



## A programação do rádio esportivo em Porto Alegre: uma análise das grades da Band, Gaúcha, Grenal e Guaíba

Carlos Gustavo Soeiro Guimarães<sup>1</sup>  
Luiz Artur Ferraretto<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo analisa a grade de programação das emissoras que transmitem jornalismo esportivo no rádio comercial hertziano em Porto Alegre. Utiliza como base teórica a economia política da comunicação, observando princípios gerais descritos por MOSCO (1996). Considera a vigência, na comunicação de massa, de uma fase de multiplicidade de oferta (BRITTOS, 1999) e no rádio, mais especificamente, de uma fase da convergência (FERRARETTO, maio-ago. 2012). Parte ainda dos conceitos de segmento, formato, programação e programa (FERRARETTO, 2014) para estudar as grades das emissoras do segmento de jornalismo, identificando semelhanças e diferenças.

**Palavras-chave:** Rádio; Jornalismo esportivo; Segmento; Formato; Programação.

### 1. Introdução

A programação esportiva ocupa boa parte da grade de quatro emissoras do segmento de jornalismo na cidade de Porto Alegre. As rádios Bandeirantes, Gaúcha, Grenal e Guaíba possuem setores específicos dedicados à cobertura esportiva e, regularmente, realizam transmissões de jogos das equipes de futebol do Grêmio Foot-ball Portogalense e do Sport Club Internacional<sup>3</sup>. Ao longo do tempo, a cobertura esportiva passou a ter presença considerável na programação das emissoras comerciais na capital gaúcha. O espaço dedicado ao esporte, especialmente o futebol, conformou-se através de demandas da audiência e de alterações na sociedade em si, como as dinâmicas de

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação e integrante do Núcleo de Estudos de Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, instituição onde atua como professor no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, além de coordenar o Núcleo de Estudos

<sup>3</sup> Considera-se como objeto essencial na programação esportiva das quatro emissoras analisadas a cobertura sistemática dos fatos relacionados à chamada Dupla Grenal.

produção, evoluções tecnológicas e mudanças nos padrões sociais. Para se ter uma ideia, a Grenal veicula exclusivamente notícias esportivas ao longo de sua programação, 24 horas por dia e ao vivo. Em média, conforme consulta, no mês de fevereiro de 2017, aos sites das demais rádios aqui analisadas, um quarto das transmissões diárias é ocupado por informações dessa temática (BAND, 17 fev. 2017/ GAÚCHA, 17 fev. 2017/ GUAÍBA, 17 fev. 2017). Ciente dessa situação, pretende-se refletir, na sequência, sobre o conteúdo relacionado ao jornalismo esportivo na grade de tais emissoras.

Pode-se dizer que o tratamento desse tipo de conteúdo em um setor específico no rádio deriva do ocorrido, antes, na imprensa. Antonio Alcoba López considera fundamental essa apropriação de um modelo anteriormente vigente em jornais e revistas.

O jornalismo esportivo radiofônico passou a se encaixar com nomes e práticas provenientes dos meios impressos. Esta circunstância influenciou em dar novos ares à informação desportiva radiofônica, ao ponto de impor um tratamento jornalístico, linhas editoriais e opinativas que não eram característica do rádio. (ALCOBA LÓPEZ, 2005, p.170).

Embora a descrição de Alcoba López volte-se ao contexto da Espanha, é possível traçar um paralelo com a realidade de Porto Alegre, onde editorias de esportes já funcionavam nos principais jornais de modo mais ou menos delimitado desde os anos 1930. No rádio, no entanto, a definição de um setor específico dedicado à cobertura esportiva começa efetivamente na Gaúcha após Maurício Sobrinho assumir, em 1957, a direção da emissora: “Enquanto João Aveline cuida de aprimorar o Departamento de Notícias, colocando jornalistas na apuração e redação das informações, Ary dos Santos monta uma equipe esportiva em condições de competir no mercado de Porto Alegre” (FERRARETTO, 2007, p.332). O tratamento jornalístico do futebol ganha mais força nos anos 1970 com o jornalista Antônio Britto, que reestrutura o jornalismo esportivo da Guaíba, e, posteriormente, com a transferência, no final da década, de Ruy Carlos Ostermann para a Gaúcha (DALPIAZ, 2002, f. 120-3). Ambos focam a cobertura em reuniões para definição de pauta, organizando as rotinas dos repórteres.

Em 2017, quatro emissoras dão continuidade a este tipo de cobertura: Bandeirantes, Gaúcha, Grenal e Guaíba<sup>4</sup>. Cabe, antes de expor e analisar os dados, uma breve descrição dessas rádios: enquanto Bandeirantes e Guaíba pertencem a conglomerados de

---

<sup>4</sup> Outras rádios também prestam informações e opiniões sobre esporte, mas se considera, para efeito de análise, o recorte em quatro emissoras que possuem, em seu organograma, um departamento próprio de esportes com funções e divisão de trabalho específicas, configurando-se como uma editoria, “seção de uma empresa editorial, de um órgão de imprensa, sob a responsabilidade de um editor especializado” (RABAÇA; BARBOSA, 1987, p. 227).

São Paulo – respectivamente ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, controlado pela família Saad, e ao Grupo Record, ligado a pastores da Igreja Universal do Reino de Deus –, a Grenal e a Gaúcha fazem parte de organizações com sede no Rio Grande do Sul – a saber, a Rede Pampa de Comunicação, dos Gadret, e o Grupo RBS, dos Sirotsky. Em termos de audiência, é significativo o predomínio das estações locais sobre as demais. No momento da análise aqui apresentada – fevereiro de 2017 –, a Gaúcha completava dois anos de liderança geral na audiência. No primeiro trimestre, a Kantar Ibope Media (jan.-mar. 2017) registrava que a média de ouvintes por minuto da emissora do Grupo RBS, em AM e em FM, era de 51.983, correspondendo a 15,3% de *share* total<sup>5</sup>. No segmento de jornalismo, sua concorrente mais próxima, a Grenal, da Rede Pampa, que opera somente em frequência modulada, ocupava a distante 13ª posição, com 6.971 ouvintes por minuto e 2,1% de *share* total. Em realidade, a rádio dos Gadret foge da concorrência direta ao se dedicar exclusivamente ao futebol, algo indicado pela sua própria denominação, que remete à rivalidade entre os dois principais clubes gaúchos. Esta diferenciação explica o porquê de outras estações mais antigas e com programação semelhante à da Gaúcha ocuparem o 14º – Band – e o 15º – Guaíba – postos em termos de *share* total.

<b>Quadro 1 – Audiência absoluta do segmento de radiojornalismo</b>		
Considerando todos os dias da semana, todas as faixas horárias e a transmissão em AM e em FM.		
<b>Emissora</b>	<b>Share total</b>	<b>Audiência absoluta</b>
Gaúcha AM+FM	15,3%	51.983
Grenal FM	2,1%	6.971
Bandeirantes AM+FM	1,7%	5.797
Guaíba AM+FM	1,6%	3.804

Fonte: Kantar Ibope Media (jan.-mar. 2017)

## 2. Base teórica e metodológica

A partir do quadro de autores usado para pensar o objeto de estudo – a programação esportiva dessas emissoras com sede em Porto Alegre –, é de se salientar que se “analisar o rádio do Rio Grande do Sul como empresa em busca de lucro, cuja programação interfere culturalmente na sociedade gaúcha” (FERRARETTO, 2007, p. 22). Portanto, ampara-se o estudo na economia política da comunicação como base teórica fundamental, apreendendo-se desta abordagem os elementos necessários para a pesquisa: “A economia

<sup>5</sup> Parcela de participação da emissora dentro do total de ouvintes.

política se encaminha para uma reflexão que não versa mais sobre *indústria cultural*<sup>6</sup>, mas sobre as *indústrias culturais*. [...] trata-se de penetrar na complexidade dessas diversas indústrias para tentar compreender o processo crescente de valorização das atividades culturais pelo capital” (MATTELART; MATELLART, 2014, p.113).

Mosco (1996, p. 27-38) descreve as características dos estudos no campo da economia política da comunicação: (1) priorização da *mudança social* e da *transformação histórica*, passando, necessariamente, por um exame da dinâmica do sistema capitalista; (2) tentativa de compreender a *totalidade social*, ou seja, a identificação de elos dos campos econômico e político com o amplo entorno cultural e social, sendo, portanto, básica a ideia da observação do objeto de estudo em um contexto mais abrangente; (3) inclusão de uma perspectiva em que se destaca uma espécie de *filosofia moral*, objetivando explicitar posições éticas a respeito de práticas econômicas e políticas, muitas vezes mascaradas pelos interesses envolvidos nestas; e (4) abordagem considerando a *questão da práxis*, ou seja, a relação que se estabelece entre o ser humano e seu entorno, produzindo e transformando o mundo e a si mesmo. Tais características desenham os processos pelos quais as emissoras passam ao longo do tempo e, observando a lógica do lucro, de que forma essas procuram organizar seus programas e a distribuição desses por horários.

Considera-se que, na atualidade, o rádio vive a sua fase de convergência (FERRARETTO, maio-ago. 2012), provocada pela introdução da telefonia móvel, da internet e de tecnologias derivadas dessas e no ambiente comunicacional. De modo geral, aceita-se para a comunicação massiva como um todo a vigência de um período em que prepondera a multiplicidade da oferta (BRITTOS, 1999). Por esse raciocínio, em meados dos anos 1990 o rádio começou a se transformar com a passagem da lógica de oferta para a de demanda, presente, por exemplo, na oferta, via internet, de arquivos de áudios já veiculados; na constante participação do ouvinte por redes sociais; na multiplicação de ações empresariais para disponibilizar o conteúdo radiofônico nas mais diversas plataformas tecnológicas; e na sinergia da emissora com outros veículos dentro de um mesmo grupo empresarial (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2007).

---

<sup>6</sup> Adota-se o conceito de indústria cultural de Ramón Zallo: “Um conjunto de ramificações, segmentos e atividades industriais produtoras e distribuidoras de mercadorias com conteúdos simbólicos, concebidas por um trabalho criativo, organizadas por um capital que se valoriza e destinadas, finalmente, aos mercados de consumo, com uma função de reprodução ideológica e social”. (ZALLO, 1988, p.26).

A partir destas bases teóricas, analisa-se a grade de programação esportiva das rádios Bandeirantes, Gaúcha, Guaíba e Grenal. O estudo concentra-se no veiculado entre 13 e 17 de fevereiro de 2017, escolhendo-se tal período pela ausência de fatos extraordinários a alterar significativamente a grade. Neste processo de aproximação em relação ao objeto, utiliza-se a metodologia da análise de conteúdo, seguindo as recomendações de Bardin (2016). Segundo a pesquisadora francesa, devem ser cumpridas cinco etapas: (1) *organização da análise*; (2) a *codificação*; (3) a *categorização*; (4) a *inferência*; e (5) o *tratamento informático*. Posteriormente, fez-se um estudo comparativo entre as grades, de acordo com recomendação de que “a comparação aparece como sendo inerente a qualquer pesquisa no campo das ciências sociais, esteja ela direcionada para a compreensão de um evento singular ou voltada para o estudo de uma série de casos previamente escolhidos” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p.49). Assim, busca-se como resultado verificar as semelhanças e diferenças entre as programações, se o objeto analisado pende mais para a diferenciação ou para a semelhança, se há um padrão de comportamento entre a formatação de tais estruturas ou se há independência para a criação de programações.

Salienta-se que a caracterização das emissões seguiu um quadro referencial que aparece descrito a seguir, contemplando os diversos níveis estratégicos existentes na conformação dos conteúdos emitidos, em especial por rádios comerciais dedicadas ao jornalismo 24 horas.

### **3. Segmento, formato, programação e conteúdos em si**

Josep Maria Martí Martí (In: MARTÍNEZ-COSTA; MORENO MORENO, 2004, p.21) define programação como a “arte de encontro entre os programas e os públicos a que se destinam”. Logo, uma programação radiofônica requer um planejamento estratégico que considera, sobretudo, o conteúdo a ser ofertado para o público que consumirá este produto. A partir desta estratégia, formata-se uma grade de programação. Esse processo, segundo Ferraretto (2014, p.39), engloba aspectos conceituais e metodológicos, perpassando quatro níveis estratégicos: (1) o do *segmento*, (2) o do *formato*, (3) o da *programação* e (4) o dos *conteúdos em si*, normalmente manifestados na forma de programas.

Segundo Ferraretto (2014, p.46), é comum, no Brasil, a confusão entre segmento – “Parcela tipificada do público ao qual a programação ou o programa se destina” (FERRARETTO, 2014, p. 76) – e formato – “Filosofia de atuação, forma como o segmento é abordado e a programação ou programa trabalhado” (FERRARETTO, 2014, p. 76). Portanto, uma vez definido o segmento da emissora, é necessário planejar qual o enfoque será adotado por ela na abordagem do conteúdo voltado ao seu público. Henry (2000, p.98) coloca que o formato é definido tanto pelo estilo quanto pelo conteúdo:

A produção de um formato opera por diferentes caminhos. Pode ser a tarefa de criar modelos diferentes para cada programa. Também há a particularidade estilística da emissora [...]. E há a estratégia de formatar os programas com a finalidade de padronizar um agendamento diário e semanal – a formatação de uma programação. Estes três aspectos – o formato dos programas, o formato da rádio e a padronização do conteúdo – precisam estar conectados e moldados entre si. (HENDY, 2000, p.95).

As rádios Bandeirantes, Gaúcha, Grenal e Guaíba voltam-se ao segmento de jornalismo:

Explorado pelas emissoras que se dedicam a uma programação em que predomina o jornalismo, podendo este incluir a cobertura esportiva, com a transmissão de competições ou apenas o noticiário deste setor da atividade humana. Há, na exploração mínima deste segmento, a presença de âncoras, noticiando os principais fatos do momento e as mais significativas opiniões das fontes, além de explicarem estas e se posicionarem a respeito delas. Na forma mais próxima da ideal, engloba os mais variados tipos de programas jornalísticos; a presença de uma equipe estruturada de profissionais, com destaque para a reportagem; e a cobertura intensiva de acontecimentos culturais, econômicos, políticos e sociais, não raro do seu palco de ação, sem descuidar dos grandes eventos esportivos. (FERRARETTO, 2014, p. 50).

Maneira de abordar o segmento, algo mais genérico, o formato, obrigatoriamente, apresenta características bem mais específicas. Dentro de um mesmo segmento, como alerta Ferraretto (2014, p. 53), podem atuar emissoras com este ou aquele formato. É o caso das analisadas: Bandeirantes, Gaúcha e Guaíba estão formatadas como “*talk and news* (com noticiários, daí o *news*, e comentários, debates e entrevistas, daí o *talk*)” (FERRARETTO, 2014, p. 53), enquanto a Grenal, falando de futebol 24 horas por dia, aproxima-se do *all sports*, tendência deste início de século no rádio dos Estados Unidos (KEITH, 2010, p. 82).

Coerente com tais parâmetros, a programação – conjunto de conteúdos distribuído em horários e dias de semana – dessas emissoras caracteriza-se como linear: “conteúdos mais homogêneos, que seguem um formato claro e definido. Embora as partes diferenciem-se um pouco entre si, há uma harmonia entre elas” (FERRARETTO, 2014,

p. 70). Em três das emissoras analisadas, considerando que a programação esportiva possui características próprias, há a conformação de um setor autônomo em termos de rotinas profissionais, mesmo que submetido ao formato da rádio. A respeito, observa Ferraretto (2014, p. 215): “O esporte constitui-se em objeto tão importante na cobertura jornalística que, nas grandes emissoras, leva à criação de uma área organizacional própria. Esta adquire, conforme a rádio, a denominação de central ou departamento, predominando o foco sobre o futebol”. A exceção é obviamente a Grenal, que funciona como um ente único exclusivamente focado na cobertura de futebol.

De outra parte, usando ainda como referência as categorizações apresentadas por Ferraretto (2014), interessam as seguintes categorias de programas, tomados como unidades básicas de conteúdo e já em uma aproximação com o praticado pelas emissoras estudadas: (1) *informativos especializados*, as chamadas resenhas esportivas, noticiários com duração média de uma hora e compostas por notas curtas, entrevistas reduzidas e participação de repórteres – setoristas ou não de determinado clube; (2) *programas de entrevistas*, dedicados a conversas mais detalhadas, aprofundadas e extensas com convidados no estúdio ou por telefone e indo além da cobertura diária; (3) *mesas-redondas*: programas com a participação de integrantes da equipe da emissora, com convidados previamente agendados e mesmo com intervenções de ouvintes; e (4) *jornadas esportivas*: a transmissão em si do jogo de futebol, evento a ser coberto como assunto principal.

No contexto desta reflexão, considera-se, ainda, uma especificidade em termos de conteúdos esportivos, oscilando entre o informativo especializado e os programas de entrevista e/ou mesas-redondas. A abordagem destes programas incide geralmente em assuntos não habitualmente cobertos pela pauta diária, como automobilismo, esportes radicais, lutas, esportes amadores e futebol internacional.

#### **4. Programação esportiva do segmento de jornalismo de Porto Alegre**

Conforme Martí Martí (In: MARTÍNEZ-COSTA; MORENO MORENO, 2004, p. 21-23), para que uma programação seja sólida, três eixos essenciais devem ser considerados: coerência, planejamento e continuidade. Precisa, portanto, ser coerente para atender exigências do público para o qual se destina. É resultado de um planejamento, que requer estrita coordenação, definindo critérios sobre as quais se baseia a inserção de diferentes programas. Já a continuidade remete à ideia da rádio como um *continuum* de

emissão. A respeito desse último, Martí Martí (In: MARTÍNEZ-COSTA; MORENO MORENO, 2004, p. 25) salienta: “A prática de códigos claros de continuidade facilita a identificação e fideliza o consumo por parte da audiência. Em sistemas radiofônicos onde a rádio comercial é muito importante, mais que interessar aos ouvintes para que escutem a rádio, é necessário capturá-lo a partir de técnicas muito elaboradas de promoção, com o objetivo de ter o maior tempo de sintonia”.

Estabelecidos os três parâmetros descritos – coerência, planejamento e continuidade –, o estudo a respeito das grades de programação das quatro emissoras será organizado da seguinte forma: (1) *análise quantitativa*, ou seja, qual o percentual de ocupação de espaço diário dedicado ao conteúdo esportivo nas emissoras; (2) *descrição resumida dos programas*; (3) *categorização de cada atração*, de acordo com a tipificação proposta por Ferraretto (2014); (4) *inferências*; e, nas **Considerações Finais**, (5) *tratamento informático* de acordo com o que foi analisado. A coleta de material ocorreu no período entre os dias 13 e 19 de fevereiro de 2017, escolhido por não apresentar excepcionalidade, tomando como base as rotinas das emissoras analisadas.

Inicia-se, portanto, a análise pelo percentual dedicado ao esporte nas quatro emissoras. Em fevereiro de 2017, a Gaúcha dedica oito horas e meia de atrações com conteúdo voltado especialmente para o esporte na grade de segunda a sexta. Em números percentuais, pouco mais de um terço da grade de programação da emissora – 35,4% – é composto essencialmente por programas de radiojornalismo esportivo<sup>7</sup>. Na Guaíba, o conteúdo esportivo representa cinco horas e 40 minutos do espaço utilizado na grade, com percentual de 22,5% de ocupação diária<sup>8</sup>. Já na Bandeirantes, o esporte ocupa 25%. A Grenal, por ser voltada exclusivamente para esta temática, possui 100% de programação esportiva, que é irradiada ao vivo (ver *Quadro 2*).

---

<sup>7</sup> São considerados os programas: **Esportes ao Meio-Dia**, **Sala de Redação**, **Hoje nos Esportes**, **Show dos Esportes e Esporte & Cia**. O **Estúdio Gaúcha** (de segunda a sexta, das 22 à 0h) não é contabilizado por mesclar, em porções diversas, conteúdo esportivo com informações de outras áreas.

<sup>8</sup> O programa **Plantão Guaíba** mescla conteúdo de jornalismo esportivo com informações de outras áreas. Por isso, não é contabilizado como específico do Departamento de Esportes da emissora.



Quadro 2 – Percentuais de programação esportiva por emissoras (fevereiro de 2017)			
Emissora	Emissora	Emissora	Emissora
Bandeirantes	25%	25%	50%
Gaúcha	35,4%	25% <sup>9</sup>	56,2%
Grenal	100%	100%	100%
Guaíba	22,5%	25%	52%

Nota-se que o percentual cresce no domingo, dia de transmissão esportiva. Exclui-se deste levantamento a veiculação de conteúdo esportivo em outros programas das emissoras, como alguns noticiários. Também se percebe que, exceto a Grenal, os percentuais de ocupação na grade são semelhantes, com um crescimento em aproximadamente dez pontos da Gaúcha na de segunda a sexta devido ao **Esporte & Cia**. Mesmo com a programação voltada exclusivamente para o jornalismo esportivo, há algumas semelhanças da Grenal com as outras três emissoras, como vai ser destacado mais adiante.

A Gaúcha apresenta em sua grade diária os seguintes programas esportivos **Esportes ao Meio Dia** (12h-12h50), **Sala de Redação** (13h10-14h30), **Hoje nos Esportes** (17h30-18h50), **Show dos Esportes** (20h10-22h) e **Esporte & Cia** (0h). Nos sábados, acrescentam-se: **Planeta Bola** (13h-14h), **Gaúcha 2020** (14h-14h20), **Paredão do Guerrinha** (14h20-15h) e **Sábado Esporte** (18h). Já no domingo, são veiculados exclusivamente neste dia: **Domingo Esporte Show** (9h30-12h), **Sala de Domingo** (13h-14h) e **Zona Mista** (21h-22h). **Pré-Jornada** e **Balanço Final** são transmitidos antes e depois das jornadas esportivas, que são as transmissões de jogos.

A Guaíba tem em sua programação diária: **Guaíba Esportes** (11h-12h), **Ganhando o Jogo** (12h-13h), **Repórter Esportivo** (17h-19h) e **Esporte na Boa** (20h10-22h). Aos sábados, veicula: **Guaíba 300 por hora** (13h10-14h), **Nocaute Guaíba** (14h-14h30), **Bola Oval** (14h30-15h), **Na Marca do Pênalti** (15h-16h), **Futebol pelo Mundo** (18h-18h30) e **Último Toque** (18h30-20h). Aos domingos, inclui: **Concentração** (9h30-12h), **Posse de Bola** (13h-14h), **Grande Placar Guaíba** (20h-21h) e **Toque de Letra** (21h-22h). **Esperando o Futebol** e **Vestiário** são veiculados antes e depois das jornadas esportivas.

A Band, de segunda a sexta, transmite: **Esporte Notícia – 1ª edição** (10h-11h30), **Apito Final** (11h30-13h), **Esporte Notícia – 2ª edição** (16h-18h) e **Esporte em Debate** (20h-22h). Aos sábados, veicula: **Esporte Total** (15h-18h) e **Bandeirantes FC** (18h-20h). Aos domingos, a grade prevê: **Domingo Esportivo Bandeirantes** (10h-12h)

<sup>9</sup> Não contabiliza o programa **Show de Bola**, que tem conteúdo mesclado entre jornalismo esportivo e entretenimento.

e **Tabelinha** (20h-21h). **Jogo Aberto** e **Prorrogação** são as atrações que, respectivamente, precede e sucede a jornada esportiva.

A Grenal apresenta uma grade de programação diferenciada. Como o conteúdo é voltado exclusivamente para o jornalismo esportivo, todos os programas aparecem diretamente nos *Quadros 3, 4 e 5*. Nesses, faz-se, ainda, um demonstrativo, dividindo os conteúdos por turnos e reproduzindo os horários de cada atração, tudo objetivando estabelecer uma comparação entre as faixas dedicadas ao esporte em cada emissora:

<b>Quadro 3 – Comparativo das programações das emissoras de segunda a sexta</b>				
<b>Período</b>	<b>Bandeirantes</b>	<b>Gaúcha<sup>10</sup></b>	<b>Grenal</b>	<b>Guaíba<sup>11</sup></b>
<b>Manhã</b>	10h – Esporte Notícia – 1ª edição 11h30 – Apito Final	12h – Esportes ao Meio-dia	5h – Café com Futebol 9h – Futebol Alegria do Povo 11h – Dupla em Debate	11h – Guaíba Esportes 12h – Ganhando o Jogo
<b>Tarde</b>	16h – Esporte Notícia – 2ª edição	13h – Sala de Redação 17h30 – Hoje nos Esportes	13h – Toque Direto 14h – Contra Ataque	17h – Repórter Esportivo
<b>Noite</b>	20h – Esporte em Debate	20h10 – Show dos Esportes	20h – Grenal FC 22h – Conversa de Arquibancada	20h10 – Esporte na Boa
<b>Madrugada</b>		0h – Esporte & Cia	2h – Boteco Grenal	

<b>Quadro 4 – Comparativo das programações das emissoras aos sábados</b>				
<b>Período</b>	<b>Bandeirantes</b>	<b>Gaúcha</b>	<b>Grenal</b>	<b>Guaíba</b>
<b>Manhã</b>	12h – Esporte Notícia	12h – Esportes ao Meio-dia	6h – Café com Futebol 10h – No Mundo dá Bola 11h – Dupla de Sábado	12h – Guaíba Esportes
<b>Tarde</b>	15h – Esporte Total	13h – Planeta Bola 14h – Gaúcha 2020 14h20 – Paredão do Guerrinha	13h – Toque Direto 14h – Tarde de Futebol	13h10 – Guaíba 300 por Hora 14h – Nocaute Guaíba 14h30 – Bola Oval 15h – Na Marca do Pênalti 18h – Futebol pelo Mundo
<b>Noite</b>	18h – Bandeirantes FC	18h – Sábado Esporte	18h – Placar Grenal 22h – Futebol Show	18h30 – Último Toque
<b>Madrugada</b>			02h – Boteco Grenal	

<sup>10</sup> Os programas **Show de Bola** e **Estúdio Gaúcha** não são contabilizados por não veicularem exclusivamente conteúdo esportivo.

<sup>11</sup> O programa **Plantão Guaíba** não é contabilizado por não veicular exclusivamente conteúdo esportivo.

Quadro 5 – Comparativo das programações das emissoras aos domingos				
Período	Bandeirantes	Gaúcha	Grenal	Guaíba
<b>Manhã</b>	10h – Domingo Esportivo Bandeirantes 12h – Esporte Notícia	9h30 – Domingo Esporte Show 12h – Esportes ao Meio-Dia	6h – Café com Futebol 10h – Dupla em Revista 12h – Toque Direto	9h30 – Concentração 12h – Guaíba Esportes
<b>Tarde</b>	13h – Esporte Total 14h30 – Jogo Aberto 16h30 – Futebol da Rádio Bandeirantes	13h – Sala de Domingo 14h30 – Pré-Jornada 16h15 – Futebol da Gaúcha	14h – Tarde de Futebol	13h – Posse de Bola 14h30 – Esperando o Futebol 16h – Jornada Esportiva
<b>Noite</b>	19h – Prorrogação 20h – Tabela	19h – Balanço Final 21h – Zona Mista	18h – Na Torcida 22h – Futebol Show	19h – Vestiário 20h – Grande Placar Guaíba 21h – Toque de Letra
<b>Madrugada</b>			02h – Boteco Grenal	

Uma vez descritos os programas que ocupam as grades de programação das emissoras analisadas, considera-se a seguinte categorização, proposta por Ferraretto (2014, p.72-76), para identificar cada programa: (1) *informativos especializados ou resenhas esportivas*: **Esportes ao Meio-dia, Esporte Notícia, Grande Placar Guaíba, Guaíba Esportes, Hoje nos Esportes, Repórter Esportivo, Tabela e Toque Direto**; (2) *mesas-redondas*: **Apito Final, Dupla em Debate, Esporte Total, Ganhando o Jogo, Posse de Bola, Sala de Domingo e Sala de Redação**; (3) *programas de entrevistas*: **Bandeirantes FC, Esporte & Cia, Esporte em Debate, Esporte na Boa, Grenal FC, Concentração, Domingo Esporte Show, Domingo Esportivo Bandeirantes, Sábado Esporte, Show dos Esportes e Último Toque**, e, no caso, com um convidado apenas, **Na Marca do Pênalti e Paredão do Guerrinha**; e (4) *jornada esportiva*: as quatro rádios possuem o mesmo padrão de apresentação dos jogos. Nessa última categoria, há a preparação para a partida – **Esperando o Futebol, Jogo Aberto, Pré-Jornada e Tarde de Futebol** –, a transmissão em si da partida e, após, a repercussão pós-jogo – **Balanço Final, Prorrogação, Vestiário** e a sequência da **Tarde de Futebol**. Na categoria de informativo especializado, há programas com temáticas específicas, que fogem da pauta diária. São atrações especializadas em esportes específicos, como futebol americano, automobilismo, lutas e futebol internacional: **Bola Oval, Futebol pelo Mundo, Guaíba 300 por Hora, No Mundo da Bola, Nocaute Guaíba, Planeta Bola e Trocação Pura**.

Há, na Grenal, uma diversificação de estilos, com um mesmo programa mesclando debates, informações, opiniões e entrevistas, sem a predominância de um ponto em específico. Estes conteúdos não foram categorizados, exceto os que se inserem na transmissão da jornada esportiva, seja antes ou depois dos jogos.

O processo de inferência preconizado pela análise de conteúdo leva em consideração as categorias descritas anteriormente e as relações com as faixas de horários das programações de segunda a sexta e no final de semana: (1) pela manhã, predominam os informativos especializados: **Esporte Notícia**, **Esportes ao Meio-Dia** e **Guaíba Esportes**; (2) a faixa do meio-dia é ocupada, de segunda a sexta, totalmente por mesas-redondas, nas quatro rádios: **Apito Final**, **Dupla em Debate**, **Ganhando o Jogo** e **Sala de Redação**; (3) o horário do final da tarde é dedicado a informativos especializados: **Esporte Notícia**, **Hoje nos Esportes** e **Repórter Esportivo**; (4) as quatro rádios veiculam, a partir de 20h, programas de entrevistas: **Esporte em Debate**, **Esporte na Boa**, **Grenal FC** e **Show dos Esportes**; (5) aos sábados, o início da tarde na Gaúcha e na Guaíba é essencialmente dedicado a programas esportivos segmentados, que abordam lutas, futebol internacional, automobilismo e futebol americano; (6) Gaúcha e Guaíba possuem na tarde de sábado programas de entrevista: **Na Marca do Pênalti** e **Paredão do Guerrinha**; (7) há duas faixas horárias marcantes para programas de entrevistas: início da noite de sábado e manhã de domingo; e (8) o horário das 13h do domingo é dedicado a debates esportivos.

## 5. Considerações finais

De acordo com a Kantar Ibope Media<sup>12</sup> (2016), a maior média de audiência por faixa horária entre as quatro emissoras, contabilizando toda a grade de programação, é da Gaúcha, aos domingos, das 16 às 17h, com 128.683,87 ouvintes por minuto. O horário é tradicionalmente dedicado às jornadas esportivas. A emissora, como referido, liderava, no período estudado, há dois anos, também na audiência geral da Grande Porto Alegre. A Gaúcha possui a mesma base de programação desde 1980. Na época, a emissora contava com o programa **Esportes ao Meio-Dia** começando às 12h, o **Sala de Redação – Debates Esportivos** com seu início às 13h, a resenha esportiva **Hoje nos Esportes** às 18h e o programa de entrevistas **Show dos Esportes** ocupando o horário das

---

<sup>12</sup> Calculada considerando todos os meses do ano, de segunda a segunda, nas 24 horas do dia.

20h30 (GRABAUSKA; MAICÁ, 2016, p. 112). Em 2017, todos os programas citados ainda existem, com eventuais alterações de apresentadores, horários e, evidentemente, de conteúdo. Tal realidade vai ao encontro da ideia de continuidade descrita por Martí Martí (In: MARTÍNEZ-COSTA; MORENO MORENO, 2004, p.45), que ressalta a importância de adaptações da programação radiofônica, comprovando a sua versatilidade em uma série de circunstâncias contextuais a condicioná-la e transformá-la progressivamente.

Ainda que admitindo as particularidades da Grenal e reconhecendo alterações de enfoques, verifica-se que as grades de programação das quatro emissoras analisadas são bastante semelhantes. Líder de audiência, a Gaúcha mantém uma grade consolidada, cuja implantação se deu ainda nos anos 1970 (FERRARETTO, 2007). Esta programação, pode-se inferir, acabou servindo como base para a montagem das de suas concorrentes. Portanto, verifica-se que há uma padronização, na qual as demais clonam as faixas horárias e até mesmo o tipo de programa a ser veiculado da primeira em audiência. Com isso, há uma semelhança considerável entre as grades e os conteúdos em si. As outras realizam movimentos que acabam espelhando o modelo da Gaúcha, consolidado pela continuidade e pelo hábito. Há, logo, uma relação direta entre o que uma rádio define como padrão – no caso, a emissora com mais ouvintes e, conseqüentemente, faturamento – e os procedimentos das concorrentes. Desta forma, tem-se o horário do almoço, por exemplo, como destinado para debates esportivos e mesas-redondas, assim como as partes finais da manhã e da tarde são designadas para resenhas esportivas e o horário da noite, para programas de entrevistas.

Com programações lineares a atestar certa coerência interna nas suas grades e concorrentes dentro do segmento de jornalismo, três das analisadas adotam o formato *talk and news* – Band, Gaúcha e Guaíba – e uma opta pelo *all-sports* – Grenal. Entretanto, não há uma diferenciação significativa, como demonstrado, entre as grades. Com exceção, em alguns horários, da Grenal, há uma uniformização de conteúdo, alterando somente a forma, já que, obviamente, os profissionais envolvidos não são os mesmos. O diferencial, indicam os dados levantados, dá-se, deste modo, muito mais por quem fala ou produz do que por uma alternativa consistente de conteúdo.

A falta de diversidade de conteúdo e a similaridade quase total entre as grades de programação podem impactar em outros aspectos importantes na construção de uma

emissora. Sem ser objeto desta análise, pode-se cogitar a concorrência com outros meios que adotam estratégias alternativas ou veiculam conteúdos exclusivos, como, por exemplo, perfis de jornalistas esportivos ou *fanpages* especializadas em redes sociais. A ausência de opções reais – aventa-se – pode explicar, inclusive, o enorme distanciamento existente, em termos de audiência, entre a Gaúcha e as demais. Obviamente, corrobora com esta tese o fato de a Grenal, especializada em futebol, ser, mesmo sem sequer aparecer entre as 10 mais ouvidas, a segunda colocada.

## Referências

- ALCOBA LÓPEZ, Antonio. **El periodismo deportivo en la sociedad moderna**. Madrid: Ed. Augusto Pila Teleña, 2005.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BRITTOS, Valério Cruz. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, ano 20, n. 31, p. 9-34, 1999.
- DALPIAZ, Jamile Gamba. **O futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico** (dos anos 30 à atualidade). Porto Alegre, 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.
- \_\_\_\_\_. 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.
- \_\_\_\_\_. **Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20**. Canoas: Editora da Ulbra, 2007.
- FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. In: Encontro da Compós, 19, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2010. CD-ROM.
- GRABAUSKA, Cléber; MAICÁ, Júnior. **Sala de Redação aos 45 do primeiro tempo: a história do programa que mudou o rádio gaúcho**. Porto Alegre: Bairrista, 2016.
- HENDY, David. **Radio in the global age**. Cambridge (Grã-Bretanha): Polity Press, 2000.
- KANTAR IBOPE MEDIA. **Relatório geral e hora a hora**, Porto Alegre, jan.-mar. 2017.
- \_\_\_\_\_. **Relatório gerado no software EasyMedia**, Porto Alegre, jan.-dez. 2016.
- MATELLART, Armand; MATELLART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- KEITH, Michael C. **The radio station: broadcast, satellite and internet**. 8.ed. Burlington (Massachusetts): Focal Press, 2010.
- MARTÍ MARTÍ, Josep Maria. La programación radiofónica. In: MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar; MORENO MORENO, Elsa (Coord.). **Programación radiofónica: arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia**. Barcelona: Ariel, 2004. p. 21-45.
- MOSCO, Vincent. **The political economy of communications: rethinking and renewal**. Londres: Sage, 1996.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.
- RÁDIO BANDEIRANTES. **Programação**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: <[http://www.bandrs.com.br/radio\\_bandeirantes/](http://www.bandrs.com.br/radio_bandeirantes/)>. Acesso em: 17 fev. 2017.

RÁDIO GAÚCHA. **Programação**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: <<http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/programacao/>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

RÁDIO GUAÍBA. **Programação**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: < <http://www.radio-guaiba.com.br/programacao/>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

RÁDIO GRENAL. **Programação**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: < <http://www.radiogrenal.com.br/programacao/>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

SCHNEIDER, Sergio; SCHIMITT, Claudio Job. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.

ZALLO, Ramón. **Economía de la comunicación y la cultura**. Madri: Akal, 1988.