 – Programa de Música Americana  
17:15 – Programa de Composições de Kreisler  
17:30 – Rian fala de Hollywood para você  
17:45 – Programa de Música Brasileira  
18:00 – Departamento do Acção Cathólica  
18:15 – Programa Lyrico  
18:25 – Boletim Oficial da Prefeitura  
18:30 – Programa Duas Americanas  
18:45 – “Hora do Brasil”  
19:30 – (Studio) Programa Comemorativo do Dia da Raça  
19:45 – Programa de Solos de Piano pela senhorinha Zith de Morges, alunna do maestro Antônio Giammusti  
20:00 – Programa “Recordar”  
20:30 – Programa de Canto por Salvador e Sylvio

---

<sup>54</sup> Informação obtida por meio do depoimento de Lúcio Mendes (Olívio Silvério Filho) ao Projeto Memória Oral do MIS (Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto) no ano de 1996.

20:45 – Programa da Orchestra typica  
21:00 – “Programa de Modas de Viola” por Benedicto e Jerominho  
21:15 – Programa de Canto por Angelina com Edul Rangel ao piano  
21:30 – Rede Verde Amarella  
22:30 – Encerramento e boa noite da PRA-7. (PROGRAMA PARA..., 1937, p. 2).

É importante considerar que o dinamismo imprimido pelo “Radio Club” devia-se em grande parte à direção de José Cláudio Louzada e José da Silva Bueno. Além da “PRA-7”, eles foram responsáveis pela implantação de mais três emissoras no Estado de São Paulo: a “PRB-8”, em São José do Rio Preto, a “PRG-4”, em Jaboticabal e a “ZYD-5”, em Catanduva, formando, assim, a primeira rede de rádio do interior paulista e uma das primeiras a atuar no Brasil. No entanto, no ano de 1938, José Cláudio Louzada morre, aos 39 anos, devido a uma infecção generalizada, causada por complicações provenientes de uma furunculose. Seu falecimento está registrado na 6ª Ata de reunião da diretoria da emissora:

O senhor José da Silva Bueno tomando a palavra e pondo-se de pé, no que foi imitado por todos, traçou breves palavras, repassadas do mesmo profundo pesar que todos nós se apoderára, o necrológio do senhor José Cláudio Louzada, cujo falecimento se verificára no dia seis do presente mês, dizendo, ao terminar, que o illustre extinto era bem merecedor do título que a imprensa em geral lhe havia conferido ao noticiar o seu falecimento, de Pioneiro da radio-difusão no interior do Estado de São Paulo [...]. (ATA, 1938, p. 36).

Após a morte de Louzada, José da Silva Bueno iniciou as discussões com os demais diretores do “Radio Club”, acerca da transformação da emissora em sociedade anônima, o que ocorreria no início de 1941. Segundo orientações da “Comissão Técnica de Rádio” essa modalidade era a que melhor atendia aos interesses das radiodifusoras.

Com a morte de Louzada, Acácio Silveira assumiu a direção da programação do “Radio Club”, somando esta função as suas atividades no departamento comercial. Além das mensagens publicitárias gravadas, a emissora mantinha em seu quadro de profissionais, locutores comerciais como Vitor Ramos e Walter Lodi, cujas vozes encantavam os ouvintes e vendiam produtos e serviços.

Em busca de novos mercados e patrocinadores, José da Silva Bueno associou-se a Nestor Macedo – na época locutor do “Radio Club” – para criar uma agência de propaganda, a “N. Macedo & Cia.” Com escritório estabelecido na cidade

de São Paulo, a empresa passou a atender não só os interesses comerciais da “PRA-7”, mas também das emissoras de Jaboticabal, São José do Rio Preto e Catanduva.

O Sr. Bueno mandou Nestor ir para São Paulo agenciar propaganda para a PRA-7. Percebeu que o negócio era muito bom. O Nestor vendia não só para a PRA-7, mas para as emissoras de Jaboticabal, Catanduva e São José do rio Preto. O Sr. Bueno montou agência com Nestor Macedo, a N. Macedo & Cia. O Cia. era o Bueno. Chegou a ter mais de 30 emissoras filiadas à N. Macedo. (MENDES, 1996)<sup>55</sup>.

A radiodifusão em Ribeirão Preto estava adquirindo características mais acentuadas de um meio de comunicação mais amplo, pois cada vez mais um número maior de pessoas participava de sua expansão. “O rádio concebido como agência sistemática de educação, sem desaparecer por completo foi, todavia, aos poucos, sendo eclipsado pelo rádio-publicitário, no qual ao lado de múltiplos objetivos, a preocupação pela educação popular [...] deslocava-se para o plano secundário”. (PEREIRA, 1967, p. 67). Essa característica prevaleceu, assim como prevaleceu o rádio como veículo mais importante de comunicação até que tivesse a televisão como concorrente.

Se houve um instrumento técnico que empolgou o panorama cultural do século XX, foi sem dúvida o rádio, que ampliou a capacidade de percepção, acesso à informação, entretenimento e cultura. De fato, o rádio, “um somatório de técnicas revolucionárias de comunicação” (PINTO, 2002, p. 9), influenciou significativamente a opinião e a imaginação do público, divulgando novos valores e modelos de comportamentos. Sem descurar que nos períodos de relativa prosperidade e diversificação do consumo, as emissoras de rádio tornaram-se divulgadoras de novos objetos utilitários e de conforto do uso pessoal e doméstico.

### **3.3 O rádio e sua iniciação na política: a participação do “Radio Club de Ribeirão Preto” na Revolução Constitucionalista de 1932**

Na década de 1930, dois fatos importantes marcaram a trajetória do “Radio Club”: a lei que autorizou a propaganda comercial pelo rádio e a Revolução

---

<sup>55</sup> Informação obtida por meio de depoimento oral do radialista Lúcio Mendes ao Projeto Memória Oral do MIS - Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto no ano de 1996.

Constitucionalista de 32. Os conflitos sociais constituíam um registro do que ocorria em termos de mudanças na sociedade brasileira. A expansão técnica da radiodifusão seria uma “antena” a captar essas mudanças.

Em 1932, no mês de maio, o rádio dava sinais de sua capacidade de mobilização política. No momento em que a cidade de São Paulo exigia a deposição do então Presidente Getúlio Vargas, as emissoras da capital e do interior paulista se transformaram em poderosas armas. Entre as emissoras que participaram do movimento de reconstitucionalização do país, a “PRA-7” foi uma das que atuou ativamente em favor da causa. (BREVE...,1936, p. 8).

O uso político do rádio começou a ser esboçado durante a “Revolução de 1930”. Isto porque, até esse momento, sua ação se fragmentava na propagação dos eventos políticos controlados pelos grupos sociais dominantes como, por exemplo, a posse do presidente Washington Luís, ou então, o “Congresso internacional Feminista”, ocorrido em outubro de 1931, no Rio de Janeiro. (FEDERICO, 1979). Manifestações políticas que se voltassem para o proletariado urbano eram severamente reprimidas. Conforme afirma Borges (1979, p. 23-43) o jornalista, advogado e radialista Zolaquio Diniz “foi perseguido pela polícia política por ter narrado ao microfone da ‘Rádio Cajuti’ as violências ocorridas na Praça Tiradentes, quando participantes do congresso ‘Antiguerreiro’ realizado no Teatro João Caetano, foram dispersos à bala”. O radialista vinha há muito tempo criticando os atos do governo recebendo, como resposta, “investigadores à porta da emissora em busca de sua captura”.

Em sua análise, Borges (1979, p. 23) ainda afirma que antes da eclosão da Revolução de 1930, o ministro da “Viação e Obras Públicas” Vitor Konder, cerceou a iniciativa da “Rádio Record de São Paulo” em participar da campanha política ao lado da Aliança Liberal e no decorrer do conflito, a “Rádio Educadora de São Paulo” fazia propaganda contra-revolucionária do candidato vitorioso nas urnas, Júlio Prestes<sup>56</sup>. Porém, somente em 1932 foi que se verificou o emprego político moderno do rádio, utilizado pelos dois lados do conflito.

No contexto das agitações políticas que indicavam São Paulo como ponto problemático para a unidade nacional, o rádio funcionaria como elemento de divulgação importante, servindo como porta-voz dos interesses do movimento

---

<sup>56</sup> Conforme observa Leite (1931, p.119), a Rádio Educadora era conhecida entre os revolucionários como a “rádio difamadora de São Paulo” e trabalhava em articulação com outra do Rio de Janeiro.

constitucionalista. Os líderes deste movimento logo entenderam o significado deste moderno meio de comunicação para disseminar notícias e informações, verdadeiras ou não, com um sentido claramente estratégico dentro da política.

No dia 9 de julho de 1932, a cidade de São Paulo foi surpreendida pelo início da sublevação que empurrou São Paulo e o país para uma realidade de guerra que durou três meses. Sob as ordens dos Generais Bertoldo Klinger, Isidoro Dias Lopes e do Coronel Euclides Figueiredo, foram ocupados os principais meios de comunicação da capital paulista.

De início, foram tomadas as instalações da "*All Americam Cable*", da "*Western Telegraph*", e da "*Ital Cable*". (DONATO, 1982, p.84). Na seqüência foram ocupadas as emissoras de rádio: "Rádio Educadora Paulista", e a "Rádio Record de São Paulo". "Seguindo determinações do comando do movimento foram ocupadas pela Força Pública (6° DP) cujos comandantes tomarão conta dos aparelhos, detendo os operadores". (DONATO, 1982, p.84).

O rádio foi o primeiro veículo de comunicação a tornar público o início do movimento constitucionalista de São Paulo. Os jornais completaram essa divulgação, mas somente na madrugada do dia seguinte. Em um depoimento, Nicolau Tuma descreveu como transmitiu a primeira mensagem de Pedro de Toledo, instituído em 10 de julho, governador de São Paulo:

Fui até a Praça da República, vi que a estação estava ocupada e não pudemos entrar, nem nós funcionários. [...] no dia, seguinte pela manhã, 10 de julho, reunimo-nos na esquina da Rua Barão de Itapetininga com a praça da República, eu, Paulo Machado de Carvalho, Leonardo Jones, João Batista Amaral. [...] naquele momento [...] chegou um emissário do palácio de Campos Elísios [...] trazendo uma mensagem [...] pedindo que a Rádio Record transmitisse o primeiro manifesto do governador Pedro de Toledo ao povo de São Paulo. Evidentemente, naqueles primeiros instantes do movimento de 1932, ainda a opinião pública não estava devidamente formada [...] naquele instante iniciava-se uma tarefa gigantesca, um movimento sem precedente na história do rádio. Isto é o rádio funcionando a serviço de uma causa [...] a voz de São Paulo ultrapassava as fronteiras [...]. (TUMA, 1976)<sup>57</sup>.

O potencial do rádio era captado tanto pelos integrantes do movimento revolucionário quanto pelo governo de Getúlio Vargas. Depois do pronunciamento

---

<sup>57</sup> Informação obtida por meio do depoimento oral de Nicolau Tuma ao MIS (Museu da Imagem e do Som) de São Paulo em 13 de agosto de 1976.

de Nicolau Tuma, a “Rádio Record” assumiu o comando das irradiações revolucionárias, tornando-se um dos principais veículos transmissores das mensagens oficiais do movimento constitucionalista. As notícias e comunicados de caráter militar radiofonizados tentavam influenciar a opinião pública a favor da causa paulista.

Muitas outras emissoras acompanharam ou em várias ocasiões transmitiram em rede. Na realidade, as rádios paulistas transformaram-se, pelo menos durante algumas horas por dia, em porta-vozes dos comandos militares ou políticos. No “Radio Club” o movimento constitucionalista mobilizou técnicos, diretores e associados. O transmissor da emissora teve sua potência aumentada devido à necessidade de se investir na cobertura e transmissão das principais notícias do movimento.

Logo após o início do conflito, o professor José S. Bueno, atendendo a solicitação de Louzada, viajou para Ribeirão Preto com a tarefa de aumentar a potência do transmissor do “Radio Club”. Depois de “quatro dias de trabalhos ininterruptos, entrega à diretoria do Radio Club o transmissor que se fazia imprescindível no momento”. (A VERDADE..., 1939, p.14)

Apesar da pouca experiência jornalística, o “Radio Club” transmitia notícias desde sua fundação, oficializada em 1924. No início os locutores se limitavam a fazer leituras de pequenas notas sobre os acontecimentos sociais. No entanto, com o crescimento da audiência e o volume de informações, o jornalismo ganhou mais espaço, passando a noticiar os fatos mais importantes do Brasil e do mundo.

O jornalismo do “Radio Club” foi totalmente mobilizado para cobrir o movimento promovido pelos paulistas. Com base nas notícias captadas da “Rádio Record de São Paulo”, ou mesmo formando rede, as informações eram transmitidas durante toda a programação, que foi organizada com uma série de pequenos jornais informativos, formato que os tornaram mais dinâmicos para a cobertura dos acontecimentos. A audiência aumentava quando o jornalista Antônio Machado Sant'anna trazia notícias e mensagens dos combatentes para suas famílias das frentes de batalhas.<sup>58</sup>

Neste período, foi criado o programa intitulado “A Hora Constitucionalista”, apresentado diariamente, das 20:00 às 21:00 horas. Durante o programa,

---

<sup>58</sup> Informação obtida por meio do depoimento oral do jornalista Sebastião Porto ao Projeto Memória Oral do MIS de Ribeirão Preto em 1996.



intelectuais e pessoas de destaque da sociedade proferiam palestras didáticas, explicando sobre as razões e objetivos do movimento revolucionário. O rádio, por ser o veículo mais rápido e moderno da época, passou a ser um dos principais veículos de propaganda política do movimento revolucionário imbuído da tarefa de formar a opinião pública.

Durante os três meses de duração do conflito, São Paulo recebeu algum apoio de dissidentes dos antigos partidários da Revolução de 1930, como foi o caso de João Neves da Fontoura que, ao chegar a São Paulo, dirigiu-se à “Rádio Record”, que imediatamente formou rede com outras emissoras para que os paulistas ouvissem seu pronunciamento: "Aqui estou! Colhido na Capital da República pelo desencadeamento inesperado da luta armada [...] ao cabo de tenazes esforços dispendidos por amigos dedicados consegui chegar até aqui para alistar-me na pugna sagrada [...]". (APOIO..., 1932, p.1).

Além da propaganda dos ideais com a intenção de animar os paulistas, as emissoras se preocuparam em promover campanhas para a sustentação econômica do movimento. Uma das mais famosas campanhas desencadeadas foi a "Campanha do Ouro para a Vitória", na qual a “Rádio Record” foi uma das responsáveis pela divulgação.

Entretanto, o desânimo começava a tomar conta de São Paulo. As tropas derrotadas nos campos de batalha faziam diminuir o fervor ao movimento. Em meio aos acontecimentos, o “Rádio Record” instituiu o “Rádio-jornal”, um dos programas destinado à veiculação das mensagens que serviam para difundir a imagem de um Estado – São Paulo – grande, valoroso e imbatível. Aos argumentos de grandiosidade de São Paulo acrescentava-se que “os destinos da causa paulista eram os destinos da civilização”.(RADIO JORNAL, 1932, p.2).

Enquanto as forças de São Paulo estavam sendo abatidas, a população continuava a ouvir as propagandas a favor movimento. No dia dois de outubro, porém, São Paulo foi derrotado e o Coronel Herculano de Carvalho, comandante da Força Pública de São Paulo, assinou em Cruzeiro a convenção militar.

Depois da rendição as emissoras de rádio demoraram alguns dias para se adequar à nova situação. O pronunciamento do Coronel Herculano havia deixado alguns dirigentes das emissoras temerosos, levando-se em conta que muitos dos líderes do movimento constitucionalista foram obrigados a se exilar no exterior. A “Rádio Record” só voltou a ter uma programação regular a partir do dia 8 de outubro.

De qualquer forma, a informação radiofonizada havia dado um passo importante.

A notícia no sentido de tornar público o movimento constitucionalista foi transmitida em primeira mão pelo rádio. Embora os jornais tivessem completado, detalhando os fatos com as edições da madrugada do dia seguinte, a população da capital e do interior paulista tomou conhecimento do levante através do comunicado militar transmitido pelo rádio. Contudo, não há exatamente uma superioridade desse meio de comunicação sobre o jornal. O que houve foi uma rapidez maior do rádio, mas o jornal complementava-o. A modernização dos meios de comunicação dava-se pela sua integração.

Ao término do movimento constitucionalista a emissora retomou sua programação habitual, investindo na cobertura de vários eventos da cidade como, por exemplo, a "Procissão de Corpus Christi", a "Cerimônia de Celebração do 25 anos de Sacerdócio do Bispo Dom Alberto Gonçalves", entre outros. Porém, durante o período analisado, no aniversário da "Revolução de 1932", além de fazer toda divulgação e irradiação dos festejos, o "Radio Club" organizava programas especiais para comemorar a data como registrou o periódico "Diário da Manhã": "[...] para dar todo realce á comemoração organizou esplendido programa, a ser executado a partir das 19 horas". (MARTINS...,1934, p.5).

A partir de 1933, o "Radio Club" passou a transmitir a "Noite Paulista", um baile anual em comemoração a Revolução Constitucionalista de 32. A irradiação do evento era feita diretamente da "Sociedade Recreativa de Esportes" e sempre contava com a presença de várias pessoas da elite econômica e política da sociedade, que discursavam sobre a importância da data para os paulistas. Entre essas pessoas há registros, por exemplo, da presença do empresário Antônio Diedericksen, o Sr. Cônego Barros, Paschoal Inécchio, Dr. Meira Júnior, Sr. Jorge Lobato, Dr. João Palma Guião do jornal "A Cidade"; Costabile Romano do "Diário da Manhã", Pedro Neves do jornal "A Tarde"; Onésio de Mota Cortez, do "Diário de Notícias" e Antônio Machado Sant'anna, dos "Diários Associados [...]". (A PRA-7...,1935, p.6).

Pelo que foi analisado, verificou-se que assim como várias outras emissoras paulistas, a emissora de Ribeirão Preto não só apoiou como atuou ativamente em favor do movimento revolucionário, como atesta uma matéria publicada pela imprensa em 1934: "A PRA-7 foi patriota e incansável propagandista do movimento constitucionalista". (MARTINS...,1934, p.5).

Após a Revolução Constitucionalista de 1932, o povo paulista reconheceu no rádio um importante instrumento de informação e de conexão com a própria cidade, o Estado, o país e o mundo. O aumento do número de emissoras pode indicar uma relação direta com o potencial demonstrado pelo rádio durante esse movimento<sup>59</sup>. “A utilização do rádio em favor da causa constitucionalista, [...] aproximou ainda mais a população paulista das emissoras e, principalmente, colaborou para criar o hábito de escutar rádio, sobretudo para manter-se informado”. (MORAES, 1999, p. 76).

Com relação à participação do rádio na revolução de 32, é importante considerar dois pontos significativos, em primeiro lugar a experiência que o rádio acumulou durante a divulgação das notícias, especialmente da Revolução Constitucionalista, verdadeiras ou não, serviu para aperfeiçoar esse moderno meio de comunicação, em segundo, o Decreto 21.111, que permitiu a veiculação de publicidade - especialmente no ano de 1932 - representou a inserção do rádio como veículo de propaganda, também no âmbito político. Alzira Vargas A. Peixoto (1960) classificou a propaganda da Revolução feita pelas emissoras paulistas como “potencialmente mais explosivas do que os petardos dos canhões”:

As rádios reacionárias [...] anunciaram um dia que quatorze pés no chão (14º Corpo Auxiliar formado por voluntários gaúchos, amigos e familiares de Vargas) tinha sido dizimado, que meu irmão, prisioneiro, era refém de guerra, que um de meus primos, gravemente ferido, estava em perigo de vida; a boca do túnel da central, ferrovia da maior importância, fora ocupada por tropas paulistas. Diziam mais: que reforços vindos de Mato Grosso cortariam o avanço do general Waldomiro Lima no Sul e que em Minas reinava a maior confusão. No Rio Grande do sul, o chefe republicano, Antônio Augusto Borges de Medeiros, fora surpreendido e preso empunhando armas contra governo, a despeito de toda a sua tradição legalista. (PEIXOTO, 1960, p. 91-92).

Contudo, o governo respondia à altura. O diretor da “Imprensa Nacional”, Sales Filho, que controlava todas as emissoras cariocas, passou a transmitir “[...] toda sorte de mentiras sobre o movimento paulista e, o que é pior, toda espécie de sofismas e injúrias sobre as intenções dos paulistas ao empunhar bravamente as armas que a sua dignidade lhes atirou às mãos”. (BELLI, 1980, p. 28). Outra forma de combate sem armas foi encontrada pelo secretário do interior de Minas Gerais,

---

<sup>59</sup> Surgem na década de 1930, mais 6 emissoras: Rádio São Paulo, Cultura, Difusora, Kosmos, Bandeirantes, Excelsior e Tupi. (ORTIZ, 1988).

Gustavo Capanema: boletins impressos contendo contra-informações eram jogados sobre as trincheiras paulistas.

As transmissões produzidas em São Paulo eram obra de um departamento de publicidade. As suas funções eram não só de propaganda, fornecendo noticiário de guerra aos jornais e rádios, como também controle interno das notícias colhidas ou recebidas por iniciativas dos próprios meios de comunicação (rádios e jornais). (SILVA, 1967, p. 365-6).

Ao estudar a produção bibliográfica construída sobre o tema da Revolução Constitucionalista, Holien Gonçalves Bezerra (1981, p. 219), salientou o trabalho da propaganda política na criação de um “[...] clima favorável aos ideais constitucionalistas e para manter vivo o ardor da população”. De um total de 86 livros trabalhados pelo pesquisador, 25 autores se referiram à questão da propaganda sendo que destes, a maioria (67,5%), destacava o incitamento contra a “ditadura”, gerado pela imprensa e pelo rádio.

A eficiência do departamento de propaganda revolucionário pode ser medida também pelas críticas que recebeu. Porém, nenhum dos vários depoimentos analisados por Holien Bezerra é tão extenso e eloqüente quanto o manifesto que o coronel Herculano de Carvalho, comandante da “Força Pública do Estado de São Paulo”, lançou após o fim dos combates. Para o coronel, com o propósito de animar a população e, principalmente os que se achavam nos campos de batalha, os jornais e rádios davam curso e “notícias inverídicas e fantasiosas” em relação à guerra:

O departamento havia criado uma tal ilusão de vitória que lançou todos num estado de euforia fantasmagórica. O que é certo, no entanto, é que os nossos diários davam às mais animadoras notícias, lidas e comentadas com grande eloqüência nos microfones dos rádios, e sofregamente absorvidas por todos quanto ansiavam pelo término da luta com a nossa vitória final. A ilusão era tão perfeita, tão verossímeis, tão necessárias as notícias, que no próprio Palácio do Governo lhes davam crédito, como se, de fato, correspondesse à verdade. (BEZERRA, 1981, p. 223)

A importância do rádio segundo a literatura simpatizante da Revolução de 32, deveu-se a três fatores: primeiro, o rádio atingia um número maior de pessoas do que a imprensa em razão do analfabetismo; segundo tinha um caráter de penetração imediata entre as diversas camadas sociais por sua rapidez informativa; terceiro, por ser um meio de comunicação relativamente novo, exercia profundo

magnetismo sobre a população. A influência sobre os habitantes da cidade fazia-se:

[...] através de alto-falantes e rádios que transmitiam discursos, proclamações, hinos, trechos literários, de dia, de noite, e de madrugada adentro; são recitadas páginas imortais, consideradas de alta eloquência. O rádio é descrito como a voz coletiva da cidade, o animador das horas trágicas e mantenedor do entusiasmo. (BEZERRA, 1981, p. 221)

### **3.4 Embate entre a perspectiva comercial do rádio e os interesses do governo Vargas**

Passado o movimento constitucionalista e mesmo sem a “Comissão Técnica de Rádio” ter concluído os trabalhos relativos à normatização da frequência, instalação e outros requisitos dispostos no decreto 21.111<sup>60</sup>, o ministro da “Viação e Obras Públicas”, premido pelo acúmulo de pedidos de concessões de rádio que estavam paralisadas desde 1932, resolveu liberá-las. Com isto, somente em 1933 concedeu sete novas emissoras<sup>61</sup>.

A expansão numérica das emissoras assinalou para os proprietários que o momento da associação de seus interesses comuns se fazia necessária. Assim, a 19 de junho de 1933 era fundada a “Confederação Brasileira de Rádio” (CBR), sob a presidência de Roquette Pinto, congregando todas as emissoras cariocas e muitas em outros Estados. Entretanto, a CBR não conseguiu a adesão total das emissoras, pois no ano seguinte, as rádios paulistas fundaram sua própria associação a “Associação das Emissoras de São Paulo” (AESP).

Em seu estudo Souza (1990, p. 96-103) assinala que a CBR, por meio de sua “Comissão Radioeducativa”, antecipou-se ao governo quanto à produção de um programa em rede nacional. A Comissão da CBR compunha-se de nomes já conhecidos: “Venâncio Filho, Teixeira de Freitas, Lourenço Filho, Roquette Pinto e

---

<sup>60</sup> A contrapartida do governo à permissão da publicidade pelas rádios viria na forma da transmissão de um programa, em “rede nacional”, que não foi ao ar de imediato porque alguns requisitos do decreto 21.111 ainda não tinham sido atendidos, como a obediência aos artigos que especificavam uma série de medidas como a natureza dos serviços, prazo de concessão, constituição de uma diretoria com 2/3 de brasileiros e operadores somente brasileiros, registro do contrato de concessão no Tribunal de Contas da União e revisão ou substituição das frequências atribuídas. Uma “Comissão Técnica de Rádio” foi então instituída para avaliar os pontos técnicos e educativos da legislação para que a “rede nacional de radiodifusão” pudesse ir ao ar, contudo sua tarefa foi obstaculizada por dois acontecimentos: a Revolução Constitucionalista de São Paulo e a criação da Confederação Brasileira de Radiodifusão.

<sup>61</sup> Em 1934 foram concedidos 12 prefixos; em 1935, sete; em 1936, nove; em 1937, três; em 1938, dois; em 1939, sete e em 1940, dez. O Brasil iniciava o ano de 1941 com 84 emissoras instaladas. (ORTIZ, 1988).

Elba Dias” que organizaram então, num espaço de tempo concedido pela CBR, o Quarto de Hora Radioeducativo da CBR, levado ao ar entre 18h45min e 19h00min horas, às segundas-feiras, por um *link* (rede) de 13 emissoras cobrindo sete Estados”.

Pelo que foi possível observar, o “Radio Club de Ribeirão Preto” (“PRA-7”) não participou desta rede de emissoras, que congregou as rádios do Rio de Janeiro (“Rádio Sociedade”, “Educadora do Brasil”, “Rádio Clube do Brasil”, “Philips”, “Mayrink Veiga” e “Guanabara”), em São Paulo (“Record”), Belo Horizonte (“Sociedade Mineira”), “Rádio Clube de Porto Alegre”, Salvador (“Sociedade da Bahia” e “Comercial da Bahia”), Recife (“Rádio Clube de Pernambuco”) e Belém (“Rádio Clube do Pará”). (SOUZA, 1990).

A formação de rede entre as emissoras era uma experiência que vinha sendo testada desde 1926, portanto, a proposta precursora da CBR ampliava as tentativas que vinham sendo feitas, numa confirmação de sucesso para a iniciativa privada. Roquette Pinto sempre teve clara esta posição pioneira e independente do governo ao afirmar que:

A CBR foi criada justamente para zelar pelo exato cumprimento do decreto 21.111 na difusão da cultura popular, não exigindo qualquer subvenção para isso [...] um programa de ciências, letras, artes e informações, não poderá jamais encontrar dificuldade por parte de qualquer sociedade, dona de um transmissor. (ESPINHEIRA, 1934, p. 106).

O programa da CBR tinha, além do mais, ambições de alcance internacional, subentendendo um futuro programa de ondas curtas. “A seriedade da CBR era total, pois, por meio da Comissão Radioeducativa, instituíra o seu código de censura radiofônica com o objetivo de evitar as transmissões de assuntos nocivos” (ESPINHEIRA, 1934, p.105-106). Porém, a duração e os efeitos do programa educativo da CBR são desconhecidos. Provavelmente eles deviam seguir o modelo de outros “quartos de hora” realizados sob a chancela de Roquette Pito, mas com o poder amplificado pela rede de emissoras da CBR.

Em 24 de maio de 1934 Sales Filho, diretor da Imprensa Nacional, resolveu sobrepor-se à iniciativa da CBR, fazendo com que esse órgão organizasse o “Programa Nacional” em rede para todo o Brasil. Apesar de autores como Maria E. Federico (1982, p. 112) se referirem ao Departamento de Publicidade Federal ou

DNP como o condutor do programa, José Inácio M. Souza (1990) observa que estas afirmações carecem de mais embasamento, uma vez que a iniciativa partiu unicamente da Imprensa Nacional.

O “Programa Nacional” retomava as determinações do decreto 21.111, organizando-o com uma programação “educativo-científica, no horário das 21:00 às 22:00 horas, com transmissão dos estúdios da Rádio Clube do Brasil e recepção obrigatória por todas as emissoras que estivessem no ar neste horário”. (MADRID, 1972, p. 80). Esse programa seria feito com um noticiário nacional e do exterior recebido das agências telegráficas até às 20h30min; irradiação de um boletim econômico em francês, inglês e espanhol, destinado à divulgação no exterior da economia brasileira (transmissões em ondas curtas); haveria ainda uma nota sobre o problema educacional, comentários e pequenos editoriais dedicados a assuntos em evidência.

A proposta de Sales Filho, por outro lado, imbricava-se com uma larga utilização política do rádio. Isto porque o diretor da Imprensa Nacional propôs a Getúlio Vargas que o programa, além dos aspectos culturais mencionados, desenvolvesse nos editoriais a política do governo. Vargas aceitou a idéia e assim o embrião da “Hora do Brasil” política começou a se desenvolver. No entanto, ao contrário do esperado por Sales Filho, o caminho para a concretização do programa nacional não foi assim tão simples.

Conforme as emissoras de rádio iam perdendo suas características amadoras e se tornando empresas comerciais ligadas ao mercado, o conflito entre a perspectiva comercial do rádio e as determinações governamentais no sentido de controlar a atividade se tornaram mais explícitas. Como o embate entre o “Ministério de Viação e Obras Públicas” (órgão responsável pelo controle e fiscalização da radiodifusão de acordo com o decreto 21.111 de 1932) e as emissoras de São Paulo, quando em 1934, o ministro José Américo de Almeida instituiu a obrigatoriedade da transmissão do “Programa Nacional” para todas as emissoras do país. (TOTA, 1990, p. 129).

Além da instituição do Programa Nacional pretendia-se impedir os abusos cometidos pelas emissoras em relação ao tempo da programação destinado à publicidade. Essas medidas abriram espaço para o conflito entre as emissoras de São Paulo e o governo federal. O diretor da Imprensa Nacional argumentava que dada à extensão territorial, a população escassa, disseminada e desarticulada, só o

rádio, pelo seu poder de comunicação instantânea, daria a sensação de unidade nacional:

[...] o governo teve em vista aproveitar as facilidades do rádio para promover a aproximação dos brasileiros e nivelá-los todos no conhecimento dos fatos mais importantes ocorridos durante o dia e pô-los ao mesmo tempo ao corrente dos atos do governo que destarte e sem precedentes na história do país se liga a um contato mais estreito à opinião pública. E nada pode contribuir mais eficazmente para a formação da consciência nacional una e superior às contingências do círculo regional em que cada brasileiro se encontra que o conhecimento imediato de tudo quanto nos interessa como nação e o esclarecimento constante do que fazemos para progredir e engrandecer cada vez mais o Brasil. (PROGRAMA NACIONAL..., 1934, p. 6 apud SOUZA, 1990, p. 98).

Com exceção de São Paulo, as emissoras aceitaram pacificamente a instituição pelo governo do “Programa Nacional”. A recusa paulista em participar da rede nacional de rádio deu-se por duas razões: uma econômica e outra política. Quanto ao primeiro aspecto, havia o argumento de que o horário das 20h30min às 21h30min horas era o mais procurado pelos anunciantes sendo, naturalmente o mais rentável. Quanto ao segundo, o temor geral em São Paulo era de que o governo Vargas utilizasse o programa para a propaganda política.

A manifestação inicial contra esse tipo de utilização do rádio partiu do diretor-presidente da “Rádio Educadora”, Rangel Moreira, que declarou o seu receio de ver “[...] um meio habilidoso para fazer propaganda política”. Os diretores das emissoras enviaram um documento ao diretor dos “Correios e Telégrafos em São Paulo”, no qual manifestavam os seus tenores como que partilhados por toda a população paulistana: “Animosidade expressa por grande parte da população paulista ante qualquer propaganda visando os interesses da ditadura... (é), aliás, justificada e inspirada em sentimentos reais dos quais todos partilhamos”. (ANIMOSIDADE..., 1934, p. 5 apud SOUZA, 1990, p. 99).

Vários outros argumentos contrários foram sendo seguidamente alinhados na esperança de barrar o “Programa Nacional”. Mas, enquanto o impasse não foi resolvido, em represália, as emissoras paulistas ficaram em silêncio no horário do programa governamental. Era a “Hora do Silêncio”.

Uma comissão formada por Paulo Machado de Carvalho da “Rádio Record”, Rangel Moreira, (“Rádio Educadora”), Lair Coti (“Rádio Cruzeiro do Sul”) e Leonardo



Jones (“Rádio Clube São Paulo”), foi ao Rio de Janeiro negociar alguns pontos para a transmissão do programa do governo. Eles propunham que a duração do programa fosse de 40 minutos, começando às 19h00min e não mais às 21h00min horas; as irradiações produzidas alternadamente no Rio e em São Paulo e impedimento, dentro dele, de qualquer alusão político-partidária quer federal quer estadual. A vitória do grupo paulista foi mais do que satisfatória.

Reunidos no “Ministério da Viação”, José Américo de Almeida, Sales Filho, Mendonça Lima, Cristiano Altenfelder e os integrantes da comissão das emissoras paulistas, acordaram os seguintes pontos que obtiveram a anuência total de Vargas:

[...] transmissão por meia hora (19:30 às 20:00 horas); pagamento pelo governo das linhas telefônicas necessárias às retransmissões (as emissoras utilizavam a rede telefônica para a formação da cadeia); permissão às sociedades de rádio, a título de compensação, de mais um anúncio por hora; abolição de qualquer propaganda político-partidária. Além destas concessões.968(r)-4.158g9753(c)0.300

como, os seus alto-falantes installados no centro da Praça 15, à

direção de Capanema e que possivelmente não queria – como também do rádio e do cinema, passando-os para a alçada do Ministério da Justiça“. Sales Filho continuaria acumulando as duas direções, a da “Imprensa Nacional” e do DPDC. Porém, seu período de gestão foi pequeno, pois se elegeu deputado federal em outubro de 1934, tomando posse em maio de 1935, quando abandonou seu cargo na Imprensa Nacional.

Nesta primeira fase, o DPDC continuou sendo uma extensão da Imprensa Nacional, agregando novas atribuições. O departamento provavelmente se apoiava na produção de textos para o “Programa Nacional” pelo corpo de redatores da Imprensa Nacional, que também eram traduzidos para o serviço radiofônico internacional; ele também não tinha que se preocupar com a difusão de comunicados oficiais aos jornais.

Entretanto, a ascensão de Lourival Fontes à diretoria do DPDC produziu mudanças significativas. A primeira delas foi o rompimento com a Imprensa Nacional, estabelecendo endereço e pessoal novos. Fontes foi o grande responsável pela instituição do programa “Hora do Brasil”, em 22 de julho de 1935. Esse programa assumiu um importante papel na veiculação das idéias de Getúlio Vargas, inclusive com vistas ao golpe de Estado, instaurado em 1937, e também lhe conferiu a posição de primeiro governante brasileiro a utilizar o rádio dentro de um modelo autoritário. (PEROSA, 1995).

Em 1939, as atribuições do DPDC passaram para o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), instituído de amplos poderes sobre os meios de comunicação e na organização da propaganda governamental. Vinculado diretamente à Presidência da República, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) “iria produzir e divulgar o discurso destinado a construir uma imagem positiva do regime, das instituições e do chefe de governo, identificando-os com o país e o povo. A imprensa e o rádio seriam os veículos utilizados para tal projeto”. (PEROSA, 1995, p. 31)

A “Divisão de Rádio” do DIP passou a controlar toda a programação radiofônica nacional. Além de fazer a censura, organizava e dirigia o programa radiofônico oficial do governo, transmitido diariamente por todas as emissoras do país. O programa a “Hora do Brasil” foi reestruturado ficando encarregado de “divulgar as notícias e os discursos oficiais, exaltar o patriotismo e fazer comunicados sobre as ações estatais implementadas em benefício dos

trabalhadores e da população em geral”. (CAPELATO, 1998, p. 124).

O rádio era visto como um importante veículo de integração e uniformização política, graças a sua possibilidade de alcance num país no qual a força da imprensa era barrada pelo elevado índice de analfabetismo. Por ter adquirido boa aceitação popular o veículo era visto como um meio potencialmente capaz de popularizar o regime através da divulgação sistemática das propostas e realizações do governo, dos atos do chefe de Estado e dos demais integrantes da hierarquia estatal.

No entanto, é importante ressaltar que a propaganda radiofônica governamental estava concentrada no espaço de tempo da “Hora do Brasil”, difundida pelo país por uma rede de emissoras, e assim permaneceu. Segundo Souza (1990, p. 174), os serviços paralelos do Ministério da Educação (“Rádio Sociedade”), da Prefeitura do Distrito Federal (“Rádio Escola”) e, mais tarde, a “Rádio Nacional”, sempre se recusaram a aceitar a direção do DIP, permanecendo assim como entidades autônomas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Impulsionado por revoluções políticas e industriais, mas, principalmente, pela Revolução Científico-Tecnológico (SEVCENKO, 1998, p. 7-48), o período compreendido entre a segunda metade do século XIX e início do XX, correspondeu à explosão de novos potenciais tecnológicos e científicos, à expansão de mercados de trabalho e de consumo e ao advento de novos ritmos e hábitos sociais que arrastaram os homens e mulheres a uma aventura singular, ao mesmo tempo destruidora e criadora: nela, ciência, progresso, razão, ordem e civilização comportavam os paradigmas da modernidade. (BERMAN, 1997, p. 15).

Sem dúvida, esse foi o tempo da aceleração das descobertas tecnológicas em todos os setores do conhecimento humano. No entanto, sem os rápidos meios de comunicação essas descobertas teriam ficado restritas a pequenos grupos. Com o advento dos meios eletrônicos, em especial o rádio, a transmissão de informações pôde ultrapassar tanto os limites geográficos quanto os mais restritos socialmente. A partir de sua implantação no Brasil, o rádio foi 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, permitindo uma intensa troca entre a modernidade e a tradição.

No momento de transformações radicais nos padrões de comportamentos, como foi o começo do século XX, o rádio teve um papel importante na afirmação e difusão de *status* e valores de referências, ao divulgar e consolidar novos comportamentos e hábitos de consumo em Ribeirão Preto, correspondendo, ao mesmo tempo as necessidades do discurso de legitimação do projeto civilizador e modernizador dos grupos sociais dominantes e às necessidades de sua população que crescia e se urbanizava. A presença do rádio no cotidiano da sociedade de Ribeirão Preto tornou-se evidente, constituindo-se em um dos canais de sua transformação social e econômica.

O eixo central deste trabalho foi o estudo do rádio no Brasil, em particular na cidade de Ribeirão Preto, com o objetivo de compreender como se processou seu desenvolvimento, atuação e o papel que desempenhou no conjunto das práticas sociais, políticas e econômicas da sociedade da época. Para tanto, outras questões fizeram parte dos objetivos, uma vez que estiveram diretamente ligadas ao foco central do estudo. Neste sentido, buscou-se analisar relação do rádio com os

projetos de inserção do Brasil na modernidade e com a experiência urbanizadora de Ribeirão Preto, tendo em vista o discurso civilizador das elites intelectuais e econômicas; a transformação do rádio educativo e erudito ao rádio comercial, voltado aos interesses do mercado capitalista e o impacto desse novo meio de comunicação sobre a vida cotidiana da população à medida que adquiria popularidade.

Examinou-se o papel do rádio como agente educativo, uma vez que desde o seu surgimento, esse novo artefato tecnológico foi visto como um veículo com grande capacidade para ser utilizado pela área da educação, gerando discussões acerca de sua validade ou não como agente educativo, fazendo com que ao longo dos anos de 1920 e 1930, a discussão acerca do rádio e seu papel educativo promovesse a produção de propostas sobre sua função social, assim como o de ações práticas quanto a sua utilização como instrumento educativo.

Foi posto em evidência que, no início do desenvolvimento do rádio no Brasil, esse veículo de comunicação esteve ligado, de um lado, a projetos e concepções oriundos de setores intelectuais que se dedicavam a apresentar propostas para a reorganização da sociedade brasileira, buscando promover a superação do atraso econômico e social do país por meio da educação e, de outro, aos símbolos tecnológicos da modernidade que deveriam refletir o progresso material do Brasil.

Objetivou-se demonstrar como o aparecimento do rádio no princípio da década de 1920 foi cercado por expectativas favoráveis por parte daqueles setores que viam na educação um importante instrumento de transformação social. Entre esses intelectuais estava o antropólogo, educador e um dos pioneiros do rádio no Brasil, Edgard Roquette Pinto que, auxiliado pelo professor Henrique Morize e outros membros da Academia Brasileira de Ciências, colocou em prática seu plano de utilizar o rádio a serviço da educação, fundando em 1923, a primeira emissora brasileira de radiodifusão: a “Radio Sociedade do Rio de Janeiro”.

Todavia, dez anos mais tarde, a proposta educativa que norteou o início do desenvolvimento da radiodifusão no Brasil acabou diluindo-se à medida que o modelo comercial ganhou espaço com a autorização da propaganda pelo rádio, fazendo com que o veículo deixasse de ser “educativo” e “erudito” para se tornar popular e com uma programação orientada pelo comércio e pela indústria.

O trabalho procurou demonstrar que num momento em que a economia cafeeira estava em expansão o que se notava na atuação dos primeiros presidentes

civis e paulistas, assim como de seu círculo político-administrativo, era o “evidente esforço para forjar um Estado Nação moderno e eficaz diante das novas vicissitudes históricas como os seus modelos europeus”. (SEVCENKO, 1989, p.47). As capitais de diversos Estados brasileiros, como Rio de Janeiro, São Paulo, ou mesmo, cidades como Ribeirão Preto – que já no início do século XX, configurava-se como um dos principais pólos econômicos paulistas, devido ao expressivo desenvolvimento de sua cafeicultura – 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).

Traçado esse panorama, destacou-se que o rádio em Ribeirão Preto emergiu enquanto novidade tecnológica, como elemento vinculado aos anseios e projetos de modernização das elites, passando a representar um instrumento de comunicação tradutor por excelência do “novo” que começava a fazer parte da sociedade naquele início do século XX.

O processo de urbanização da cidade Ribeirão Preto implicou na transformação física dos espaços e das práticas sociais a eles correspondentes, neste sentido, os meios de comunicação, em especial o rádio, tiveram 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.

O estudo analisou a implantação da radiodifusão em Ribeirão Preto, demonstrando as dificuldades enfrentadas pelo rádio para se desenvolver. Nesta perspectiva, verificou-se que ao lado da legislação que limitava sua exploração comercial, os problemas de ordem técnica e financeira impediam o pleno desenvolvimento do veículo, fazendo com que o rádio permanecesse, ao longo de uma década, restrito ao universo social das elites. Entretanto, verificou-se que o rádio brasileiro, e em especial o “Radio Club de Ribeirão Preto”, adquiria força empresarial, uma vez que interesses ligados à esfera comercial passaram a impulsionar o desenvolvimento técnico e artístico da emissora.

Além da introdução da publicidade na programação radiofônica, outros fatores contribuiriam para que a radiodifusão, ao longo da década de 1930, se transformasse gradativamente em um empreendimento comercial capitalista. Uma maior concentração populacional nas cidades e a industrialização proporcionaram a oportunidade de ampliação do mercado interno. Neste contexto, foi possível constatar que ao transformar sua estrutura técnica, artística e comercial, o rádio em Ribeirão Preto estava se distanciando de seu caráter elitista e caminhando em direção a sua popularização, produzindo uma programação cada vez mais próxima da expectativa do público-ouvinte.

Com a inserção da publicidade, a emissora de Ribeirão Preto passou a produzir uma programação mais variada que procurava chegar a um público cada vez mais amplo, mostrando através da propaganda os produtos à venda, aglutinando as famílias em torno dos receptores, expondo por meio dos programas os valores das sociedades modernas e desenvolvidas. O rádio estava se configurando como um meio disseminador dos hábitos e dos costumes, do estilo civilizado norte-americano e europeu.

Observou-se uma estreita relação do rádio com a modernidade, pois se tratava justamente de um invento que era fruto das transformações contemporâneas. Um artefato tecnológico que sintetizava a modernidade enquanto experiência histórica específica da cultura que procurava lidar com as transformações das esferas tecnológica e econômica.

Ao visualizar o rádio comercial voltado aos interesses do mercado, constatou-se que esse veículo buscava atender às expectativas do público ouvinte através da prática radiofônica e sua influência no cotidiano da sociedade de Ribeirão Preto. Neste sentido, notou-se a lenta sobreposição de uma nova sociabilidade ligada ao surgimento e atuação do rádio na cidade, ou seja, a penetração das ondas radiofônicas passava a substituir algumas práticas culturais. Pelo conteúdo da programação que se tornava cada vez mais elaborada, foi possível verificar como a vida cotidiana da cidade também interferia na “vida do rádio”. O rádio estava buscando material para sua programação na heterogeneidade da vida cotidiana que era lançado na própria vida cotidiana.

Em outra dimensão, foi possível compreender como ocorreu a inserção e atuação do rádio como veículo de propaganda também no âmbito político e como o governo de Getúlio Vargas estava criando mecanismos legais e institucionais para,



em um futuro próximo, tirar proveito do rádio para difundir sistematicamente componentes de seu projeto político-ideológico.

Acerca desta questão, avaliou-se que a participação do rádio na “Revolução Constitucionalista de 32” possibilitou, por um lado, que seus profissionais adquirissem experiência e o veículo ganhasse aprimoramento técnico e, por outro, representou a inserção do rádio como veículo de propaganda, também no âmbito político. Todavia, percebeu-se que conforme as emissoras de rádio iam perdendo suas características amadoras e se tornando empresas comerciais ligadas ao mercado, o embate entre a perspectiva comercial do rádio e as determinações governamentais no sentido de controlar a atividade se tornaram mais explícitas.

A recusa paulista em acatar as determinações governamentais e participar da rede nacional de rádio deu-se por razões econômica e política. A vitória das emissoras paulistas após alguns embates com o governo federal só foi possível porque os empresários, superando suas divergências, uniram-se em torno da defesa dos seus interesses, fundando, em junho de 1934, a Associação das Emissoras de São Paulo (AESP).

Além disso, o resultado dessa pressão por parte das emissoras paulistas foi positivo, pois elevou o tempo destinado à publicidade dentro do horário da programação. Assim, se por um lado o projeto centralizador reafirmava, no plano político, a obrigatoriedade de transmissão do programa oficial, por outro lado atendia, no plano econômico, os interesses comerciais dos empresários de rádio.

Por fim, foi possível verificar a preocupação de Getúlio Vargas com os meios de comunicação. Além de um maior incentivo à radiodifusão, o que levou a um aumento no número de emissoras instaladas, Vargas instituiu uma série de decretos e portarias que lhe concedia totais poderes de controle da radiodifusão durante todo o seu primeiro período de governo. O programa “Hora do Brasil”, implantado em 22 de julho de 1935, assumiu importante papel na veiculação das idéias de Getúlio Vargas, inclusive com vistas ao golpe de Estado, instaurado em 1937, e também lhe conferiu a posição de primeiro governante brasileiro a utilizar o rádio como veículo de propaganda política, dentro de um modelo autoritário. (PEROSA, 1995).

Após o resgate e a reconstrução de importantes aspectos do passado radiofônico de Ribeirão Preto, foi possível depreender que após um período inicial de experimentação, improvisos e amadorismo, os setores envolvidos com a radiodifusão em Ribeirão Preto – membros de uma elite intelectual e econômica –

perceberam o potencial econômico do novo instrumento de comunicação e buscaram definir a atividade de radiodifusão como um empreendimento capitalista. Ao final da década de 1930, a radiodifusão estava se consolidando como um empreendimento comercial.

A emissora de Ribeirão Preto estruturava-se como empresa capitalista e neste sentido, disputava, dentro do modelo comercial e competitivo, o elemento fundamental para a manutenção da atividade: o público-ouvinte. A radiodifusão configurava-se como uma atividade eminentemente urbana e concentrada, quase que totalmente, nas mãos da iniciativa privada e que estava sendo dominada por interesses comerciais.

No projeto de expansão industrial traçado por Getúlio Vargas havia a necessidade de um mercado interno de consumo. Ao rádio caberia a tarefa de veicular novos produtos ao mesmo tempo em que articulava os ouvintes no processo de consumo. De um lado o governo Vargas estava possibilitando a expansão da rede de emissoras radiofônicas em todo o país, por outro, havia criado um mecanismo de concessão de canais – concedidos a grupos ligados às atividades políticas ou empresariais – que favoreceu o controle das emissoras por parte do Estado. Esse sistema funcionava de forma coerente com os interesses do governo Vargas.

O rádio estava integrando-se ao cotidiano e se consolidado em termos empresariais. Em torno dele, do teatro de revista e do cinema, iria gravitar uma parte importante da produção cultural e artística do país. Enquanto o país embarcava numa onda modernizadora definida pela política do governo Vargas, pelas ondas do rádio a população experimentava a sensação de pertencer a uma grande comunidade que, em Ribeirão Preto, tinha a “PRA-7” como sua principal condutora. Por meio do rádio podia-se saber dos “acontecimentos”, manter-se “atualizado” e, ao mesmo tempo, “sonhar” dentro de um repertório coletivamente compartilhado.

A experiência da modernização incluía, 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, assegurava-lhe 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.

Os aparelhos de rádio tornavam-se itens de consumo desejados entre a população, estabelecendo uma relação de cumplicidade e afeto com o público. Num país ainda predominantemente rural e com altos índices de analfabetismo esta mídia tornava-se “espaço” fundamental no qual circulavam sentidos contraditórios de modernização, que dão significado para toda uma época e ainda hoje estão presentes na cultura.

Em um momento de importantes transformações de padrões de comportamento, como foi o início do século XX, constatou-se que o rádio ampliou a capacidade humana de percepção, acesso à informação, entretenimento e a cultura. De fato, o rádio influenciou significativamente a imaginação do público e projetou padrões usuais de percepção e modelos de conduta. Sem esquecer que nos períodos de relativa prosperidade e diversificação do consumo, como os das décadas de 1920 e 30, as emissoras de rádio tornaram-se divulgadoras de novos objetos utilitários e de conforto do uso doméstico.

## REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. **Ideologia y aparatos ideológicos de Estado**. Buenos Aires: Nueva Visión, 1974.

ANDRADE, Mário de. A língua radiofônica. **O empalhador de passarinhos**. São Paulo: Martins Fontes, 1972.

BARBOSA, Francisco de Assis. **Encontro com Roquette Pinto**. Rio de Janeiro: MEC/Serviço de Documentação, 1957.

BAUDELAIRE, Charles. **O pintor da vida moderna**. Lisboa: Vega, 1993.

BELLI, Zenilda Poci Banks Leite. **Radionovela**: análise comparativa na radiodifusão na década de 1940 através de registros de audiência em São Paulo. 1980. 245 f. Dissertação (Mestrado Comunicação e Artes) – Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1980.

BENJAMIM, Walter. Paris, capital do século XIX. São Paulo: Ática, 1985. (Coleção grandes cientistas sociais).

\_\_\_\_\_. O que os alemães liam enquanto seus clássicos escreviam. In: BOLLE, Willi (Org.). **Documentos de cultura; documentos de barbárie**. São Paulo: Cultura, 1986.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Cia. das Letras, 1986.

BERSTEIN, Serge. A cultura política. In: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François (orgs.). **Para uma história cultural**. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

BEZERRA, Holien Gonçalves. **Artimanhas da dominação**: São Paulo - 1932. 1981. 298 f. Tese (Doutorado em História) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1981.

BORDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. São Paulo: Diefel, 1989.

BORGES, Vary Pacheco. **Getúlio Vargas e a oligarquia paulista**. São Paulo: Brasiliense, 1979.

BRECHT, Bertolt. **Teoria de la radio (1927-1932)**: el compromiso em literatura y arte. 2. ed. Barcelona: Península, 1984.

CAMARGO, José Benedito dos Santos (Org.) **Aspectos históricos da Câmara Municipal de Ribeirão Preto**. Ribeirão Preto: Câmara Municipal de Ribeirão Preto, 1974, (edição comemorativa do centenário da edilidade).

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização**. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1999.

CAPELATO, Maria Helena. **Multidões em cena: propaganda política no varguismo e peronismo**. Campinas/ SP: Papyrus / Fapesp, 1998.

\_\_\_\_\_. **Os arautos do liberalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. El universo simbólico de la Era Vargas: fascinación y seducción de uma ditadura. In: \_\_\_\_\_. **Historia política del siglo XX**. Quito: El Nacional, 1992

CARONE, Edgar. **República Velha (1889-1930)**, instituições e classes sociais. São Paulo: Difel, 1977.

CARRATO, José F. Comes e Bebes na Belle Époque ribeirãopretana. **Revista Regional de História**, Franca, v. 1, n. 1, p. 189-196, nov., 1990/1991.

CARVALHO, José Murilo de. **Os bestializados**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

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.

\_\_\_\_\_. **A escola e a República**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano – artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHALHOUB, Sidney. **Trabalho, lar e botequim: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da belle époque**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CIONE, Rubem. **História de Ribeirão Preto**. Ribeirão Preto: Image Legis summa, 1993, v. 2.

CODEL, Martin (editor). Radio and its future. In: GURGUEIRA, Fernando L. **Integração Nacional pelas ondas: o rádio no Estado Novo**. 1995. 182 f. Dissertação (Mestrado em História) - Faculdade de Filosofia, Letras, Ciências e História, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

COSTA, Ângela Marques da ; SCHRWARCZ, Lilia Moritz. **1890-1914: o tempo das certezas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DECCA, Maria Auxiliadora Guzzo. **A vida fora das fábricas**; cotidiano operário em São Paulo 1920-1934. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

DEWEY, John. **Democracia e educação**: introdução à filosofia da educação. São Paulo: Nacional, 1936.

DIAS, M.O.L.S. Hermenêutica do cotidiano na história contemporânea. **Projeto História**: trabalhos da memória. São Paulo: Ed. PUC, nov., 1998.

DONATO, Hernani. **A Revolução de 32**. São Paulo: Abril, 1982, (Círculo do Livro / livros Abril).

ESPINHEIRA, Ariosto. **Rádio e educação**. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1934.

FADUL, Anamaria. **Literatura**, rádio e sociedade: algumas anotações sobre a cultura na América Latina. In: AVEBUR, Ligio (Org). **Literatura em tempo de cultura de massa**. São Paulo: Nobel, 1984.

FAORO, Raymundo. A modernização Nacional. **Existe um pensamento político brasileiro?**. São Paulo: Ática, 1994.

FAUSTO, Boris (Org.). **História da civilização brasileira**. São Paulo: Difel, 1986. v. 1.

\_\_\_\_\_. **Trabalho urbano e conflito social 1890-1920**. São Paulo: Difel, 1976.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **O sistema brasileiro de radiodifusão**: estrutura e funcionamento de uma empresa. 1979. 266 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) - Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1979.

\_\_\_\_\_. **História da comunicação** - rádio e tv no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982.

FERNANDES, Florestan. **Mudanças sociais no Brasil**. São Paulo: Difel, 1979.

FERREIRA, Barros. **O nobre e o antigo bairro da Sé**. São Paulo: Prefeitura Municipal / Secretaria da Educação e Cultura, 1971.

GARCIA, Maria Angélica Momenso. **Trabalhadores rurais em Ribeirão Preto**: trabalho e resistência nas fazendas de café 1890-1920. Franca: FHDSS/ UNESP, Amazonas Prod. Calçados S/A, 1997.

GODOY, José Henrique Artigas. **Coronelismo em Ribeirão Preto de 1889 a 1937**.2000. 325 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

GOULART, Silvana. **Sob a verdade Oficial**: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo. São Paulo: Marco Zero; Brasília/ DF: MCT/CNPq, 1990.

GRAMSCI, Antônio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GUIÃO, João Rodrigues. **O município e a cidade de Ribeirão Preto**: na comemoração do primeiro centenário da independência. Ribeirão Preto: [s.n], 1922.

GURGUEIRA, Fernando L. **Integração nacional pelas ondas**: o rádio no Estado Novo.1995. 182 f. Dissertação (Mestrado em História) - Faculdade de Filosofia, Letras, Ciências e História, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

HARDMAN, F. F. **Trem fantasma**: a modernidade na selva. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

HORKHEIMER M. ; ADORNO T. A indústria Cultural: o iluminismo como mitificação das massas. In: LIMA, Luiz Costa (Coord.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

JOTA, Alcides. **PRA-8**: o rádio no Brasil. Brasília/DF: Fatorama, 1997.

LACERDA, Carlos. **A casa do meu avô**. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1977.

LADEIRA, César. **Acabaram de ouvir...** São Paulo: Nacional, 1933.

LAPA, J. R. do A. **A economia cafeeira**. 2. ed., São Paulo: Brasiliense, 1986.

LEITE, Aureliano. **Memórias de um revolucionário**: a revolução de 1930. São Paulo: SLP/SCP, 1931.

LEITE, Dante Moreira. **O caráter nacional brasileiro**: história de uma ideologia. São Paulo: Nacional, 1976.

LODI, Evaldo. **Interesses comuns da agricultura e indústria**. Rio de Janeiro:[s.n], 1950, (Conferência no centro de Ribeirão Preto).

LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Radiodifusão hoje**. Rio de Janeiro: Temário, 1970.

LOPREATO, Christina da Silva. **A semana trágica**: a greve geral anarquista de 1917. São Paulo: Museu da Imigração, 1997.

LOTITO, M. P. **A cidade como espetáculo**: publicidade e vida urbana na São Paulo dos anos 20. 1997. 176 f. Dissertação (Mestrado em História) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1997.

LUZ, Nícia Vilela. A década de 1920 e suas crises. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, n. 6, p. 28-37, 1969.

MADRID, Casquel André. **Aspectos da telerádiodifusão brasileira**. 1972. 283 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Artes) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1972.

MAGALHÃES, Gildo. **Força e luz**: eletricidade e modernização na República Velha. São Paulo: Ed. UNESP / FAPESP, 2000.

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.

MARCONDES FILHO, Ciro. Imperialismo cultural, o grande vilão da destruição da nossa cultura. **Comunicação e Sociedade**, São Paulo, n.9, p. 62-86, 1983.

MARINS, Paulo César Garcez. Habitação e vizinhança: limites da privacidade no surgimento das metrópoles brasileiras. In: SEVCENCO, Nicolau. (Org.). **História da Vida privada no Brasil República: Da Belle Époque à Era do Rádio**, São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3.

McLUHAN, Marshall. Rádio: tambor tribal. In: \_\_\_\_\_. **Os meios de comunicação de massa como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1971.

MELO, José Marques. **Comunicação Social, teoria e pesquisa**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.

MENESES, Marco, A. de. **Olhares sobre a cidade**: narrativas poéticas das metrópoles contemporâneas. São Paulo: Cone Sul, 2000.

MILANESI, Augusto Luiz. **O Paraíso via Embratel**: o processo de integração de uma cidade do interior paulista na sociedade de consumo. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978, v. 32 (Coleção estudos brasileiros).

MILLIET, Sérgio. **Roteiro do Café**. São Paulo: [s.n], 1938.

MIRANDA, José Pedro de. **Breve Histórico do Café em Ribeirão Preto**. Ribeirão Preto, 1980, (Memória monográfica, n. 1)



MIRANDA, José Pedro de. **Ribeirão Preto de ontem e hoje**. Ribeirão Preto: EL Dorado, 1971.

MONBEIG, Pierre. **Pioneiros e fazendeiros de São Paulo**. São Paulo: Hucitec e Polis, 1984.

MORAES, José Geraldo Vinci de. Rádio e música popular nos anos 30. **Revista USP**, São Paulo, n. 140, p. 23-76, 1999.

MORIN, Edgar. O espírito do tempo. In: \_\_\_\_\_. **Cultura de massas no século XX**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981. v. 1.

MOTTA, S. Marly. **A nação fez cem anos**: a questão nacional no centenário da independência. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1992.

MURCE, Renato. **Bastidores do rádio**: fragmentos do rádio de ontem e de hoje. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

NEEDELL, Jeffrey. **Belle époque tropical**: sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NOGUEIRA, José Antônio. O ideal brasileiro desenvolvido na república. In: CARDOSO, Vicente Licínio (Org.) **À margem da história da República**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/ Massangana, 1990.

NOSELLA, Maria de Lourdes Chagas Deiró, **As belas mentiras**: a ideologia subjacente aos Textos Didáticos. São Paulo: Moraes, 1981.

ORTIZ, Renato. **A Moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PAZIANI, Rodrigo Ribeiro. A Haussmanização em Ribeirão Preto durante a Belle Époque: os papéis de Francisco Schimidt e Joaquim Macedo Bitterncourt na cultura urbana da cidade (1887-1917). **Ensaio de História**, Franca, v. 4, n. 1/2, p. 51-69, 1999.

\_\_\_\_\_. **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.

PEIXOTO, Alzira Vargas do Amaral. **Getúlio Vargas, meu pai**. Porto Alegre: Globo, 1960.

PEREIRA, João Batista Borges. **Cor, profissão e mobilidade**: o negro e o rádio em São Paulo. São Paulo: Ed. USP, 1967, p. 67-98.

PEROSA, Lílian Maria F. de Lima. **A hora do clique**: análise do programa de rádio Voz do Brasil da Velha à Nova República. São Paulo: Annablume: Ed. ECA-USP, 1995.

PESAVENTO, Sandra Jatahy; MAUCH, Cláudia. Um novo olhar sobre a cidade: a nova história cultural e as representações do urbano. **Porto Alegre na virada do século XIX. Cultura e Sociedade**. Porto Alegre/ Canoas / São Leopoldo: Universidade/ UFRGS / Ulbra / Unisinos, 1994.

PINTO, L. Suarez Galvão. **Ribeirão Preto**: a dinâmica da economia cafeeira de 1870 a 1930. 2000. 197 f. Dissertação (Mestrado em História) - Faculdade de História, Serviço Social e Direito, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Franca, 2000.

PINTO, Maria Inez Machado. **Encantos e dissonâncias da modernidade**: Urbanização, Cinema e Literatura em São Paulo, 2002, 302 f. Tese (Livre - Docência em História) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

PRATES, Prisco da Cruz. **Relembrando o passado**. Ribeirão Preto: Bandeirante, 1976.

ROCHA, Marlos Bessa Mendes. **Matrizes da modernidade republicana**: cultura política e pensamento educacional no Brasil. Campinas: Autores Associados, 2004.

ROQUETTE-PINTO, Edgard. **Ensaio de antropologia brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, 1933.

\_\_\_\_\_. Seixos Rolados. **Estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mendonça, Machado e Cia., 1927.

ROQUETTE-PINTO, Vera Regina. Roquette Pinto. O rádio e o cinema educativos. **Revista USP**, São Paulo, n. 56, p. 10-15, dez./fev., 2002/2003.

ROVERI, Wilson. **O Amigo do rei**. Ribeirão Preto: [s.n], [198-].

\_\_\_\_\_. **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.

SALGADO, Álvaro F. **A radiodifusão educativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Saúde/ Serviço de Documentação, 1946.

\_\_\_\_\_. Radiodifusão, fator social. **Revista de Cultura Política**, Rio de Janeiro, p. 79-93, ago., 1941.

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.

SANTOS, Augusto de Azevedo. **Fragmentos da história operária no Brasil**. Rio de Janeiro: [s.n], 1966.

SANTOS, Maria Salett. Tauk. **Rádio no Brasil: o discurso da modernização sem mudança**. **Cadernos Intercon**, São Paulo, ano 4, n.8, p. 57-62, dez., 1985.

SANTOS, Jonas Rafael dos. **As transformações da Riqueza em Ribeirão Preto**. 2004, 252 f. tese (Doutorado em História) - Faculdade de História, Serviço Social e Direito, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Franca, 2004.

SCHAFF, Adam, **Ensayos de filosofia del lenguaje**, Barcelona: Ariel, 1973.

SCHWARTZMAN, Simon (Org) **Estado Novo, um auto-retrato**. Brasília/ DF: Ed. Universidade de Brasília, 1983.

\_\_\_\_\_. **Pobreza, exclusão social e modernidade**. São Paulo: Augurium, 2004.

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

SEVCENKO, Nicolau. (Org.). **História da vida privada no Brasil República: da belle époque à era do rádio**. São Paulo: Cia das Letras, 1998, v. 3.

\_\_\_\_\_. **Literatura como missão; tensões sociais e criação cultural na Primeira República**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_. **Orfeu estático na metrópole: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SILVA, Hélio. **1932: a guerra paulista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

SOUZA, José Inácio de Melo. **A Ação e o imaginário de uma Ditadura: Controle, Coerção e Propaganda Política nos Meios de Comunicação durante o Estado Novo**. 1990. 437 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1990.

STRAMBI, Myrian de Souza. **50 anos de Orquestra Sinfônica em Ribeirão Preto: 1938 -1988**. Ribeirão Preto: Legis Summa, 1989.

SUSSEKIND, Flora. **Cinematógrafo de Letras; literatura, técnica e modernização no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1982.

TAPARELLI, Carlos Henrique Antunes. A evolução tecnológica do rádio. **Revista USP**, São Paulo, n. 56, p.16-21, dez. / fev., 2002/2003.

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.

TORRES, Alberto. **O problema nacional brasileiro**. Brasília/ DF: Ed. UNB, 1982.

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

TUON, L. Izilda. **O Cotidiano Cultural em Ribeirão Preto (1880-1920)**. 1997. 165 f. Dissertação (Mestrado em História) - Faculdade de História, Serviço Social e Direito, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Franca, 1977.

TYSON, Levering ; MACLATHY, Josephine (ed.). **Educacion on the air and radio and education**. Chicago : the University of Chicago Press, 1935.

VALADÃO, Valéria. **Memória Arquitetônica em Ribeirão Preto**. 1997, 232 f. Dissertação (Mestrado em História) - Faculdade de História, Direito e Serviço Social, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Franca, 1997.

VIANA, Oliveira. O idealismo da Constituição. In: CARDOSO, Vicente Licínio (Org.) **À margem da história da República**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/ Massangana, 1990.

VILLELA, Aníbal Villanova; SUZIGAN, Wilson. **Política do governo e crescimento da economia brasileira: 1889-1945**. Rio de Janeiro: Ipea/ Inpes, 1973, (Série monográfica, 10).

## **FONTES DOCUMENTAIS**

### **Jornais e Revistas**

A ESTAÇÃO do coração de São Paulo PRA-7, Ribeirão Preto, vae irradiar em ondas curtas. **Diário da Manhã**. Ribeirão Preto, 20 jun., 1935, p. 9.

A GRANDE campanha. **Diário da manhã**, Ribeirão Preto, 15 maio, 1934, p. 8.

A INSTALAÇÃO de uma estação transmissora em Ribeirão Preto. **A Cidade**. Ribeirão Preto, 24 dez., 1924, p. 3.

A PRA-7 DE Ribeirão Preto teve deferidos. **A Cidade**, 4 abr., 1935, p. 5.

A PRA7. **Diário de Notícias**. Ribeirão Preto, 13 nov., 1935, p. 6.

A PRA- 7 ELEVOU a potência de seu transmissor. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 12 abr., 1935, p. 3.

A VERDADE sobre o rádio em Ribeirão Preto. **Diário da Manhã**, 12 nov., 1939, p. 14.

ALI NA rua Amador Bueno. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 21 jun., 1916, p. 9.

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

ANIMOSIDADE. Diário de São Paulo. São Paulo, 26 maio, 1934, p. 5. In: SOUZA, José Inácio de Melo. **A Ação e o imaginário de uma Ditadura**: Controle, Coerção e Propaganda Política nos Meios de Comunicação durante o Estado Novo. 1990. 437 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1990.

ANÚNCIO. **Correio Paulistano**, São Paulo, 6 out., 1935, p. 5.

ANÚNCIO. **Diário da Manhã**, Ribeirão Preto, 23 maio., 1934, p. 4.

ANÚNCIO. **Diário de São Paulo**, São Paulo, 22 fev., 1935, p. 8.

ANÚNCIO. **Diário de São Paulo**, São Paulo, 22 jul., 1934, p. 3.

APOIO de João Neves da Fontora. **Folha da Manhã**, São Paulo, 25 jul., 1932, p. 1.

AS QUINTAS e domingos. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 6 jun. 1909, p. 8.

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

AUTOMÓVEL. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 18 mar., 1915, p. 5.

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

BONIFÁCIO diariamente. **Correio da Tarde**, [s.1]. Ribeirão Preto, 18 jan., 1934, p. 3.

BREVE histórico sobre a P.R.A. 7 – A estação radio-transmissora que muito honra Ribeirão Preto, **A tarde**, Ribeirão Preto, 15 nov., 1936, p. 8.

CÂMARA municipal. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 24 abr., 1915, p. 8.

CAMPANHA dos 2000 - pró bons programmas. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 14 jan., 1934, p. 7.

CARDOSO, J. Dgard. O que as ondas não dizem... **A Cidade**, Ribeirão Preto, 16 jun., 1939, p. 5.

CATROPIANDO. **A Cidade**. Ribeirão Preto, 09 jun. 1909, p. 6.

CINEMATÓGRAFO. **A cidade**, Ribeirão Preto, 22 jun. 1918, p. 4.

CORSINO, B. Radiotelephonia. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 30 dez., 1924, p. 2.

DECLARAÇÃO. **Diário da manhã**. Ribeirão Preto. 04 mar., 1936, p. 2.

DIA DA imprensa. **Diário da Manhã**, Ribeirão Preto, 11 set., 1936, p. 2

DIVAGANDO. Diário da Manhã, 16 mar., 1912, p. 3. In: 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.

DO CORAÇÃO de São Paulopara todo o Brasil. **A Tarde**, Ribeirão Preto, 15 dez., 1934, p. 8.

EM UMA FELIZ diligencia. **Diário da Manhã**, Ribeirão Preto, 11 fev., 1914, p. 5.

ESTAÇÕES RADIODIFUSORAS. **Diário de São Paulo**. São Paulo, 21 jan., 1931, p. 8.

FALTA d'água. **Diário da manhã**. Ribeirão Preto, 14 set., 1909, p. 5.

GREVE dos operários. **A Cidade**, Ribeirão Preto, 17 mai., 1919, p. 1.

GREVES de colonos. **Diário da Manhã**, Ribeirão Preto, 11 mai. 1912, p. 2

GRUPO escolar italiano. **A Cidade**. Ribeirão Preto, 31 mai., 1912, p. 3

LÂMPADA apagada. **A Cidade**. Ribeirão Preto, 22 jun., 1915, p. 6.

MARTINS, Miragaya, Drausio e Camargo!. **Diário da Manhã**, Ribeirão Preto, 23 maio, 1934, p. 2.

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

O DIA 14 de janeiro nos estúdios da PRA-7. **Correio da Tarde** [s.1], Ribeirão Preto, 15 jan. 1934, p. 8.

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

O PREFEITO digno moço. Diário da Manhã, Ribeirão Pr

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

RADIO JORNAL. **Folha de Manhã**, São Paulo, 23 ago., 1932, p. 1.

RADIO THEATRO. A PRA7 iniciará amanhã a irradiação de seu teatro. **Diário de Notícias**, Ribeirão Preto, 17 out., 1937, p. 5.

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

RECLAMAÇÃO. **Diário da manhã**. Ribeirão Preto, 18 ago., 1914, p. 3.

RELAÇÃO das Estações Brasileiras de Radiodifusão. **Revista Carioca**. Rio de Janeiro, 19 set., 1936, p. 5. Disponível em <http://www.novomilenio.inf.br/santos/h0067.htm>. Acesso em: 26 mar. 2006.

REVISTA DA SEMANA. 16 set., Rio de Janeiro: [s.n], 1922, p. 4.

REVISTA ELECTRON. Ano I, n. 6, 20 abr. Rio de Janeiro: Rádio Sociedade, 1926, p.3.

REVISTA ELECTRON. Ano I, n. 14, 16 agost. Rio de Janeiro: Rádio Sociedade, 1926, p. 10.

REVISTA ELECTRON. Ano I n. 3, 1 mar. Rio de Janeiro: Rádio Sociedade, 1926, p. 1.

REVISTA ELECTRON. Ano I, n. 4, 16 mar. Rio de Janeiro: Rádio Sociedade, 1926, p.1.

REVISTA RÁDIO. Ano I, n. 1, 13 out. Rio de Janeiro: [s.n], 1923, p. 1.

REVISTA RÁDIO. Ano I, n. 2, 24 out. Rio de Janeiro: Rádio Sociedade, 1923, p. 39-40.

REVISTA SCIENCIAS. Revista da Academia Brasileira de Ciencias. Ano VI, n. 1, abr., Rio de Janeiro: [s.n], 1926, p. 125..

RIBEIRÃO Preto por dentro. **A Tarde**, Ribeirão Preto, 24 maio, 1938, p. 9.

SAIAS amassadas. **A Cidade**. Ribeirão Preto, 15 nov., 1910, p. 2.

TEMOS RECEBIDO nesta redação. Diário da Manhã, 17 jan., 1913, p. 4. In: 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.



UMA DAS MAIORES descobertas da civilização moderna. **Diário da manhã**, Ribeirão Preto, 27 fev. 1937, p. 11.

UMA FESTA de cordialidade. **Correio da Tarde**, 8 jan., 1934, p. 6.

UMA RECLAMAÇÃO justa. **Diário da Manhã**, Ribeirão Preto, 11 jan., 1913, p. 4. In: 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.

VENCEDORA - a P.R.A. em um concurso realizado em Pirassununga. **Diário da Manhã**, Ribeirão Preto, 26 set., 1937, p. 6.

## DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS E REFERÊNCIAS LEGISLATIVAS

ATA da Assembléia Geral Ordinária do Radio Club de Ribeiro Preto, 23 fev., Ribeirão Preto, 1934.

\_\_\_\_\_.da Assembléia Geral Ordinária do Radio Club de Ribeirão Preto, 14 dez., Ribeirão Preto, 1935.

\_\_\_\_\_.da Assembléia Geral Ordinária do Radio Club de Ribeirão Preto, 28 mar., Ribeirão Preto, 1935.

\_\_\_\_\_.da Assembléia Geral Ordinária do Rádio Club de Ribeirão Preto, 10 jun., Ribeirão Preto, 1938.

\_\_\_\_\_.da Assembléia Geral Ordinária do Radio Club de Ribeirão Preto, 30 dez., 1934.

\_\_\_\_\_.da Assembléia Geral Ordinária do Rádio Club de Ribeirão Preto, 10 jul., Ribeirão Preto, 1941.

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

BALANÇO de receita e despesas de 1904. Fundo: Prefeitura Câmara Municipal; grupo: Administração; subgrupo: Relatórios e balanços de receitas e despesas (1896-1931), Ribeirão Preto, 1904.

CODIGO DE POSTURAS da Câmara Municipal de Ribeirão Preto (1889-1932), s/n., p. 89-90. Ribeirão Preto: Câmara Municipal de Ribeirão Preto, 1932.

CÓDIGO DE POSTURAS da Câmara Municipal de Ribeirão Preto. Tipografia livro verde, p. 79-80. Ribeirão Preto: Câmara municipal de Ribeirão Preto, 1921.

ESTATUTOS do Radio Club de Ribeirão Preto, Artigo III, 1 jan. Ribeirão Preto, 1925.

IBGE. **Recenseamento geral do Brasil**. Censos econômicos: agrícola, industrial, comercial e dos serviços. Rio de Janeiro, 1940.

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.

BRASIL. Decreto-lei nº 16.657, de 5 de novembro de 1924. Aprova o regulamento dos serviços civis de radiotelegrafia e radiotelefonía. **Coleção das Leis e decretos de 1924**, Rio de Janeiro, v. 2, p. 358-370, nov./jan., 1925.

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.

BRASIL. Decreto-lei nº 3296, de 10 de julho de 1917. Dispõe sobre os serviços radiotelegráficos e radiotelefônicos. **Coleção das Leis e decretos de 1917**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 122-136, maio/ jul., 1918.

RELATÓRIO apresentado em sessão de 15 de janeiro de 1929 pelo Dr. Joaquim Macedo Bittencourt Prefeito Municipal, Fundo: Prefeitura I Câmara Municipal; grupo: Administração; subgrupo: relatórios da Prefeitura, 1920, p. 05-13.

RELATÓRIO de 1902. **Câmara Municipal de Ribeirão Preto**. 10 jan. São Paulo: Duprat & Comp., 1903.

## DOCUMENTOS SONOROS

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

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.

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

PORTO, Sebastião. **Depoimento Projeto Memória Oral**. Ribeirão Preto: MIS (museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto), 1996. 1 fita cassete (60 min.), estéreo.

ROVERI, Wilson. **Depoimento Projeto Memória Oral**. Ribeirão Preto: MIS (Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto), 1996. 1 fita cassete (60min.), estéreo.

SILVA, Jacintho Rodrigues. **Depoimento Projeto Memória Oral**. Ribeirão Preto: MIS (Museu da Imagem e do Som de Ribeirão Preto), 1996. 1 fita cassete (60min.), estéreo.

TUMA, Nicolau. **Depoimento ao MIS de São Paulo**. São Paulo: MIS (Museu da Imagem e do Som de São Paulo), 1976. Tombo nº 29-1, 13 ago. 1 fita cassete (58 min.), estéreo.

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)