

Provocações sobre coloquialidade e ecletismo no rádio de Porto Alegre¹

Luiz Artur Ferraretto²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Reflete a respeito das formas do conteúdo radiofônico na atualidade, indicando movimentos em direção à maior coloquialidade na condução de programas e mais ecletismo com imbricamento de gêneros e de formatos. Parte de uma aproximação entre as categorizações de Barbosa Filho (2003) e Ferraretto (2014), considerando, como consequência da midiamorfose (Fidler, 1998), a vigência da fase histórica de convergência (Ferraretto, 2012) e do processo de hibridização do rádio com a TV e a internet (Ferraretto, 2024). Como indícios, descreve aproximações entre conteúdos noticiosos e de entretenimento em emissoras jornalísticas, musicais e populares. Defende, assim, que alterações nas funcionalidades dos conteúdos dos meios provocaram um intenso processo de remediação (Bolter; Grusin, 1999) dos programas de rádio.

PALAVRAS-CHAVE: Coloquialidade; Ecletismo; Conteúdo radiofônico; Convergência; Hibridização

Das 5 às 8h, de segunda a sexta-feira³, os apresentadores Antônio Carlos Macedo e Tiago Bittencourt conversam ao microfone da Gaúcha, do Grupo RBS. O bate-papo inclui, ainda, o meteorologista Cléo Kuhn e outros profissionais, fazendo com que o público participe, simbolicamente, do programa mais ouvido do Rio Grande do Sul. Afinal, trata-se da líder de audiência geral na região metropolitana de Porto Alegre há 10 anos (Zero Hora, 11 mar. 2025). Marca mais conhecida do radiojornalismo do estado, a Gaúcha, em outros tempos, definia-se como **talk and news**, o que não impede, na atualidade, a veiculação de trechos de músicas ao longo deste *Gaúcha Hoje*, variando entre o tocado em rádios de formatos como adulto contemporâneo, **contemporary hit radio** ou **flashback**, entre outros. A exemplo das rádios populares, há, ainda, quadros como o *Almanaque*, com curiosidades, e espaços para perguntas de ouvintes serem respondidas. Não raro, a equipe do programa inclui pequenos comentários sobre particularidades pessoais. A todo momento, em uma espécie de **breaking news** interminável, repórteres atualizam o noticiário. O conteúdo oscila, portanto, entre a informação jornalística e o entretenimento ou vice-versa, em um constante bate-papo, exemplificando um fenômeno crescente, o da coloquialidade associada a um ecletismo inimaginável no compartimentalizado rádio de Porto Alegre de anos atrás.

Cabe destacar que o *Gaúcha Hoje* não é a única atração com esse perfil na emissora e que também não se trata de um formato exclusivo dessa rádio ou das posicionadas como de

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, 25º Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde atua no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Orcid: 0000-0001-9888-8834. E-mail: luiz.ferraretto@ufrgs.br.

³ O programa é apresentado também aos sábados, mas sem Antônio Carlos Macedo, seu principal âncora.

jornalismo. Às 12 e às 18h, a Atlântida, emissora de comportamento jovem do Grupo RBS e vice-líder na audiência, veicula o *Pretinho Básico*, ancorado por Alexandre Fetter, com a participação de outros comunicadores. Das 6 às 12h, na Caiçara, da Rede Pampa, de perfil mais popular e terceira colocada, Sérgio Zambiasi, Amanda Block e Paulo Josué conduzem o *Show da Manhã*. Ambos os programas funcionam como uma mesa-redonda. São conteúdos típicos de seus respectivos formatos de rádio. O primeiro define-se como uma “manhã solidária” (Caiçara, [s.d.]) e o segundo como “uma bancada cheia de bom humor com piadas, charadinhas, conselhos e notícias engraçadas” (Atlântida, [s.d.]). Não deixam, no entanto, de tratar das notícias do dia, algo que fica mais evidente quando essas impactam mais a vida do público, como no caso da enchente de maio de 2024 no Rio Grande do Sul (Ferraretto, [s.d.]).

Mesmo baseada em uma escuta flutuante e nas pesquisas da Kantar Ibope Media, a identificação desses indícios demonstra alterações no conteúdo sob a vigência da fase de convergência (Ferraretto, 2012) em relação ao período anterior, de segmentação, podendo tais mudanças terem ganho força com a hibridização do rádio com a televisão e a internet (Ferraretto, 2024). Obviamente, dentro do processo de midiamorfose (Fidler, 1998), alteraram-se as funcionalidades oferecidas pelos meios em relação ao acesso à notícia e ao entretenimento. No jornalismo, não é possível mais considerar que o rádio dá a notícia em primeira mão, sendo essa ampliada, com o acréscimo da imagem, no próximo telejornal; no dia seguinte, quantitativamente, pelo jornal; e, na próxima semana, qualitativamente, pela revista. Como afirmado em outra oportunidade: “Cada um de nós acostumou-se ou está se acostumando a consumir a mídia que quiser (desde que disponível), quando quiser (desde que exista tempo para tal) e como quiser (desde que haja dinheiro suficiente para cobrir o custo necessário)” (Ferraretto, 28 ago. 2023).

Para entender tal processo, recorre-se aos conceitos de *segmento de público*, *gênero*, *formato*, *programa* e *programação*, aqui reformulados em relação ao apresentado em oportunidade anterior (Ferraretto, 2014). A respeito do primeiro, utilizam-se cinco dos sete tipos identificados por Barbosa Filho (2023) – *jornalístico*, *educativo-cultural*, *de entretenimento*, *publicitário*, *propagandístico* –, compreendendo que as outras duas – *de serviço* e *especial* –, observando-se o rádio contemporâneo, subsomem-se nas demais. *Segmento de público* tem relação com o ato de cortar ou de dividir a audiência em nichos. Considera-se *gênero* um conjunto relativamente estável e identificável de características presentes em associações de conteúdos radiofônicos produzidos em função do inter-relacionamento entre as expectativas da emissora e as de seu público, levando em conta fatores comunicacionais, culturais, econômicos, históricos, políticos e sociais. Já *formato* remete aos processos de trabalho que, combinados com uma

marca, definem os conteúdos sonoros, sejam esses tomados isoladamente – os *programas* – ou em conjunto – a *programação*.⁴

Há indícios, portanto, de mescla de gêneros na atuação das emissoras, ocorrendo apropriações entre formatos de conteúdo que, na virada do século 20 para o 21, apresentavam-se de modo mais puro – *noticiários, programa de entrevista, programa de opinião, programa de participação do ouvinte, mesa-redonda* –, reinventando-se com base em uma aproximação entre essa última e um tipo híbrido na essência – a *radiorrevista* ou *programa de variedades*. Se a *mesa-redonda* era algo do jornalismo, a *radiorrevista*, como indica a sua outra denominação, flertava com a variedade, com o entretenimento. Está ocorrendo, desse modo, em termos de conteúdo, intenso processo a se aproximar do descrito por Bolter e Grusin (1999) como *remediação*.

Referências

- BARBOSA FILHO, A. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: MIT Press, 1999.
- FERRARETTO, L. A. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.
- FERRARETTO, L. A. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação**, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/epitic/article/view/418/332>.
- FERRARETTO, L. A. O que eu quero, quando eu quero e como eu quero. **Coletiva**, Porto Alegre, 28 ago. 2023. Disponível em: <https://coletiva.net/artigos-home/o-que-eu-quero-quando-eu-quero-e-como-eu-quero,431531.jhtml>.
- FERRARETTO, L. A. Uma coisa só? Provocações sobre hibridização de rádio, TV e internet sob a convergência. **Revista Famecos**, Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, v. 31, n. 1, 2024. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/45284>.
- FIDLER, Roger. **Mediamorfosis**: comprender los nuevos medios. Buenos Aires: Granica, 1998.
- FERRARETTO, L. A. Ocupando a lacuna da comunicação pública e governamental: apontamentos sobre o rádio do Rio Grande do Sul e a enchente de 2024. **Novos Olhares**, São Paulo: Universidade de São Paulo, [s.d.]. No prelo.
- RÁDIO ATLÂNTIDA. **Pretinho Básico**, Porto Alegre, [s.d.]. Disponível em: <https://atl.cli-crbs.com.br/atl-tv/noticia/2025/01/pretinho-basico-cm67znip30125017qlp8mbagt.html>. Acesso em: 8 maio 2025.
- RÁDIO CAIÇARA. **Show da Manhã**, Porto Alegre, [s.d.]. Disponível em: <https://www.radiocai-cara.com.br/nossos-programas/show-da-manha>. Acesso em: 8 maio 2025.
- RÁDIO Gaúcha completa 10 anos como líder de audiência na Grande Porto Alegre. **Zero Hora**, Porto Alegre, 12 mar. 2025. p. 7.

⁴ Esta categorização é tributária de um debate no âmbito do Núcleo de Estudos de Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul interrompido pela pandemia de covid-19, do qual participaram então integrantes do grupo, em especial Bibiana da Costa Davila, Fernando Morgado, Marizandra Rutilli e Paloma da Silveira Fleck.