



RÁDIO AURI VERDE: ONDAS DE UMA HISTÓRIA

Kelly De Conti Rodrigues¹

Ana Carolina Costa²

Natã Crivari³

Otávio César Frabetti⁴

Maria Cristina Gobbi⁵

RESUMO: Este estudo busca analisar os vínculos jornalísticos do rádio com a cidade de Bauru, situada na região central do Estado de São Paulo. Para isso, buscou-se contextualizar a evolução histórica do município com o desenvolvimento desse veículo de comunicação. Dessa forma, nota-se a importância de Bauru na história do rádio brasileiro e, em contrapartida, do próprio rádio no avanço e no desenvolvimento da cidade. Desde a primeira emissora instalada no município, a Bauru Rádio Clube (também conhecida pelo prefixo PRG-8), verifica-se que houve tentativas de buscar a proximidade com o público ouvinte. Como forma de embasar essas afirmações, realizou-se um estudo do caso da rádio Jovem Auri Verde, que transmite em amplitude modulada (AM).

PALAVRAS-CHAVE: *Bauru; História da Comunicação; Jornalismo; Rádio; Rádio Auri Verde.*

¹ Acadêmica do curso de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e estagiária da Rádio Unesp FM. E-mail: deontik@yahoo.com.br

² Acadêmica do curso de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). E-mail: karoll.costa@yahoo.com.br

³ Acadêmico do curso de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). E-mail: otavio.frabetti@gmail.com

⁴ Acadêmico do curso de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). E-mail: nateclados@gmail.com

⁵ Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo (USP). Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Vice-coordenadora do Programa Pós-Graduação em Televisão Digital da Unesp e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da Graduação da mesma instituição. E-mail: mcgobbi@terra.com.br

Introdução

Para a realização das pesquisas a respeito dos meios de comunicação, devem-se considerar alguns pontos importantes. Entre eles, o fato de que qualquer veículo está inserido em contextos históricos e espaços geográficos específicos, cujas marcas refletirão tanto nas rotinas de produção quanto no conteúdo das mensagens transmitidas e até mesmo no modo de percepção dos receptores sobre estas. Como lembra Marialva Barbosa (2010, p.17-19), a história:

[...] é também a forma como cada ser humano se sente na duração, como se visualiza como ser, ao longo de sua trajetória, num lugar que, por vezes, denominamos mundo. A história é a nossa relação silenciosa ou ruidosa com o presente, o passado e o futuro. A história é o fato de estarmos no mundo. (...) A vida é uma sucessão de tempos, dominada por aqueles que nos precederam e por aqueles que nos sucederão. (...) É a sequência de gerações que produz a materialidade mais evidente do tempo social da história. (BARBOSA, 2010, p. 17-19)

O modo de acesso ao passado, aliás, é um aspecto que se configura como essencial para as pesquisas. Essa busca ocorre por meio de registros textuais, imagéticos, sonoros e/ou visuais, além da memória testemunhal dos atores sociais. Também devemos ressaltar que o termo local não pode ser delimitado apenas dentro do conceito geográfico. Ele caracteriza uma região onde grupamentos humanos compartilham interesses políticos, econômicos e outros elementos sociais que afetam, direta ou indiretamente, determinado grupo. Ele também é um espaço de compartilhamento de identidades histórico-culturais. Como propõe Thompson:

[...] a comunicação mediada é sempre um fenômeno social contextualizado: é sempre implantada em contextos sociais que se estruturam de diversas maneiras e que, por sua vez, produzem impacto na comunicação. (...) A apropriação dos produtos da mídia é sempre um fenômeno localizado, no sentido de que ela sempre envolve indivíduos específicos que estão situados em contextos social-históricos particulares, e que contam com os recursos que lhe são disponíveis para dar sentido às mensagens da mídia e as incorporar em suas vidas. (THOMPSON, 2001, p. 20-155)

Por estarem inseridos em uma realidade particular, cuja finalidade é a produção de mercadorias culturais e valores simbólicos, os meios de comunicação também trocam influências com a população local e fincam raízes identitárias. No caso do rádio, primeiro meio eletrônico de comunicação de massa da história e objeto de análise deste

estudo, há ainda uma função de ordenador do ritmo do cotidiano nas cidades, como propõe José Eugênio de Oliveira Menezes. Assim:

Os meios eletrônicos assumem seu papel de sincronizador social; os ouvintes são chamados a acertar sua posição dentro da cidade. Para que ela funcione, os sistemas comunicativos têm sempre a função ordenadora que implica na criação de ritmos, tais como já conhecemos na vivência biológica dos sistemas, por exemplo, respiratório e circulatório. (...) o rádio tem uma significativa função vinculadora. (...) A introdução dos media constitui o traço que distingue o século XX de todos os séculos anteriores. A constatação de que o século XX foi o século de maior crescimento das cidades e da grande expansão dos meios eletrônicos ajuda a entender a relação entre tempo, cidade e radiodifusão. (Menezes, 2007)

Contudo, ao contrário do que apontavam as primeiras teorias a respeito dos efeitos das mensagens sobre os receptores, hegemônicas entre as décadas de 1960 e 1970, estes também são produtores de informação. Tanto podem fazer isso ao interpretarem aquilo que é passado pelos veículos como ao pautarem a imprensa por meio do envio de mensagens, fato que se expande cada vez mais com o uso das novas tecnologias. A própria linha editorial também depende do perfil do público a ser atingido, o que se configura como uma forma de interferir na produção de conteúdo midiático. Como aponta Barbero, na América Latina por volta dos anos 1980:

[...] alguns pesquisadores começaram a suspeitar daquela imagem do processo na qual não cabiam mais figuras além das estratégias do dominador, na qual tudo transcorria entre emissores-dominantes e receptores-dominados sem o menor indício de sedução nem resistência. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.165)

As considerações anteriores mostram como o rádio se mistura ao cotidiano das cidades, representando um fator que amplia a proximidade com os ouvintes. A identidade local, aliás, é outro ponto de suma importância para o sucesso de uma emissora, exatamente por estreitar os laços com os habitantes. Embora o investimento em conteúdo local tenha ocorrido, sobretudo após o golpe militar de 1964 (CALABRE, 2004, p.50), muitas rádios já mantinham vínculos com as características gerais da região onde estavam localizadas.

No entanto, devemos ressaltar que muitos aspectos mudaram na produção radiofônica ao longo dos anos, sobretudo em função da influência das novas

tecnologias. Isso inclui até mesmo a lógica da programação que, para Meditsch (1999), passou por uma mudança estratégica. Aquela incorporou o conceito de sequência como fluxo. Isso significa, segundo o autor, que “(...) trata-se agora de reconhecer que as disponibilidades temporais do público são heterogêneas” (1999, p. 193). Esse argumento justifica a repetição de informações após determinado período, já que a audiência varia continuamente.

Este estudo, portanto, busca trazer algumas considerações sobre os vínculos da cidade de Bauru, situada na região centro-oeste do estado de São Paulo, com os meios de comunicação, sobretudo o rádio. Para isso, será traçada a história do veículo nesse município, a fim de verificarmos como ocorreu a construção da identidade com o local. Posteriormente, faz-se um estudo de caso da emissora AM de maior popularidade na cidade, a rádio Jovem Auri Verde, para analisarmos suas formas de manter essa relação identitária e a consonância com os padrões modernos.

Bauru: os primeiros trilhos da história e a relação com os meios de comunicação

Segundo o censo demográfico realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, o município de Bauru possui 343.937 habitantes, que ocupam uma área de 667,681 Km², o que significa uma densidade demográfica de 515,12 hab/Km². Entre os 645 municípios do Estado de São Paulo, Bauru está entre as 20 cidades com maior número de habitantes. A população bauruense se encontra, predominantemente, em área urbana (98,3%) e as mulheres são maioria (51,5%). Economicamente, destaca-se o setor de serviços, que concentra 77,7% do total do Produto Interno Bruto (PIB)⁶. Até atingir esses números, porém, vários fatores contribuíram para o crescimento da cidade. Desde os primórdios, os veículos de comunicação se inserem nessa história, como veremos ao longo deste artigo.

As ferrovias também impulsionaram o desenvolvimento da região. Para a implantação da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, cujo ponto inicial era em Bauru, usou-se estratégias políticas. O principal articulador foi Azarias Leite, que possuía

⁶ Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus, em 2009.

aliados como Cerqueira Cezar, membro da Comissão Central do Partido Republicano Paulista (PRP), e Júlio de Mesquita, do jornal “O Estado de S. Paulo” e do “Correio Paulistano”. Usando suas habilidades políticas, Azarias Leite conseguiu trazer engenheiros ligados ao Governo Federal para avaliarem o projeto da ferrovia que, posteriormente, tornou-se o símbolo do progresso da cidade (FERRAZ, 2006, p. 8-9). O parecer do Clube de Engenharia definiu que a estrada de ferro começaria em São Paulo de Agudos ou Bauru. A primeira levava vantagem por já contar com as ferrovias Sorocabana e Paulista. Mas Bauru é escolhida e passa a atuar como “(...) boca-de-sertão e base de toda operação de ocupação da Zona Noroeste de São Paulo” (GHIRARDELLO, 2002, p. 81).

O surgimento dos meios de comunicação não demorou muito a acontecer. Da mesma forma que em várias localidades, os jornais foram os precursores. Existem controvérsias a respeito de qual foi o primeiro a entrar em circulação, mas alguns registros apontam que o jornal “O Bauru”, fundado por Domiciano Silva, tenha começado essa história. Alguns pesquisadores, contudo, acreditam que o primeiro seja o semanário “O Progresso de Bahuru”, que circulou por quatro meses a partir de 1 de maio de 1905 (FERRAZ, 2005). A partir de então, vários outros jornais contaram a história da cidade em suas páginas. Hoje, os impressos diários são o “Jornal da Cidade”, de maior circulação, e o “Bom Dia”, da rede dirigida pelo empresário J. Hawilla. O primeiro pertence a um grupo que também é proprietário de uma das rádios de maior audiência do município, a Rádio Cidade, popularmente conhecida como 96 FM.

Da PRG-8 às universitárias: um panorama do rádio bauruense

Em 8 de março de 1934, o rádio começou a fazer parte da vida dos cidadãos bauruenses. Essa primeira transmissão foi, aliás, uma das pioneiras realizadas no Brasil e a segunda no interior paulista. A Bauru Rádio Clube (hoje, Rádio Bandeirantes) funcionava em caráter experimental até que, no dia 26 de abril do ano seguinte, ela recebeu o prefixo PRG-8, oficializando a inauguração da primeira emissora da cidade. No anuário estatístico divulgado pelo IBGE em 1935 aparece, pela primeira vez, o nome da nova rádio bauruense.

Na verdade, um teste do que viria inspirar a sua criação aconteceu anos antes, quando João Simonetti instalou uma aparelhagem que unia alto-falantes e projeção de slides para realizar anúncios das lojas da cidade. Obviamente, estes eram pagos pelos donos dos estabelecimentos. Para conseguir mais anunciantes, Simonetti encaminhava ofícios aos empresários da cidade, como no trecho abaixo⁷

Prezadíssimo Senhor,

Para o desenvolvimento de qualquer iniciativa, faz-se mister o auxílio imprescindível de uma propaganda metódica e inteligente. Quantas empresas não fracassam unicamente porque não se coadjuvam dos efeitos seguros de uma bem orientada propaganda. Bauru, a capital da Noroeste, cidade cujo progresso corre a par dos melhores centros do Estado, oferece um campo magnífico para o desenvolvimento de qualquer ramo de atividade.

Em consequência disso, e como cooperadora real do desenvolvimento urbano civil e comercial a Empresa P.C.P de Bauru, instituição cujo fim é propagandear e desenvolver iniciativas, acaba de instalar no ponto mais freqüentado da cidade um possante aparelho de projeção acompanhando a exibição de chapas ou filmes de um completo esclarecimento falado, demonstrando o valor do produto ou atividade.(SIMONETTI, 2012)

Segundo Paulo Sérgio Simonetti (2012)⁸, tal experiência fez João Simonetti e membros da Associação Comercial, interessados na criação de uma emissora, a procurar diretores da Sociedade Rádio Cruzeiro do Sul, de São Paulo, para conseguirem orientações a respeito desse novo meio de comunicação. Todavia, um fator determinante para conseguir a concessão necessária para regularizar as transmissões foi a amizade entre Simonetti e o então presidente Getúlio Vargas. Posteriormente, essa aliança também contribuiu para a implantação da TV Bauru – Canal 2, a primeira televisão do interior da América Latina. Com isso, nota-se a importância do pioneirismo de João Simonetti para a história dos meios de comunicação. Ele, aliás, também foi o responsável pela instalação do primeiro cinema falado de Bauru, na década de 1920. Ainda nessa primeira metade do século XX, aliás, a influência da família chegou a outros Estados, como Goiás, onde:

[...] a rádio Carajás de Anápolis tinha por trás de sua fundação um empresário que mantinha fortes vínculos com Getúlio Vargas e com

⁷ Esse documento integra o acervo particular do jornalista e historiador Luciano Dias Pires.

⁸ Paulo Sérgio Simonetti é neto do idealizador do rádio em Bauru. As informações foram colhidas em entrevista realizada pelos autores em 30 de maio de 2012.

Chateaubriand o qual, inclusive, influenciava algumas decisões políticas de Vargas. Porém, ao fundar a emissora de rádio Carajá em Anápolis, João Simonetti concede ao seu filho a direção da mesma, o qual passou a dirigi-la juntamente com sua esposa, Elidia Simonetti. No início da década de 1950, dezembro de 1951, Hermette Simonetti falece e a emissora muda de proprietário. (MARQUES, 2008, p. 23)

A respeito dos primeiros anos do rádio em Bauru, a programação era dividida em um turno matutino (das 9h às 13h) e outro vespertino (das 15h às 22h), caracterizando-se pelo conteúdo artístico, com transmissão de músicas e até humorísticos (CALDEIRA, 1982).

Nesse período, já se levava em consideração a importância de manter certa proximidade e familiaridade com os ouvintes. Uma maneira de atingir esse objetivo, segundo Caldeira (1982), era a promoção do concurso de calouros, cuja veiculação alcançava alto índice de audiência na região, tornando-se um dos programas de mais sucesso da PRG-8. A possibilidade de o ouvinte escolher músicas para transmissão também já existia no programa “De Você para Você”, com cobrança de mil réis por solicitação. Um tipo de programa que costumava fazer muito sucesso nas antigas emissoras eram os realizados em auditório, que contavam com a presença dos ouvintes. A Rádio Clube utilizou esse formato no programa “O Cirquinho do Benjamin”. (PIRES, 2012)⁹.

Já o primeiro radiojornal bauruense, apresentado por Luciano Dias Pires e Nelson Reginato, foi o Grande Jornal Falado G-8, inspirado no Grande Jornal Falado Tupi. As transmissões começaram em 1958 e era dividido em três blocos. O primeiro, chamado “Carrossel de Notícias”, trazia notícias sobre a política e a economia nacional. Em seguida, as informações encaminhadas por telégrafo pelas agências *Reuters* e *France Press* faziam parte do “Painel Internacional”. O último bloco, chamado “Entrevistas Locais”, veiculava entrevistas com as autoridades de Bauru, como os políticos do município. O programa, que começava às 22h, tinha uma hora de duração. Porém, vale destacar que o Grande Jornal Falado G-8 foi idealizado pelos seus locutores, que compraram esse horário na programação da Bauru Rádio Clube, como informou o próprio idealizador do programa, Luciano Dias Pires (2012).

⁹ Informações do jornalista e historiador Luciano Dias Pires em entrevistas aos autores em 8 de junho de 2012.

Ao longo da segunda metade do século XX, outras emissoras surgiram em Bauru, como a Rádio Auri Verde, inaugurada em 1956. Naquele momento, a Rede Piratininga de São Paulo começava a montar os equipamentos da nova rádio bauruense, mas a inauguração oficial ocorreu em 7 de setembro do ano seguinte. A emissora dirigida por Tobias Ferreira contava com 15 funcionários e conquistou a liderança de audiência após três meses de funcionamento. Um dos fatores que contribuíram foi a transmissão, para todo o Brasil, dos XXI Jogos Abertos do Interior, cuja sede era em Bauru naquele ano (CALDEIRA, 1982).

Já em 1961, a cidade recebeu a concessão de seu primeiro canal de televisão. Novamente, João Simonetti usou a amizade com o presidente Getúlio Vargas e a influência do PTB no processo inicial para conseguir o direito de criar a TV Bauru Canal 2, o primeiro canal em uma cidade do interior na América Latina. A autorização veio durante o governo de João Goulart (BOTEON, 1995, p. 65). O novo projeto de João Simonetti, contudo, durou pouco tempo. Os altos custos para manter uma emissora de televisão foram o motivo principal. A solução encontrada foi a venda do canal que, hoje, é a TV Tem, afiliada da Rede Globo (KNEIPP, 2000, p. 13-14).

A PRG-8 também sofreu as consequências, uma vez que, poucos anos depois, a rádio foi vendida. O grupo Simonetti, entretanto, não abandonou o mercado radiofônico, já que efetuaram, ao lado de Tobias Ferreira, a compra da Rádio Auri Verde. Com isso, grande parte dos profissionais da Bauru Rádio Clube se transferiu para a Auri Verde (SIMONETTI, 2012). Para renovar a imagem da emissora, buscou-se a mudança do nome. Com isso, a razão social passou a ser Rádio Jovem Auri Verde Ltda. No ano seguinte, o pioneiro João Simonetti falece no mês de agosto. (POLI, 2005).

Enquanto isso, em 1979, a pioneira entre as rádios bauruenses foi comprada pela Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão. (CALDEIRA, 1982). Uma das mais importantes emissoras em funcionamento em Bauru também iniciou sua história nesse período. A Rádio Comunicação FM recebeu esse nome em homenagem ao dia das comunicações (5 de maio), já que sua inauguração ocorreu nessa data no ano de 1978. Mais conhecida como 94 FM, ela foi montada pela Rádio Auri Verde. Hoje, porém, a Auri Verde pertence à família Daré, enquanto a responsabilidade sobre 94 FM é da família Simonetti. Em seguida, surgiram outras rádios em frequência modulada em

Bauru, como a Rádio Cidade (96 FM) - ligada ao Grupo Cidade (também proprietário do Jornal da Cidade) - e as educativas Unesp e Veritas.

A rádio Auri Verde

Durante a década de 1950, a televisão ganhava espaço no Brasil, causando incertezas quanto ao futuro do rádio. Em Bauru, que possuía pouco mais de 50 mil habitantes¹⁰, havia rumores de que João Simonetti traria a primeira emissora de televisão, o que ocorreu em 1 de agosto de 1960, no aniversário de 64 anos da cidade. Apesar da curiosidade e da expectativa em torno do novo veículo, o rádio continuou a sua história em Bauru com o surgimento de novas emissoras. Entre elas, a Rádio Auri Verde de Bauru Ltda, cuja inauguração oficial ocorreu no dia 7 de setembro de 1956. Na época, a emissora, cujo prefixo era ZYE 82, contava com 15 funcionários (CALDEIRA, 1982).

Desde suas primeiras transmissões, grande parte da programação da Auri Verde foca a prestação de serviço¹¹ e aborda os problemas infraestruturais da cidade. O programa “Tribuna de Opiniões” - criado em 1958 -, por exemplo, seguia esse perfil (CALDEIRA, 1982). Da mesma forma, o “Bauru Agora”, veiculado desde 1999 de acordo com o site da emissora, debate a situação da cidade em temas como saúde, educação, impostos, transporte e segurança pública, como pudemos perceber por meio da escuta do programa. Além dessas, a programação esportiva também foi um dos pontos fortes, como afirma Ferraz (2005, p. 12):

A programação da Rádio Auri -Verde tinha um forte apelo comunitário. Além de músicas e entretenimento, a programação contava com a prestação de serviços do departamento de jornalismo. As transmissões esportivas também eram o carro-chefe da Auri - Verde. Estilo que a emissora mantém até hoje. (FERRAZ, 2005, p. 12)

¹⁰ Informações do Anuário Estatístico do Brasil de 1953, organizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

¹¹ Para André Barbosa Filho (2003, p. 134-135), “(...) os produtos radiofônicos de serviço são informativos de apoio às necessidades reais e imediatas de parte ou de toda a população ao alcance do sinal transmitido pela emissora de rádio. A informação de serviço se distingue da jornalística pelo seu caráter de “transitividade” – indicativo de movimento, circulação, trânsito – provocando no receptor uma manifestação sinérgica, ao reagir à mensagem”.

Em entrevista aos autores, o atual diretor executivo Alexandre Alves¹² descreveu que, para os profissionais da emissora, “hoje, quase tudo é notícia: desde os bastidores da política, até um buraco ou um vazamento de água em ruas dos bairros periféricos ou não”. Isso reforça a visão de que o foco desse veículo gira em torno das informações a respeito dos problemas da cidade. Acrescenta-se a isso, ainda, o slogan adotado desde 2000 pela emissora: “Auri Verde, a rádio da prestação de serviços”.

Outro ponto que reforça a identificação com o público é que ela também colabora com campanhas sociais desde o início de sua história. A primeira idealizada pela rádio foi o “Natal das Crianças Pobres”, logo no ano de sua inauguração. A campanha promoveu a arrecadação e distribuição de brinquedos a crianças cujas famílias possuíam baixa renda (CALDEIRA, 1982).

De acordo com o site e com o vídeo institucional da emissora (2011), o perfil dos ouvintes, aliás, caracteriza-se, em sua maioria, por fazer parte das classes econômicas C, D e E. A respeito da idade, eles concentram-se entre as pessoas de 25 e 44 anos. Isso corrobora com a linha adotada pela emissora. Nas palavras do diretor executivo, é possível observar essa característica:

Nosso foco principal é a prestação de serviços, estar mais próximo da população (principalmente de baixa renda) e atendida com as situações que acontecem no dia-a-dia das cidades. Nosso jornalismo é forte, dinâmico e participativo e busca todos os dias trazer, além do factual, também situações corriqueiras que se enquadram na rotina das pessoas comuns.

Também é possível notar esse padrão a partir da análise do foco dos programas atualmente transmitidos pela rádio Auri Verde. Nas descrições de todos eles, destaca-se o objetivo de interagir com o ouvinte e/ou trazer aspectos locais, como checamos no site da emissora.

A partir deles, verifica-se que a rádio busca a identificação com a população local. Grande parte dos programas focam as informações da região e/ou características da cultura bauruense. Temas que fazem parte do cotidiano, como dicas culinárias e de saúde, também estão presentes. Outro ponto a ser lembrado é que muitos dos programas

¹² Alexandre Alves tem 39 anos e trabalha na rádio Auri Verde desde 1993. Ele é radialista e jornalista e atua como narrador e repórter esportivo, além de apresentador, âncora, repórter, produtor e diretor.

estão há muitos anos no ar, assim como seus apresentadores. O “Super Manhã Colorida”, por exemplo, está há mais de 30 anos na grade da rádio Auri Verde. Desde seu início, a locução é realizada por João Costa, segundo o perfil do apresentador no site da emissora.

A respeito das formas de conquistar ouvintes, o locutor Francisco Cardoso¹³, em entrevista aos autores, destacou justamente essa característica: “Nossos programas mantêm o mesmo nome. Tem que manter a tradição e também o apresentador. O ouvinte sabe que, há dez anos, ele ouvia o fulano naquele horário. Ele sabe que vai encontrar aquele mesmo fulano – salvo se ele morrer – naquele horário”.

No caso do conteúdo jornalístico, a Auri Verde reserva espaço para programas dedicados exclusivamente a esse foco. No período da manhã, o espaço noticioso é representado pelo Comando Bauruense de Comunicadores (CBC), O Vanguardão e o Bauru Agora. No final da tarde, o Plantão das 6 veicula um resumo das notícias do dia. Já o conteúdo esportivo é focado no Show de Bola do Timão, de segunda a sexta-feira, além do programa Ligado no Esporte, cuja veiculação ocorre aos sábados. Nesse mesmo dia da semana, a Auri Verde transmite o Polícia Comunitária, que convida uma “autoridade” (termo utilizado na descrição existente no site da rádio) para responder perguntas dos ouvintes, que interagem por telefone, e do locutor Francisco Cardoso, como pudemos notar ao acompanharmos três edições do programa.

Já a estrutura da rádio pouco mudou ao longo dos anos, segundo Alexandre Alves. No entanto, ao realizarmos visita para conhecermos a estrutura técnica, ficou notável certa adaptação a alguns recursos tecnológicos, como os computadores. Há, obviamente, alguns limites, uma vez que o padrão financeiro não se equipara ao das grandes redes nacionais. Entretanto, ainda existem aspectos que necessitam de evolução nessa rádio. A sua sede, por exemplo, possui espaço reduzido. No piso superior, onde ocorre a produção do conteúdo veiculado, estão o estúdio e o departamento de jornalismo. Neles, verifica-se a estrutura limitada. Na sala do departamento de jornalismo, por exemplo, há espaço para apenas três profissionais. De acordo com Alexandre Alves, a Auri Verde conta, hoje, com 39 funcionários. Destes, 8 na área de

¹³ Francisco Cardoso trabalha há no rádio desde 1963. Foi contratado pela rádio Auri Verde dez anos depois para atuar como repórter policial e apresentador do programa “Olho Vivo”.

jornalismo e outros 8 no esporte, enquanto 12 são locutores. Os demais fazem parte do corpo operacional e administrativo.

Um dos aspectos que ganharam com esse avanço tecnológico, porém, foi a interação com os ouvintes. “Antigamente, utilizavam-se muito as cartas que vinham pelos Correios ou então que eram entregues na própria emissora. Hoje, temos Facebook, Twitter, e-mails, chats... Enfim, as redes sociais dominam. Alguns ouvintes ainda enviam cartas que, hoje, são minorias, porém a maioria deles utiliza os recursos digitais”. Ao observarmos as redes sociais da Auri Verde, contudo, notamos que esses recursos não são bem utilizados, já que a atualização e a interação não são muito frequentes por esses meios.

Um estudo da programação jornalística

Com o objetivo de verificar as considerações anteriores dentro da programação da emissora, realizamos uma análise de conteúdo dos produtos jornalísticos da Auri Verde. Para isso, acompanhamos os programas Comando Bauruense de Comunicadores (CBC), O Vanguardão e Plantão das 6, durante uma semana, entre 16 e 21 de julho deste ano. Na análise quantitativa, focamos sobretudo os três primeiros dias. A justificativa para a escolha dos dois primeiros programas se baseia no fato de serem os radiojornais mais antigos da emissora, com 43 anos no ar, o que demonstra que já são programas tradicionais e consolidados na grade da Auri Verde. O Plantão das 6, por sua vez, foi escolhido por se tratar de um formato diferente, cujo objetivo é oferecer aos ouvintes um resumo das principais notícias do dia.

Tabela 1: Informações sobre os programas analisados¹⁴

Programa	Descrição	Horário
Comando Bauruense de Comunicadores	Noticiário local, regional, nacional e internacional. Ao vivo. Dois apresentadores e participação do Departamento de Jornalismo. Repórteres e comentaristas ao vivo.	Segunda a sábado, das 7h às 7h55.
O Vanguardão	Noticiário local, regional, nacional e internacional. Apresentado por Guilherme Dias, com participação de repórteres ao vivo, em nossas unidades móveis e direto da redação, fazendo a varredura jornalística na cidade e região, comentaristas econômicos, políticos, esportivos e culturais analisam os fatos.	Segunda a sábado, das 12h às 12h55.
Plantão das 6	No final da tarde, o Plantão das 6 é um noticiário apresentado de forma séria, porém muito descontraída estruturado em blocos: manchetes, noticiário esportivo, noticiário internacional, nacional, regional e local. O programa apresenta também os boletins do tempo, temperatura e econômico, com reportagens ao vivo sobre os fatos em destaque na cidade e região.	Segunda a sexta, das 18h às 18h15.

Fonte: Desenvolvido pelos autores da pesquisa

Ao analisarmos os dois radiojornais citados, notamos que várias informações veiculadas pelo primeiro também fazem parte do segundo. Contudo, devemos considerar que uma das características do rádio é a rotatividade. Tanto nas emissoras dos grandes centros quanto nas interioranas, as notícias acabam se repetindo durante o dia. Isso pode ocorrer tanto pela falta de acontecimentos que tenham interesse social como por questões estruturais (a exemplo da falta de profissionais ou de tempo para captação noticiosa). Acrescente-se, ainda, que a repetição não é condenável devido ao fluxo de ouvintes, como mencionamos na introdução ao citarmos Meditsch (1999). Isso também justifica o fato de que, dentro desses programas, os respectivos apresentadores informam o horário diversas vezes, o que também é uma forma de seguir o perfil adotado pela emissora, o qual privilegia a prestação de serviço. Isso corrobora para lembrarmos a tese da utilização desse veículo como ordenador do cotidiano das cidades (MENEZES, 2007).

¹⁴ A descrição do conteúdo dos programas e o horário de transmissão foram pesquisados no site da emissora.

Tanto no CBC quanto no Vanguardão, aliás, a parte de serviços é composta pela previsão do tempo do dia e a temperatura no momento do noticioso. Ainda na primeira parte dos programas, há o “Momento Econômico”, com informações sobre a cotação do dólar, a variação da Bovespa e das cadernetas de poupança. Nas edições de segunda-feira, também divulgam a localidade do radar móvel. Nesse mesmo bloco, há espaço reservado para as notícias policiais da região. Em ambos, elas são produzidas por Francisco Cardoso, girando em torno de 2 a 5 minutos.

Na sequência, os dois radiojornais reservam a maior parte do tempo para os acontecimentos de Bauru, mas há também informações de cidades do estado, como Botucatu, Pederneiras e Piratininga¹⁵. Nos dois programas, a maioria delas foca a prestação de serviço, como vagas de emprego, cursos e palestras oferecidos na região, campanhas de assistência social etc. No Plantão das 6, também há destaque para esse tipo de conteúdo. Uma manifestação clara dessa situação pôde ser acompanhada nas edições dos dias 17 e 18 de julho. Ao final delas, Camila Ravanelli, apresentadora do programa, informou o desaparecimento de um cachorro e forneceu contatos e informações para que a população pudesse auxiliar na procura pelo animal.

Para ilustrar a preocupação de proximidade da rádio com os ouvintes, o gráfico abaixo mostra a predominância de notícias locais (Bauru) em relação ao noticiário nacional e regional (outras cidades de São Paulo) nos três primeiros dias de análise.

Gráficos 1 a 3: Quantidade de notícias de acordo com o local do acontecimento



¹⁵ Algumas das cidades citadas nas edições analisadas

Quantidade de notícias de acordo com o local do acontecimento - Programa: Plantão das Seis



Fonte: Desenvolvidos pelos autores (2012)

Diariamente, O Vanguardão e o CBC ainda reservam espaço para uma matéria especial produzida por Nivaldo José. Ele realiza uma entrevista (gravada e editada) com algum representante da política de Bauru e, em seguida, faz comentários sobre o tema em questão. No caso do Vanguardão, também havia o “Correspondente Regional” em que um repórter de outra rádio traz alguma informação importante de uma cidade do Estado de São Paulo.

15

A respeito das notícias nacionais e internacionais, os dois radiojornais reservam um pequeno bloco destinado a elas. A maioria das informações são da Agência Rádio 2, de São Paulo e Brasília. Em seguida, Guilherme Dias traz informações esportivas, tanto locais quanto nacionais. No caso do time de basquete de Bauru, a principal patrocinadora do clube produz um boletim com as notícias e entrevistas com jogadores.

Os dois radiojornais têm um tom basicamente informativo e neutro. Ou seja, a proximidade com os ouvintes não é explorada por meio de comentários que ampliem a visão sobre os fatos, como propõe a descrição dos programas. Há poucas exceções, como o caso da participação de Nivaldo José, citada anteriormente. No Vanguardão, diariamente há um embrião de opinião na abertura do jornal por meio de uma espécie de editorial. Contudo, predominam assuntos nacionais, o que não coloca em evidência a opinião da rádio no que tange o âmbito local. Já no Plantão das 6 também há a proposta de um formato variado e com alguns momentos de descontração, mas isso não ocorreu nas edições analisadas. O único momento de maior interação acontece no final do

boletim, quando Camila Ravanelli faz uma ponte para o programa seguinte, voltado para o futebol, interagindo com o apresentador que a sucederá na sequência da programação. A participação ao vivo dos ouvintes também não ocorreu no período estudado.

Outro problema que podemos citar nos radiojornais é que não há entrada de repórteres ao vivo e das unidades móveis, como o site diz existir, o que os tornariam mais dinâmicos. O mesmo ocorre no Plantão das 6. Um ponto positivo, porém, é que há um grande número de matérias com sonoras no CBC e no Vanguardão. Neste, por exemplo, havia 10 matérias com fontes na edição do dia 18 de julho. Entretanto, duas ressalvas devem ser feitas. A primeira é que predominam as fontes oficiais para essas entrevistas, o que dificulta a diversificação de vozes e discursos. A segunda se refere ao tempo relativamente grande de cada sonora, com vários trechos passando de um minuto. Para se ter uma ideia, os profissionais da rádio CBN são orientados a utilizarem em torno de 15 segundos, uma vez que “(...) sonoras excessivamente longas quebram o ritmo da matéria e dispersam a atenção do ouvinte” (TAVARES, 2011, p. 41)

Em relação ao “Plantão das 6”, notamos uma fórmula básica em sua estrutura: um bloco de notícias nacionais e interacionais; breves informações sobre economia e previsão do tempo; e outro bloco com notícias locais e regionais. Verificamos que há uma concentração menor de notícias na primeira parte, se comparada ao último bloco. Isso fica explícito ao notarmos que durante os dias 16, 17 e 18 de julho, elas variaram entre quatro e cinco, enquanto as notícias de caráter local foram sete, dez e oito, respectivamente. Em nenhum dos dias acompanhados verificou-se a presença do noticiário esportivo ou reportagens ao vivo sobre fatos em destaque na cidade de Bauru e região; algo que a Jovem Auri Verde ressalta ao descrever o programa.

Considerações Finais

Percorrendo o contexto histórico que envolvia Bauru na primeira metade do século XX, percebemos a importância que um veículo de comunicação como o rádio pode ter quando se trata de assumir a identidade da localidade em que está inserido. Desse modo, ao nos atentarmos para as características da emissora Auri Verde,

podemos analisar as estratégias utilizadas por ela para manter a relação com seu público.

Observou-se que essa emissora busca se identificar com a cidade por meio de notícias diretamente ligadas ao cotidiano dos habitantes. Isso está evidente tanto no resgate histórico quanto no depoimento dos profissionais entrevistados e na análise da programação.

Outro ponto de grande relevância que se pode notar a partir da história do rádio em Bauru é a relação política como fator determinante para a obtenção das concessões, o que colaborou para a concentração dos veículos de comunicação (no caso, na figura de João Simonetti). Essa família continua vinculada à mídia local, já que são proprietários da rádio 94 FM. Isso mostra que a concentração dos meios não é uma particularidade das grandes metrópoles, mas também ocorre nas cidades interioranas. Outro exemplo disso é o Grupo Cidade, proprietário de um rádio (96 FM) e do jornal de maior circulação de Bauru (Jornal da Cidade).

Referências

BARBOSA FILHO, A. *Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.

BOTEON, Terezinha J. *TV Bauru - Canal 2: o homem como agente no processo de sua criação e instalação*. (Mestrado em Poéticas Visuais). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 1995.

CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, 59 p.

CALDEIRA, Sandro Ferreira. *Aspectos históricos do rádio em Bauru*. Faculdade de Artes e Comunicações da Fundação Educacional do Município de Bauru, 1982.

FERRAZ, Arnaldo. *TV Bauru – TV TEM - Os caminhos da Regionalização*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp / Campus de Bauru/SP, 2005.

GUIRARDELLO, Nilson. *À beira da linha: formações urbanas da Noroeste Paulista*. São Paulo: Unesp, 2002.

KNEIPP, Valquíria. A. P. *A primeira emissora de TV do interior da América Latina*. Disponível em: <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/wp-content/uploads/2011/10/A-primeira-emissora-de-TV-do-interior-da-Am%C3%A9rica-Latina.doc>. Acesso em: jun 2012.

MARQUES, Edmilson. *A história do rádio em Goiás (1942-1950)*. Anais I Seminário de Pesquisa da Pós-Graduação em História, UFG e UCG, Goiânia, set. 2008.

MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Coimbra: Minerva, 1999.

MENEZES, José Eugênio de Oliveira. *Rádio e Cidade: vínculos sonoros*. São Paulo: Annablume, 2007.

TAVARES, Mariza (org.) *Manual de redação CBN*. São Paulo: Globo, 2011.

THOMPSON, John. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2001.