

## Reconfigurações em emissoras de rádio a partir das enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul<sup>1</sup>

Ian Tâmbara<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

### Resumo

Visa compreender quais reconfigurações que quatro emissoras de rádio do Rio Grande do Sul tiveram durante a cobertura das enchentes de maio de 2024 ao ampliar o processo de hibridização (Ferraretto, 2014) dos conteúdos, que deixaram de ser somente sonoros para ganhar o acréscimo da imagem. Apoia-se na economia política da comunicação (Mosco, 1996). Considera o momento atual da história do rádio definida por Bolaño (2012) e Ferraretto (2012). Utiliza estudo de casos múltiplos (Yin, 2001) com base em eixos empresariais, profissionais e de conteúdo (Ferraretto e Kischinhevsky, 2010) para categorizar os processos de reconfiguração. Aponta tendências e sinais dos processos e relaciona-os aos contextos socioeconômicos e históricos desse momento.

**Palavra-chave:** rádio; hibridização; economia política da comunicação; convergência.

Em maio de 2024, a maior tragédia climática da história do Rio Grande do Sul matou 184 pessoas e afetou cerca de 2,4 milhões (G1, 29 abr. 2025), com prejuízos superiores a R\$ 4,5 bilhões (CNM, 18 mai. 2024). Com cidades inteiras sem energia elétrica e danos nas redes de telecomunicações, o rádio tornou-se o meio mais viável de informação sobre o que estava ocorrendo, reforçando seu papel de *instituição social* (GAMBARO, 2019). Percebe-se que, desde a pandemia de covid-19, entre 2020 e 2022, tornou-se mais evidente e frequente a aposta de rádios como a Central Diário de Notícias (CDN), de Santa Maria, e Independente e A Hora, de Lajeado em transmissões simultâneas em rádio e canais de televisão ou plataformas on-line, mantendo o áudio hertziano como fonte sonora principal, mas adicionando a imagem como novo recurso. Em Porto Alegre, a Rádio Gaúcha tinha parte da sua programação gerada em imagens ao vivo através do seu canal oficial no *site* youtube.com. As quatro rádios são exemplos que enxergaram a hibridização como uma possibilidade de ampliar a disponibilização dos seus conteúdos a novos públicos em diferentes plataformas, sob a ótica da convergência midiática (Jenkins, 2008). Essas não são as únicas emissoras do Estado a

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídias Sonoras, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: [iantambara@gmail.com](mailto:iantambara@gmail.com).

fazerem esse movimento, mas, se em um primeiro momento, a pandemia acendeu a ideia de expandir os conteúdos sonoros para audiovisuais, a enchente também serviu como um marco para aceleração e ampliação desse processo. Foi nesse período em que as emissoras modificaram suas programações para coberturas ininterruptas durante dias. Mesmo com suas particularidades, focaram em uma grade de *breaking news* permanente, até com reforço de equipes de outras áreas, como esportiva e de entretenimento. Ao mesmo tempo, transmitiram a programação ao vivo com imagens por dezenas de horas diárias em canais na internet ou na TV com apresentadores, repórteres e demais membros das equipes sendo colocados em um processo de hibridização onde extrapolaram “as fronteiras entre os meios, conformando uma transmissão audiovisual a partir do sonoro” (FERRARETTO, 2024, p. 4).

Define-se um recorte da primeira live transmitida sobre a enchente por cada uma das quatro rádios nos seus canais do Youtube e aplica-se um estudo de caso múltiplo (YIN, 2001) ao analisá-las em paralelo para, ao final, cruzar as inferências. Com isso, pretende-se encontrar marcas e/ou sinais que indiquem similaridades e diferenças do processo de hibridização das emissoras a partir de eixos propostos por Ferraretto e Kischinhevsky (2010) nos âmbitos **empresariais, profissionais e de conteúdo**.

As novas possibilidades de distribuição abraçadas pelas emissoras vão ao encontro do fenômeno denominado por Kischinhevsky (2016) como *rádio expandido*, em que os conteúdos vão além das ondas hertzianas e ocupam espaços digitais, e do *rádio hipermidiático*, descrito por Lopez (2011), que gera novas oportunidades de ampliar a distribuição dos conteúdos. Em meio à *fase de convergência* definida por Ferraretto (2012), as rádios enxergam nessas possibilidades formas de se consolidar em um mercado onde a atenção do público é cada vez mais disputada. Rossetto (2018, p. 41) aponta que, para isso, “as empresas precisam reconfigurar suas estruturas e processos de produção para responder aos desafios de um mercado de comunicação regido por novas regras”.

Percebe-se a evidência do contexto da enchente como marco para que as emissoras tenham valorizado as reconfigurações que impulsionam o processo de hibridização. As transformações não são homogêneas e variam conforme fatores como estrutura financeira e tecnológica, tamanho das equipes e demandas do público. É relevante pensar nas questões técnicas e estruturais, linguagem e rotinas. Ressalta-se

que a hibridização do rádio não faz com que o meio abandone suas práticas anteriores, mas as reconfigure a uma nova realidade, cujo resultado pode ser definido como um produto novo ou de acordo com a forma como é consumido.

## Referências

BOLAÑO, Cesar. **Considerações sobre a economia política do rádio**. Eptic – Revista Eletrônica Internacional de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. 14, n. 2, maio-ago. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/417/331>. Acesso em: 31 mar. 2025.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS (CNM). **Novo balanço das chuvas no Rio Grande do Sul aponta R\$ 4,6 bilhões de prejuízos em moradias**. 18 maio 2024. Disponível em: <https://cnm.org.br/comunicacao/noticias/novo-balanco-das-chuvas-no-rio-grande-do-sul-aponta-r-4-6-bilhoes-de-prejuizos-em-moradias>. Acesso em: 8 jun. 2025.

FERRARETTO, Luiz Artur. **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>. Acesso em: 19 maio 2025.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil**. Eptic – Revista Eletrônica Internacional de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. 14, n. 2, maio-ago. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/418/332>. Acesso em: 7 jun. 2025.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e convergência**: uma abordagem pela economia política da comunicação. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 173-180, set./dez. 2010.

G1. **Mais de 180 mortos, 25 desaparecidos e 96 % das cidades atingidas: o raio-X da enchente que devastou o RS um ano após tragédia**. 29 abr. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/1-ano-de-enchente-rs/noticia/2025/04/29/mais-de-180-mortos-25-desaparecidos-e-96percent-das-cidades-atingidas-o-raio-x-da-enchente-que-devastou-o-rs-um-ano-apos-tragedia.ghml>. Acesso em: 8 jun. 2025.

GAMBARO, Daniel. **A instituição social do rádio**: (re)agregando as práticas discursivas da indústria no ecossistema midiático. 2019. 455 f. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008, p. 25-51.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã:

---

LabCom, 2010. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora\\_lopez\\_radiojornalismo.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf). Acesso em: set. 2024.

MOSCO, Vincent. **The political economy of communications**: rethinking and renewal. Londres: Sage, 1996.

ROSSETTO, Andrei dos Santos. **Particularidades do uso de vídeo na Rádio Gaúcha em um contexto de produção de conteúdo multiplataforma**. 2018. 239 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.