



Rádio Regional e a Cultura Midiática – PRA -7 (1924 - 1963)¹

Daniela Pereira TINCANI²
Faculdades COC – Ribeirão Preto

Resumo

O presente artigo delimita o contexto e a descrição das principais ações da emissora PRA-7 – Rádio Clube de Ribeirão Preto - entre 1924 e 1963. Apresenta a correlação entre a PRA-7 e a cultura regional, fazendo uma comparação com as dimensões de proximidade, singularidade, diversidade e familiaridade ao transmitir programas que representavam as raízes da cidade e participava ativamente das ações comunitárias de Ribeirão Preto.

Palavras-chave

História do Rádio, Cultura Midiática, Rádio Regional

Introdução

Nos dias de hoje, os estudos que envolvem o resgate da memória midiática têm sido tema de diversas pesquisas acadêmicas. Este artigo, em seu tema geral, tem por proposta fazer o resgate da memória midiática; como assunto específico, relata uma parte da história da primeira emissora do interior do país³, a PRA-7 – Rádio Club de Ribeirão Preto. Serão mostrados entre outros pontos, o aspecto de pioneirismo da emissora ribeirãopretana e a influência cultural que ela exerceu na cidade durante os anos de 1924 a 1963.

Optou-se pelo período compreendido entre os anos de 1924 e 1963, por abranger as primeiras incursões da emissora (1924 a 1934) e retratar a época de maior evidência e expansão da PRA-7 (1945 – 1963), que culminou com sua venda para a Cruzada Evangélica, ligada à Igreja Protestante Norte-Americana.

Para tecer este artigo, que é um estudo de caso em âmbito local, como fontes de pesquisa usou-se, principalmente, periódicos e documentos da época. Foram também

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Paulista, Graduada em Publicidade e Propaganda – PUC Campinas. Professora e coordenadora do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda das Faculdades COC – Ribeirão Preto. Email – dtincani@gmail.com.

³ Antes da PRA-7, as emissoras licenciadas pelo Ministério da Viação encontravam-se nas principais capitais do Brasil.



realizadas entrevistas⁴ com pessoas que trabalharam na emissora e com memorialistas da cidade, além de serem consultadas obras produzidas por historiadores.

Em relação à construção teórica, que aborda a cultura, foi desenvolvido por meio da sistematização de documentos, apoiados conceitualmente nos autores: Lúcia Santaella, Nelson Werneck Sodré, Sérgio Caparelli, Martín-Barbero, entre outros.

A construção do artigo é importante, pois possibilita identificar as relações entre os meios de comunicação, mais especificamente o rádio e a cultura de determinada região, no caso deste trabalho, a cidade de Ribeirão Preto.

A pesquisa bibliográfica auxiliou na construção do trabalho em três pontos:

- Aspectos metodológicos do trabalho, como: coleta e análise do material, editoração e documentação da pesquisa.
- História de Ribeirão Preto, para a construção do contexto social, econômico, cultural e político da cidade.
- Fundamentação teórica sobre as características da mídia local/regional, cultura popular e cultura regional.

A análise teórica permite que o trabalho de investigação seja levado a efeito e acredita-se que esta pesquisa fornecerá bons subsídios para o reconhecimento da importância do meio rádio e do resgate da memória local.

Contexto Econômico e Político

Desde o final do século XIX, a cidade de Ribeirão Preto desenvolvia-se econômica e politicamente em função do solo fértil propício para cultivo de café, especiaria apreciada pelos brasileiros e, também, bastante aceita no exterior, devido às suas propriedades estimulantes.

Nesse cenário favorável, a cidade participava ativamente da vida política brasileira, elegeu presidentes e deputados partidários do protecionismo do café.

O café também proporcionou a vinda de transumantes e imigrantes para a cidade, o que levou à grande diversidade social e cultural, e tornou a cidade cosmopolita.

Apesar de Ribeirão Preto sobreviver do cultivo do campo, a cidade era bastante urbanizada e procurava reproduzir a vida cultural de São Paulo, Rio de Janeiro

⁴ Além das entrevistas realizadas pela pesquisadora, recorreu-se a um projeto em vídeo coordenado por Cristina Emboaba que trás outras entrevistas importantes para este estudo. O nome do projeto é Memória Oral e pode ser encontrado no Museu de Imagem e Som de Ribeirão Preto.



e Paris. Era comum que peças teatrais estrangeiras realizassem espetáculos no Rio de Janeiro, então capital federal, São Paulo e Ribeirão Preto.

Em Paris, Ribeirão Preto era conhecida por meio do café que a França importava e por causa dos seus cabarés. Nos cafés cantantes parisienses, havia cartazes que anunciavam a agitada vida noturna de Ribeirão Preto, como descrito por Prisco da Cruz Prates.

O Teatro Carlos Gomes apresentava luxuosos espetáculos teatrais como a Companhia Clara Della Guardiã, Companhia Nacional de Revistas e Operetas, Companhia Arruda e Maresca Weiss e artistas como: Alberto Novelli – astro do cinema italiano, Augustin Barrios – violonista paraguaio, Eduardo das Neves – cantor e violonista português, entre outros. Cassoulet ia até São Paulo e Rio de Janeiro e contratava estas companhias teatrais para apresentarem-se em Ribeirão Preto. Além das peças teatrais trazia conferencistas estrangeiros que estivessem de passagem pelo Brasil. (PRATES, 1975, 25p)

O cosmopolita ambiente urbano de Ribeirão Preto fez surgir uma elite preocupada em acompanhar as inovações tecnológicas que aconteciam no país e no exterior. Foi então que comerciantes e cafeicultores instalaram uma estação de 5 watts de potência e fundaram o Rádio Club de Ribeirão Preto (PRA-7), o primeiro do interior do país, conforme registros como no Jornal A Cidade de 1924.

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 radiotelephonia em toda esta zona do interior do estado. Compareceram cerca de cinquenta pessoas à reunião dentre as quaes varios capitalistas e agricultores, tendo ficado resolvida a instalação de uma poderosa estação transmissora nesta cidade, com capacidade de 5 watts, e cujo alcance de kilometros (sic), deverá ser de 2.000 aproximadamente, isto é, capaz de atingir a maior parte do território brasileiro. (A Cidade, 1924)

Assim como em outras cidades, as irradiações da PRA-7, eram voltadas para a classe mais rica da cidade, a única com poder aquisitivo e interesse para ter um aparelho receptor.

Em meio ao desenvolvimento da emissora, aconteceu a crise de 1929, que abalou o poder econômico e político da cidade; porém graças ao investimento pessoal de um comerciante local, José Cláudio Louzada, a PRA-7 sobreviveu, evoluiu e tornou-se pioneira em diversos aspectos como será reportado na próxima parte deste artigo.



PRA-7 – Uma emissora pioneira

Em Ribeirão Preto, os coronéis da política e agricultores da cidade reuniram-se em 23 de dezembro de 1924 e fundaram o Rádio Club de Ribeirão Preto, cuja diretoria era composta por Adalberto Henrique de Oliveira Roxo (presidente) José de Paiva Roxo (secretário) e Dr. Álvaro Cayres Pinto (tesoureiro). A intenção inicial do grupo era instalar na cidade uma estação transmissora de 5 *watts*.

E quando apenas três capitais brasileiras, das mais adiantadas usufruíam das vantagens (*sic*) de mais essa conquista do século eis que Ribeirão Preto passando a frente do resto do Brasil também se incorpora à era radiofônica com seu ‘Rádio Clube de Ribeirão Preto – PRA-I – A Estação do Coração de São Paulo’! (SILVEIRA, 1979)

O primeiro prefixo da emissora foi SQA-K e depois, para atender aos requisitos do Ministério da Viação passou a ser PRA-I, pois na Convenção Internacional de Rádio, em 1923 o Brasil recebeu o prefixo PRA e compelia ao Ministério da Viação dar a cada emissora local a última letra do prefixo como identificação da rádio.

A princípio, as identificações eram feitas por letras; a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro era a PRA-A. Foi, então, que a Rádio Club de Ribeirão Preto recebeu o prefixo I o que remete à nona letra do alfabeto e, portanto, a nona a ser fundada. No entanto, segundo Cione (1992) as emissoras que teriam as letras F, G e H tiveram seus requerimentos indeferidos pelo Ministério da Viação o que torna a PRA-7 a sexta emissora do Brasil e primeira do interior.

Sampaio (2004), por sua vez, afirma que a PRA-7 foi a sétima emissora do país como descrito no trecho a seguir de seu livro História do Rádio e da Televisão no Brasil “[...] Assim começava a surgir a Rádio Clube de Ribeirão Preto – PRA-7, a sétima emissora de rádio do Brasil e a primeira do interior paulista” (SAMPAIO 2004).

Maranhão (1998) também concorda com Sampaio:

Há um reconhecimento tácito a respeito da condição de 1ª emissora instalada no interior do país, atribuída à RÁDIO CLUBE RIBEIRÃO 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 1998).

No mesmo boletim da AESP, de abril de 1983, o pioneiro Enéas Machado de Assis confirma Ribeirão Preto como a 7ª do Brasil. (MARANHÃO 1998).



O pesquisador Santiago (2004) considera a emissora a sexta do país com base em uma relação das emissoras brasileiras de radiodifusão publicada na Revista Carioca em 1936.

A PRA-7 *Radio Club* de Ribeirão Preto, a primeira emissora a operar no interior brasileiro, destaca-se como a sexta do país na relação de prefixos concedidos pelo governo federal, conforme a “Relação das Estações Brasileiras de Radiodifusão” publicada pela Revista “Carioca” em 19 de setembro de 1936. (SANTIAGO2004)

Mesmo diante destas controvérsias não se pode negar o caráter pioneiro da emissora. Por meio do resgate histórico da PRA-7, foi possível identificar os principais referenciais utilizados pela emissora em dois aspectos:

1. Na construção dos transmissores, as referências vinham dos Estados Unidos e Alemanha, através das revistas importadas por José Bueno da Silva.
2. Na elaboração da programação o parâmetro seguido era a Rádio Record de São Paulo e, na época do Auditório Carlos Gomes, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

Muitas foram as contribuições da PRA-7 para a comunicação nacional; destacam-se:

- a) A construção artesanal dos transmissores, que serviram não apenas para Ribeirão Preto, mas também para outras cidades do interior, e
- b) O sistema de controle publicitário, utilizado até hoje por algumas emissoras de rádio, já foi usado por emissoras de televisão. (figura 1)

PRA 7
RADIO CLUBE DE RIBEIRÃO PRETO
A MAIS PERFEITA ORGANIZAÇÃO RADIOFONICA DO INTERIOR

PORONIA - 2.000 WATTS 900
PORONIA - 2.000 WATTS 900
+PCO+ SA MODULAÇÃO +-
ONDA : 410 METROS
KILOCYCLOS: 730

Ribeirão Preto, 22 de Abril de 1942
PREFEITURA MUNICIPAL

FATURA N.º 11

MES	PERIODO		PRODUTO ANUNCIADO	CONFORME CONTRATO N.	PREÇO
	DO DIA	AO DIA			
	15/4/42	18/4/42	"COMUNICADO DA PREFEITURA MUNICIPAL"		GRATIS GRATIS

em Rs. (Valor estatístico rs: 210\$000)

OPÇÃO - Não terá valor algum todo
qualquer recibo passado nesta fatura

RADIO CLUBE DE RIBEIRÃO PRETO
PRA 7
DIRETOR-GERENTE

FIGURA 1 – Comprovante de irradiação de comunicado da prefeitura municipal de Ribeirão Preto

Embora criados simultaneamente por outras emissoras, alguns formatos de programas desenvolvidos pela PRA-7 tornaram-se inovadores, por exemplo: o radiocinenovela teatralizado ao invés de lido; e o Centro de Debates Culturais (figura 2).



Figura 2 – Participantes do Centro de Debates Culturais: No primeiro plano da direita para a esquerda: Jaime Monteiro de Barros, Seixas, Waldo Silveira e Romualdo Monteiro de Barros. Em segundo plano, Benedito Arantes, Rubem Cione, Sebastião Fernandes Palma, Romero Barbosa, Paulo Barra e Honirato de Lucca.

É importante enfatizar também as ações realizadas pela PRA-7 para atrair visitantes e investidores para Ribeirão Preto: o uso dos *spots* que exaltavam as qualidades da cidade e da confecção de folhetos com dados estatísticos que eram enviados para as maiores empresas brasileiras. Isto demonstra a preocupação que a emissora tinha com o desenvolvimento da cidade e a consciência de que o crescimento de Ribeirão Preto levaria a Rádio Club de Ribeirão Preto ao crescimento também.

A PRA-7 tinha estreito envolvimento com a comunidade, permitido por causa da proximidade que mantinha com os cidadãos ribeirãopretanos e de outras cidades da região. O fato de “abrir” seus microfones para diversas campanhas de cunho social e contribuir com a criação de uma escola primária para pessoas de baixa renda, colocou a PRA-7 como uma mídia local no sentido de pertencente e atuante em Ribeirão Preto e região.

Na década de 1960, com o advento da televisão, que atingia principalmente as classes mais ricas, houve a diminuição da audiência. Este e outros motivos acarretaram na venda da emissora para a Cruzada Evangélica, que culminou em mudança radical na programação e estrutura da PRA-7.



Na próxima parte deste artigo, serão analisadas as influências da PRA-7 na cultura regional.

Rádio Regional e a Cultura Midiática

Algumas análises sobre a cultura de massa que foram pesquisadas fazem críticas negativas a ela, principalmente por suas características de padronização, que levam a um nivelamento por baixo e à falta de uma relação com as identidades nacionais e regionais.

Destas análises, pode-se citar:

Bonfim, (1996), “Cultura de massas – cujas características essenciais seriam a homogeneidade, a baixa qualidade e a padronização de gostos, idéias, preferências, motivações, interesses e valores”. (BONFIM, 1966 *apud* SODRÉ, 1981)

Sodré (1981), apresenta sua visão de cultura de massa na década de 1980:

Essa é cultura que os meios de massa difundem, no Brasil, hoje: além de seu baixíssimo nível e de seu teor desumanizante, tende, cada vez mais, à desnacionalização, ao esmagamento de nossa herança cultural. (SODRÉ, 1981)

Alguns teóricos ampliam a discussão sobre cultura de massa. Os americanos, de acordo com pesquisa realizada por Martín-Barbero (1997), vêem, na cultura de massa, uma afirmação da democracia:

[...] enquanto para os pensadores da velha Europa a sociedade de massas representa a degradação, a lenta morte, a negação de quanto para eles significa a Cultura, para os teóricos norte-americanos dos anos 40-50 a cultura de massas representa a afirmação e a aposta na sociedade da democracia completa. (MARTÍN-BARBERO, 1997)

Para a pesquisadora Santaella (2002), o aparecimento da cultura de massa não significa que as culturas erudita e popular tenham se perdido; aconteceram as “recomposições nos papéis, cenários sociais e até mesmo no modo de produção dessas formas de cultura, assim como borraram suas fronteiras, mas não apagaram suas existência”.

Tendo a dinâmica da cultura de massa como base, Lucia Santaella, desenvolveu em 1992, o conceito de cultura das mídias, que se contrapõe à cultura de massa no sentido em que ela é produzida por poucos e consumida por muitos. A cultura das mídias, por sua vez, por ser dinâmica e por tecer as relações entre as mídias



possibilita a seus consumidores a escolha entre produtos simbólicos alternativos. SANTAELLA, 2002)

Em relação ao meio rádio, esse foi muito importante na difusão da cultura de massa, principalmente por ser um meio de fácil penetração em diversos estratos sociais, que não exige a necessidade da alfabetização, por ser um meio sonoro.

A introdução do rádio também foi vista, em um primeiro momento como uma ferramenta de difusão de educação e informação, mas acabou por ceder ao entretenimento, o qual, muitas vezes, era e é patrocinado por grandes empresas.

Antes, instrumento privilegiado da informação, de interpretação e, só em último lugar, do entretenimento, o rádio inverteu a posição e passou à condição quase exclusiva de instrumento de lazer. Seu papel de intermediário entre os acontecimentos e o público criou um novo tipo de informação e de interpretação: a informação-lazer e a interpretação-lazer. Os acontecimentos transmitidos passam à condição de curiosidades exóticas apresentadas como atualidades, quando um acontecimento é atual apenas quando faz parte da micro-história ou, em outras palavras, só é atual o acontecimento que apresenta um *antes* e um *após* históricos. (ENZENBERGER, 1973 *apud* CAPARELLI, 1986)

No Brasil, devido aos altos índices de analfabetismo, houve uma grande aceitação do meio rádio que acompanhava a tendência norte-americana, um meio de lazer e difusão de propaganda. Os gêneros de programas de maior sucesso, na “era de ouro” do rádio (1940–1950) eram os esportivos, humorísticos e musicais que, segundo o autor Virgílio Noya Pinto (1989), “ganharam as massas e iniciaram a padronização cultural”.

Como contribuições do meio rádio, o autor Sodré (1981), ressalta:

- a criação de novos ídolos,
- a difusão e popularização da música,
- a criação de mercado para qualquer produto, através da publicidade,
- a profissionalização da música e do esporte,
- a geração de empregos através da produção nacional de receptores e
- a especialização de profissionais da área técnica para a produção dos programas.

O rádio brasileiro teve grande influência e importância econômica e política. Na parte econômica, o rádio participou da consolidação do mercado interno, principalmente na criação de um mercado de consumo através da divulgação de marcas, modismos e costumes.

Além da economia e da política, o rádio favorece a regionalização da produção e, conseqüentemente, da mensagem. O rádio possibilita o tratamento de problemas regionais e locais, mesmo que algumas emissoras ainda seguissem o conteúdo das grandes emissoras situadas nas cidades maiores, o que nos leva a um estudo mais aprofundado da questão local com enfoque na PRA-7.

Em relação à valorização dos meios de comunicação em nível local, na época estudada e dentro do estudo de caso apresentado, observou-se que existia, por parte da imprensa (figura 3), super valorização da PRA-7, até por esta ter sido a primeira emissora da cidade e, assim, ter permanecido durante quase 30 anos. Todos os eventos; novidades de programação; comemoração de aniversário e até depoimentos de pessoas de outras cidades que conseguiam sintonizar a emissora, eram amplamente divulgados pela mídia impressa local e regional.

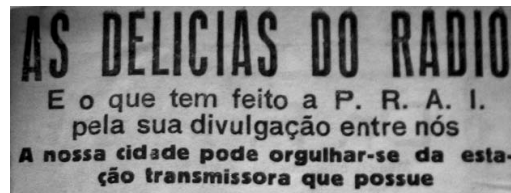


Figura 3 – Título de um artigo de jornal tomo 475 museu de imagem e som de ribeirão preto.

(sl.sd)

Por meio dos depoimentos e leitura dos livros escritos por memorialistas locais, também foi possível identificar a relação da população com a PRA-7. Para Moacyr Franco, a PRA-7 “era rádio da família de Ribeirão Preto o pessoal freqüentava o auditório, a rádio tinha uma interação muito forte com o ouvinte [...] A rádio era muito mais do que uma rádio, estou fazendo uma comparação com o rádio de hoje, a PRA-7 era tudo, a PRA-7 orientava a população em todos os sentidos, tudo que era cultural e informativo tinha que passar pela PARA-7 senão a cidade não sabia” (FRANCO, 2005).

Com a finalidade de caracterizar a PRA-7 como uma mídia local, será realizada uma relação entre o estudo apresentado por Peruzzo (2003A) no texto *Mídia local, uma mídia de proximidade* e a pesquisa histórica realizada para compor este artigo:

Peruzzo (2003A) estabelece sete particularidades da mídia local, que estão descritas na parte esquerda da TABELA 1 a seguir; na parte direita, constam as ações da PRA-7, que a caracteriza como uma mídia local.



TABELA 1 - CARACTERÍSTICAS DA PRA-7 COMO MÍDIA LOCAL

Particularidades da Mídia Local*	Ações da PRA-7
a) Parte significativa dos conteúdos tende a repetir as mesmas estratégias da grande mídia.	<ul style="list-style-type: none">• Transmissão de esporte local• Campanha contra a tuberculose• Campanha contra o comunismo• Programas com músicos locais
b) O meio de comunicação local de propriedade privada é uma unidade de negócio que pretende ser rentável, portanto seus interesses mercadológicos estão acima de quaisquer outros.	<ul style="list-style-type: none">• Investimento na área comercial através de representantes dentro da cidade e em escritórios na cidade de São Paulo e Rio de Janeiro.• Criação de um departamento de controle de publicidade.
c) É suscetível ao comprometimento político-ideológico com o <i>staff</i> governamental e legislativo no exercício do poder, bem como com as grandes empresas na região.	<ul style="list-style-type: none">• Campanha contra o comunismo• Horário católico• Boletim da prefeitura municipal veiculado gratuitamente na emissora
d) Cobre assuntos de foco local e regional que, em geral, não têm espaço na grande mídia, exceto quando envolvem uma excepcionalidade.	<ul style="list-style-type: none">• Campanha para arrecadar dinheiro para as vítimas do vendaval em Cajuru
e) Costuma adotar a estratégia de abordar conteúdos ligados à “comunidades” e de promover sua integração local como forma de angariar credibilidade visando ajudar a consecução dos interesses empresariais.	<ul style="list-style-type: none">• Escola Municipal PRA-7• Futebol para angariar dinheiro para tuberculosos• Evento para angariar dinheiro para funcionários da prefeitura
f) Contribui para a difusão e o debate de temas regionais ajudando à compreensão da realidade local e no reforço ou formação de identidades culturais.	<ul style="list-style-type: none">• Programa Centro de Debates Culturais



g) Há uma diversidade de formatos: a mídia local pode ser local tanto no sentido estrito, de pertencer a atuar num dado território, como pode ser exterior a ele e apenas lhe oferecer espaço para o tratamento de questões locais, em geral produzidos por atores locais ou por pessoas com profundos conhecimentos da região.	• Pertencente e atuante em Ribeirão Preto
---	---

* Adaptado do texto: Mídia local, uma mídia de proximidade, publicado na Comunicação Veredas - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UNIMAR

Dentro das particularidades da mídia local, estabelecidas por Peruzzo (2003A), podemos afirmar que a PRA-7, por meios das ações de seus diretores, pode ser considerada uma mídia local.

Ao encaixar as ações de PRA-7 para observar a exploração das dimensões propostas por Peruzzo, pode se concluir que, a emissora foi próxima à comunidade ribeirãopretana, pois além de ter sido fundada na cidade, participava do cotidiano dos cidadãos ao informá-los sobre assuntos locais; ao atender um pedido musical; ao dar oportunidade aos cantores da cidade de participar de seu *cast* e ao abrir uma escola para pessoas de baixa renda da cidade.

Na dimensão de singularidade, deve-se levar em conta a história de Ribeirão Preto, no qual identifica-se uma cidade urbana e cosmopolita, católica, que valorizava a cultura erudita e a música. A PRA-7 procurou fazer sua programação com base nas características citadas: programas com o mesmo estilo das grandes emissoras de São Paulo e Rio de Janeiro, boletim católico, programas com músicas clássicas desde o início das transmissões até antes de ser vendida para a Cruzada Evangélica.

A dimensão diversidade, também pode ser identificada em sua programação variada: música erudita, programas com músicas regionais e populares, jornalismo local, nacional e internacional, – agências de notícias *UPI* – rádio-teatro, radionovela, entre outros que agradavam diversos públicos.

Em relação à dimensão familiaridade, é importante destacar que a cidade de Ribeirão Preto valorizava (e valoriza) sua origem cafeeira e as personalidades que daí surgiram porque, por meio do dinheiro vindo dos cafezais, foi possível manter a cidade urbana, cosmopolita, aproximada da cultura européia. Em consequência disso, o



ribeirãopretano dá grande importância à origem da família, o nome e sobrenome que se carrega, uma vez que é nesse ponto que se encontra a raiz histórica e cultural em Ribeirão Preto. A PRA-7, fez parte da família ribeirãopretana, por meio da sua origem, fundada por pessoas importantes da sociedade, e por seu relacionamento contínuo com os nomes de maior destaque em Ribeirão Preto, estes sempre iam participar de debates – Centro Cultural de Debates – proferir palestras e até fazer discursos políticos.

Assim, a Rádio Club de Ribeirão Preto reproduzia a lógica dos grandes meios de comunicação, que é uma característica da mídia local, como defende a autora Peruzzo (2003B), mas diferenciava-se por dar atenção aos problemas da região, através de suas ações e programas.

Considerações finais

A riqueza do café fez de Ribeirão Preto uma cidade de destaque, no cenário político, cultural e econômico do país, se comparada a outras cidades do interior do Brasil.

Dentro ainda da contextualização histórica, percebe-se que os países europeus exerciam grande influência cultural nos grandes centros brasileiros, incluindo Ribeirão Preto, isso ocorria em função das estreitas relações econômicas entre o Brasil e aquele continente, principalmente a Inglaterra e a França.

Por meio da pesquisa também foi possível verificar que o cidadão ribeirãopretano valorizava as personalidades tradicionais da cidade; estes por sua vez reuniam-se para discutir política e cultura, isso, aos poucos, despertou a curiosidade por uma tecnologia que estava surgindo no mundo: a radiodifusão; assim nasceu a PRA-7, que sobreviveu aos efeitos do *crash* da bolsa, devido à garra do comerciante José Cláudio Louzada, que logo no começo do radioclube, passou à freqüentar as reuniões e mostrou-se o mais interessado em tocar as experiências na área da radiodifusão.

Mas o que realmente ajudou o desenvolvimento da radiodifusão em Ribeirão Preto e no país, foi, em 1932, o Decreto que permitia a inserção de anúncios publicitários. Desta forma, o Brasil começou a usar o jeito americano de se fazer rádio. Foi, a partir da comercialização de espaços publicitários, que as emissoras passaram a ter dinheiro para investirem em inovações técnicas e artísticas. Não foi diferente com a Rádio Club de Ribeirão Preto, que aproveitou o crescimento do comércio local e da industrialização nacional para expandir seus negócios.



Além de desenvolver a programação, a emissora também realizava ações, locais e regionais, junto à comunidade.

Cabe ainda ressaltar que existia uma correlação entre a cultura urbana de Ribeirão Preto e a PRA-7. A Rádio Club de Ribeirão Preto não criou esta cultura – urbana – ela apenas a reforçava a partir do seu público. Quando a audiência tornou-se mais popular ela não resistiu.

A PRA-7 foi influenciada pela cultura de Ribeirão Preto, ao ser criada pela elite cafeeira da cidade, e a emissora influenciou a cultura de Ribeirão Preto, a partir do momento em que passou a repercutir em maior escala, a cultura de seus criadores. Mas aqueles que deram origem ao Rádio Club de Ribeirão Preto, a classe alta, foram os que ajudaram na sua queda. Quando a classe média e alta trocou o rádio pelo novo meio que chegava, a televisão, a PRA-7, por ter uma programação elitizada, não conseguiu penetrar no público que não tinha poder aquisitivo para comprar aparelho de TV, este espaço foi ocupado pela principal concorrente da emissora, a Rádio de Ribeirão Preto.

Referências bibliográficas

BONFIM, L. C. Imagens, letras e sons dominam o homem. **Correio da Manhã**, Rio de Janeiro, 09 de outubro de 1966.

CAPARELLI, S. **Comunicação de massa sem massa**. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação).

CIONE, R. **História de Ribeirão Preto**. Ribeirão Preto: Summa Legis, 1992. 631p. Vol III.

ENZENBERGER, H. M. **Culture ou la mise em condition**. Paris: Union Générale d'Édition, 1973. p.30.

FRANCO, Moacyr. **Entrevista concedida**. Ribeirão Preto: 05 de abril de 2005 (via telefone)

MARANHÃO FILHO, L. **São Paulo: o rádio de idéias 1998**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de São Paulo, 1998.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. 360p.



PERUZZO, C. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. **Anuário Uneso/Unesp de Comunicação Regional**, São Bernardo do Campo, ano 6 n° 6, p.51-78, jan.-dez./2003A.

PERUZZO, C. Mídia local, uma mídia de proximidade. **Comunicação: Veredas**, Marília, ano II n° 2, p.65-89, novembro/2003B.

PINTO, V. N. **Comunicação e cultura brasileira**. 2ª. ed. São Paulo: Ática, 1989. (Série Princípios)

PRATES, P. C. **Ribeirão Preto de outrora**. 4ª ed. Ribeirão Preto: Gráfica Bandeirante, 1975. 274p.

SAMPAIO, M. F. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo**: memórias de um pioneiro. 2ª ed. Campos dos Goytacazes, RJ: Ed. FENORTE, 2004.

SANTAELLA, L. Cultura Midiática. In: BALOGH, A. M. *et al* (orgs) **Mídia, cultura, comunicação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002. p. 47-55.

SANTIAGO, G.J. O rádio do interior brasileiro começou em Ribeirão Preto. In: **XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, 2004 Porto Alegre. Disponível em: <http://www.adevento.com.br/intercom/resumos/R0811-1.pdf>. Acesso em: 12 de março de 2005.

SILVEIRA, A. Louzada-Bueno: No começo do rádio brasileiro. **Jornal Diário de Notícias**, Ribeirão Preto, 26 de setembro de 1979. p-3.

SODRÉ, N. W. **Síntese de história da cultura brasileira**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981. 136p. (Retratos do Brasil).