



Análise da Rádio Liderança 89,9FM¹

Jocasta André Paz²

Marcos Antônio da Ponte Albuquerque Portela³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Este artigo tem o objetivo de fazer um estudo sobre a Rádio Liderança FM abordando diferentes componentes da rádio. Iremos explicar a respeito de sua história, da sua programação, ações comerciais e sua página na Internet. Tudo isso será feito com o objetivo de compreender como essa rádio procura se inserir no mercado cearense como uma das grandes rádios de apelo popular.

Palavras-chave: rádio; publicidade; Rádio Liderança.

Introdução

Por meio da análise da programação da rádio Liderança FM 89,9, que se deu do dia 26 de novembro ao dia 03 de dezembro de 2010, em horários alternados visando colher informações e conhecimento prático sobre os diferentes programas, assim unindo essas informações às que obtivemos diretamente com a rádio e as conseguidas através do site da emissora. Podendo, com essas informações, fazer uma análise precisa e sem preconceitos das ações que fazem parte da formação da rádio.

A Rádio Liderança FM 89,9 surgiu no dia 1º de dezembro de 2004 na cidade de Fortaleza. Estendeu-se para outras regiões do Ceará tais como: Centro Sul, Cedro/ Iguatu (101,9); Vale do Jaguaribe, Morada Nova (106,3); Sertão Central, Mombaça (102,9); Quixadá (105,9). A tecnologia de transmissão através do satélite chegou quase dois anos após o seu surgimento. A Rádio Liderança Sat teve sua primeira transmissão em 22 de abril de 2006 na cidade de Jaguarari e Senhor do Bonfim na Bahia. A partir daí a Rádio Liderança estendeu-se para algumas cidades da Bahia, do Piauí e do Maranhão. No Piauí ela pode ser ouvida sintonizando na estação 92,2 FM em Teresina, na 95,1 FM em Parnaíba e na 94,5 FM em Picos. Na Bahia possui transmissão

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 8º semestre de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda – da Universidade Federal do Ceará, email: jo_apaz@hotmail.com

³ Estudante do 8º semestre de Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda – da Universidade Federal do Ceará, marcos_da_ponte@hotmail.com



em Senhor do Bonfim e Jaguarari (103,3 FM) e no Recôncavo Bahiano; Feira do Santana e Cruz das Almas (93,7 FM).

A rádio desde seu início surgiu com o slogan: “O melhor de tudo”. A sua programação segue à risca o descrito em seu slogan. A Liderança chegou ao mercado radiofônico com uma programação moderna e eclética tocando os mais variados ritmos como o pagode, forró, sertanejo, axé, romântico e também o pop. Eles estão sempre em busca da diversificação do seu conteúdo da sua programação com a finalidade de atingir os mais diversos públicos. Investem também em várias premiações em seus programas, além de shows e eventos promovidos pela rádio.

De acordo com o seu diretor comercial, Tony Sá, o objetivo principal da rádio é:

“Mostrar um trabalho responsável e transparente utilizando uma linguagem alegre e descontraída na intenção de proporcionar aos nossos ouvintes entretenimento e informação de qualidade” (Tony Sá)

Por conta de sua programação diversificada que além de tocar músicas de produção local (como forró e axé), também traz em sua programação as músicas internacionais que tocam geralmente nas novelas e que têm um forte apelo para todos os públicos e esse é um dos motivos que a faz ser considerada uma emissora popular. O público ouvinte da rádio também é bastante plural. Em geral é formado por jovens e adultos pertencentes à classe C.

A Rádio Liderança segue o exemplo das grandes rádios cearenses. Possui a forte tendência de priorizar uma programação essencialmente musical em detrimento a programas de cunho jornalístico, rádios teatros e outras modalidades de entretenimento radiofônico cada vez mais em desuso.

A programação dessas grandes rádios, além de priorizar a música como carro-chefe de sua estrutura também usa boa parte do seu tempo em ações comerciais. Produzem vários sorteios, promoções, eventos e shows com intuito de fortalecer a marca da rádio e atrair ainda mais a grande população conseguindo cada vez mais chamar a atenção dos grandes anunciantes.

Exemplos de rádios que seguem a estrutura citada acima são a FM 93,9 e a Rádio Jangadeiro FM 88,9. A FM 93,9 é a grande concorrente da Rádio Liderança Sat 89,9 juntamente com a Rádio Jangadeiro FM 88,9. Essas se revezam na competição



pelo primeiro lugar de audiência, mas a Rádio 93,9 majoritariamente sobressai-se no topo desse podium.

A Programação da Rádio Liderança

“A introdução das mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era “erudito”, “educativo”, “cultural” passa a transformar-se em “popular”, voltado ao lazer e à diversão. O comércio e a indústria forçam os programadores a mudar de linha: para atingir o público, os “reclames” não podiam interromper concertos, mas passaram a pontilhar entre execuções de música popular, horários humorísticos outras atrações que foram surgindo e passaram a dominar a programação.” (ORTRIWANO, 1985, p.15)

Como já foi dito acima, na introdução, a programação da Rádio Liderança é basicamente composta por programas transmitidos ao vivo recheados de músicas durante a sua execução. Mas também oferece informações de entretenimento e notícias de última hora. Esse quadro é composto por programas dominantes e programetes inseridos neles ou entre eles. Os programetes são miniaturas de programas que acontecem instantaneamente em meio à programação.

Programas:

Manhã da Gente: é um programa apresentado pelo diretor comercial e locutor, Tony Sá. Vai ao ar de segunda à sexta das 6h às 8h da manhã. Tem característica basicamente musical e traz várias informações no início do dia. Comparado com os outros programas da rádio é o que contém mais informações de cunho jornalístico, já que é um horário bem propício para as pessoas buscarem informações, muitas das informações são lidas do próprio jornal.

Bom dia Liderança: seu locutor é o Jean Nunes, vai ao ar de segunda à sexta das 8h às 11h da manhã. É um musical com muitos intervalos e com alguns programetes. É um programa de maior índice de audiência da rádio, seguido pelo “Clube do Forró”. Possui informações mais ligadas ao entretenimento como fofocas dos artistas, novelas, horóscopos, etc.

Sucesso Liderança: vai ao ar de segunda à sexta das 11h às 12h. É um musical onde são tocadas as canções mais pedidas da programação.



Pra Ficar e Amar: apresentado por Rochinha de segunda à sexta de 12h às 13h e das 21h às 00h. É um musical onde tocam as músicas mais românticas da programação.

É Só Pedir: comandado por Greg Donini, vai ao ar de segunda à sexta das 13h às 16h. Programa musical onde o ouvinte liga e pede a música que ele deseja ouvir ou oferecer para outra pessoa. É de grande aceitação popular, já que é um modo de os ouvintes fazerem parte da programação da rádio de forma mais direta.

Clube do Forró: outro grande sucesso da programação da Rádio Liderança, comandado por Alice Maia e vai ao ar de segunda à sexta das 16h às 19h. O programa é o mais tradicional de toda a rádio. É um musical onde são tocadas as músicas de maior sucesso do forró pop. Esse programa é responsável, muitas vezes, por lançar novos sucessos do forró atual. Faz bastante sucesso com o público, pois é composto por um estilo de música que mais faz sucesso na região.

Super Sucesso: é transmitido de segunda à sexta das 20h às 21h e toca as músicas mais pedidas da programação. Semelhante ao programa “Sucesso Liderança”.

Programetes:

Palavra de Esperança: vai ao ar no início das manhãs. É uma benção dada pelo Padre Hewaldo Trevisan e tem a duração de 5 a 8 minutos.

Super Seqüência: pode ser transmitido das 6h às 19h de segunda a sábado. É um musical formado por uma seqüência de 16 músicas.

Sim ou Não: é transmitido no programa “Bom dia Liderança” das 8h às 11h da manhã de segunda à sexta. É uma enquete onde o ouvinte liga e dá sua opinião a respeito de um determinado assunto. O programete é muito semelhante ao famoso quadro “Juri Popular” do “Disk Tok” comandado por Samanta Marques da Rádio FM 93.

Horóscopo do Dia: é apresentado durante o programa “Manhã da Gente” entre 6h e 7h da manhã de segunda à sexta. É um programete composto por previsões astrológicas. Os signos são separados de três em três e o locutor apresenta ao longo desse horário. Esse tipo de programa é muito comum nas grandes rádios populares cearenses, pois boa parte dos ouvintes tem hábito de se guiar pela previsão diária de seu signo.



Duelo – Clube do Forró: faz parte do programa “Clube do Forró” e entra em cena de segunda a sexta entre as 17h e 19h. É a competição entre duas músicas de forró onde o ouvinte tem a função de escolher a sua favorita.

Baú de Sucessos – Clube do Forró: programete inserido no horário do programa “Clube do Forró” e pode passar entre 17h e 19h. É uma competição entre duas músicas de forró antigas onde o ouvinte liga e escolhe a sua favorita.

Acontece: pode entrar no ar das 6h às 22h de segunda a sexta. É um programete que traz as notícias mais importantes da hora.

Momento Saúde: pode ser ouvido entre as 6h e 22h de segunda a sexta. Traz dicas sobre como saúde em geral, como alimentação, prevenção de doenças, noções de higiene, entre outros.

Paparazzi: programete que pode ir ao ar de 6h às 22h de segunda sexta. Traz notícias do meio artístico em tempo real.

Hora Personalizada: pode ser transmitido entre às 6h e 22h de segunda a sexta. Traz informações da hora.

Revivendo: programete que vai ao ar nos dias de domingo das 5h às 8h da manhã. É um musical composto pelos maiores sucessos das décadas de 70, 80 e 90. Semelhante ao conhecido quadro “Jurassic Pan” da Rádio Jovem Pan FM 94,7.

A publicidade na Rádio Liderança

“[...] as dificuldades de conseguir os patrocínios eram grandes. Predominava o sentimento de descrédito quanto à eficácia do rádio como veículo capaz de estimular o crescimento do consumo e de atrair novos clientes”.(CALABRE, 2002. p.14)

Desde a regulamentação da publicidade na rádio brasileira, em 1932, esta vem sendo utilizada como grande meio de sustento para a sobrevivência das rádios. Apesar de desacreditada na década de 1920, a publicidade no rádio foi consagrada e proveitosa tanto para os grandes anunciantes quanto para as emissoras. As décadas de 1940 e 1950 foram as denominadas décadas de ouro para o rádio brasileiro onde consolidou o rádio como maior meio de comunicação de massa da época.

Assim sendo o melhor veículo de transmissão de publicidade, agora superando os limites de espaço e formato dos impressos. Essa situação só veio mudar



com o surgimento da televisão nos anos de 1950. Entretanto, até hoje o rádio mantém-se como um importante e econômico canal para a publicidade.

A Rádio Liderança possui um forte e atuante departamento comercial. Fazem constantes pesquisas relativas ao público ouvinte da rádio e sobre as tendências do mercado. Possui um “mídia kit” organizado e esquematizado de maneira atraente para os anunciantes, com preços tabelados e abaixo da média de mercado. Seu lema é “Vender idéias para vender mídias”, eles não vendem apenas um espaço na programação e sim um conceito promocional através de suas diversificadas ações comerciais.

Ações Comerciais:

Blitz Liderança: Ação é realizada nas principais vias de Fortaleza, em locais de grande fluxo de veículos e pessoas com duração média de 90 minutos. Equipe: 4 promotoras, 1 coordenador e o locutor para Flashes ao vivo. Estrutura: banners do cliente e cones de proteção. Fica sob a responsabilidade do patrocinador fornecer brindes e materiais promocionais para a distribuição. Para comunicar sobre a “Blitz Liderança” são oferecidos para o cliente 20 chamadas de 30” com citação do patrocinador e 2 flashes de 60” direto do evento. O investimento total para o cliente por evento é de R\$ 2.000,00 + R\$ 350,00 de produção.

Roleta da Sorte Liderança: a ação tem objetivo de estimular a venda de produtos e movimentar o ponto de venda através da interação com o consumidor, pois quem compra um determinado produto poderá girar a roleta e concorrer a diversos brindes e onde poderá também haverá degustação de produtos fornecidos pelos patrocinadores. A ação pode ser realizada em supermercados, barracas de praia, bares, restaurantes, etc. Tem duração de 90 minutos. Equipe: 3 promotoras, 1 coordenador e o locutor para flashes ao vivo. Estrutura necessária: banners do cliente. Os brindes e o material promocional são de responsabilidade dos patrocinadores, estes são colocados na roleta que possui 24 espaços. Para a promoção do evento são disponibilizadas 20 chamadas de 30” com citação do patrocinador e 2 flashes de 60” direto do local do evento. O investimento para o patrocinador é de R\$ 2.000,00 + R\$ 350,00 de produção.

Gol Premiado Liderança: ação realizada em local fechado, com duração de 90 minutos que procurar promover geração de fluxo de venda. Máquina eletrônica de 2,10 m de altura por 1,2 m de largura, em formato de gol de futebol onde o participante



chuta a bola e ao fazer o gol o participante ganha um brinde fornecido pelo patrocinador. Equipe: 3 promotoras, 1 coordenador e o locutor para flashes ao vivo. Estrutura: banners do cliente. Para a divulgação do evento são oferecidas 20 chamadas de 30'' com citação do patrocinador e 2 flashes ao vivo de 60''. O investimento necessário para a promoção é de R\$ 2.000,00 + R\$ 350,00 de produção.

Essas ações diferenciadas foi a forma encontrada pela Rádio Liderança para se diferenciar dos formatos de publicidade adotados nas outras emissoras de rádio. Além dessas ações a rádio também conta com os tradicionais spots e jingles que podem ter duração de 15'', 30'' e 60''. Os preços diretamente proporcionais ao índice de audiência em que a publicidade vai ser executada, os horários mais caros são os de maior de audiência (Bom dia Liderança e Clube do Forró). Os preços baixam de acordo com o número de spots comprados pelo cliente, quanto mais inserções ele comprar menor fica o preço de cada inserção.

Página na Internet (site)

A página na Internet foi criada como meio de estabelecer um maior contato com o seu público. Seguindo a tendência das outras grandes rádios do mercado cearense que também possuem páginas na Internet. A programação da Rádio Liderança FM89,9 pode ser acompanhada ao vivo através do site www.redelideranca.com.br/v1/fortaleza.php⁴.

Além disso, o site também possui a lista denominada “Sucesso Liderança” que é o ranking das 15 músicas mais tocadas na programação que também podem ser ouvidas diretamente pelo site. Também mostra a lista das 10 mais tocadas no “Clube do Forró”, as “5 mais sertanejas” e as “5 mais pagode” que também podem ser ouvidas.

O site também traz informações sobre as promoções que estão em vigor atualmente na Rádio Liderança, além de fotos de shows e eventos que são patrocinados por ela. Possui um espaço de notícias, mas que não vem sendo atualizadas.

Existe um espaço em que as pessoas podem se inscrever para concorrer nas promoções da rádio, além de um local de contatos que possui os emails e os telefones de atendimento de importantes contatos da rádio. Agora a rádio tem um aplicativo que o usuário pode fazer o *download* e ouvir a rádio em seus dispositivos móveis (celulares ipad).

⁴ Site: www.redelideranca.com.br/v1/fortaleza.php acessado pela última vez em 28 de Junho de 2011.



Nota-se certo descuido na diagramação do site. Além de uma poluição visual devido à grande quantidade de banners espalhados aleatoriamente. Alguns links da página ainda estão em construção, ou seja, fora do ar.

Considerações Finais

Colhendo todas as informações, que serviram como base para a nossa análise, podemos classificar a Rádio Liderança FM 89,9 como uma rádio que busca mesclar uma variedade de gêneros e gosto musicais.

A Rádio Liderança FM 89,9 segue o exemplo das rádios de maior audiência no Ceará, baseando sua programação em musicais populares, utilizando-se de espaços convencionais para a publicidade, entretanto conseguiu inovar com diferentes formatos de mídia que são oferecidas diferenciando-se das demais emissoras de rádio. Diferente da maioria, ela segue um contra fluxo onde ao invés de seguir a sua programação cada vez mais ela tenta abarcar todo o público possível de uma só vez.

Esta missão é praticamente impossível de se realizar, ao tentar agradar a todos os públicos, ela acaba perdendo uma boa oportunidade de atingir um público de forma mais profunda e assim torná-lo fiel à sua programação.

Analisando bem percebemos que não há grandes diferenças entre as rádios de maior sucesso nos moldes de rádio cearense, sendo assim, essas rádios acabam perdendo ou até mesmo não tendo uma identidade.

Tornam-se apenas repetições umas das outras. Talvez seja por essas rádios serem tão semelhantes em suas programações e músicas que inserem o nome da emissora de rádio até mesmo no meio de uma canção, parece que é a única forma de fazer com que o ouvinte não esqueça a rádio que está escutando.

Referências Bibliográficas

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: tempos de Vargas e Perón**. 2ª edição. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2001.



ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** 4ª Ed. São Paulo. Summus Editorial, 1985.

CALABRE, Lia. **A Era do Rádio.** Rio de Janeiro. Joge Zahar Editor, 2002.

Reis, Clóvis. **Formato da publicidade em rádio.** São Paulo. Intercom, 2001.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio brasileiro: uma história de cultura, política e integração.** São Paulo. Paulinas, 2004.

ESCH, Carlos Eduardo. **O futuro dos comunicadores e a reinvenção do rádio** Intercom, 2001.