



Regionalização da mídia: estratégias do grupo cearense *Somzoom Sat*¹

Maria Érica de Oliveira Lima (UFRN)²

Resumo: Fragmento da tese de doutorado defendida em 2005. Mostra o perfil e as estratégias de desenvolvimento da empresa de mídia e entretenimento – ramo da música, “forró eletrônico” – Somzoom Sat. A empresa possui: produtora de conteúdos, cabeça de rede localizada em Fortaleza que transmite programação para várias afiliadas no Brasil; estúdio de gravação; selo fonográfico; bandas de forró e casas de *show*. Pesquisa qualitativa, procedimento Estudo de Caso histórico-descritivo. *Somzoom Sat* é uma empresa de cunho local, que graças à tecnologia, ao satélite, tornou-se regional, com intenção ao nacional. É possível ouvir a programação da *Rede Somzoom* pela Internet, numa estratégia precursora no Nordeste, em que mistura tecnologia, transmissão radiofônica, música, fonografia e *show*. A *Somzoom* revela a potencialidade do mercado regional, buscando (re) definir um novo contexto da indústria no país.

Palavras-chave: Regionalização da mídia, *Somzoom Sat*, Tecnologia, Cabeça de rede, Forró eletrônico.

1. Perfil *Somzoom Sat*

A *Somzoom Sat* está registrado na Junta Comercial do Estado do Ceará como a *Somzoom Gravações e Edições Musicais Ltda*, tendo como data de início das atividades 01 de dezembro de 1991, localizado em Fortaleza (CE). Possui como donos os empresários Emanuel Gurgel de Queiroz, sócio gerente, e Antonio Trigueiro Neto, sócio. O capital está registrado no valor de R\$ 100,00.00 (cem mil reais), sendo que R\$ 90.000.00 (noventa mil) é a participação do empresário Emanuel Gurgel de Queiroz e R\$ 10.000.00 (dez mil) do sócio (Junta Comercial do Ceará, 2003). O mais importante que descobrimos ao longo da investigação é que o grupo *Somzoom Sat* não tem concessão de rádio. Por isso, a *Rede Somzoom Sat* é uma produtora de conteúdos que


¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP-PO Políticas e Estratégias da Comunicação.

² Maria Érica de Oliveira Lima é Doutora em Comunicação Social pela UMESP com *sandwich* na UFP, Porto, Portugal. Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da UFRN. Pesquisadora da Base Comunicação, Cultura e Mídia. E-mail: mariaerica@cchla.ufrn.br

transmite sua programação via satélite para emissoras afiliadas. No entanto, ela utiliza o slogan a “rádio mais popular do Brasil”.

Somzoom Sat compreende um conjunto de outras empresas no mesmo segmento que vai desde a transmissão via satélite ao entretenimento: disco, selo fonográfico, bandas de forró e casas de *shows*:

Quadro 1



- *Rede Somzoom Sat* (Cabeça de rede, programação via satélite para diversas afiliadas);
- *Somzoom* (Selo fonográfico para produção de CDs das bandas de forró);
- *Somzoom Stúdio* (Estúdio de gravação de CDs);
- Bandas de forró (“Mastruz com Leite”, “Cavalo de Pau”, “Catuaba com Amendoim”, “Mel com Terra”, “Caça Kabaçu”, “Banda Aquarius”);
- Casas de *shows* de forró em Fortaleza (“Parque do Vaqueiro”, “Mansão do Forró”);
- *Editora Passaré* (Edita todas as músicas gravadas dos CDs de forró e material de divulgação);
- Fábrica de amplificadores *Mastruz com Leite* (Som de alta potência – para *shows*);
- *Zoom Promoções* (Produz eventos, *shows*, organização de vaquejadas);
- Loja de CDs “Aguanambi” (localizada numa movimentada avenida de Fortaleza,

loja que vende todos os CDs e DVDs das bandas de forró do grupo Emanuel Gurgel e também do selo fonográfico *Somzoom*);

- Confeção e Malharia Gurgel.

Ligue Já para (85)3295.4120
e contrate as melhores bandas de forró !!

MASTRUZ COM LEITE
NELCOM TERRA
Cavalos de Pau
CATUABA COM AMENDOIM

REDE
SOMZOOM
SAT
A Rádio Mais Popular do Brasil

Ligue Já para (85)3295.4120
e contrate as melhores bandas de forró !!!

MASTRUZ COM LEITE
Cavalos de Pau
CATUABA COM AMENDOIM

De acordo com Oliveira Martins (2003), Diretor Comercial e Cultural do grupo, a estrutura do *Somzoom Sat* vai além da cabeça de rede, a base da programação em satélite: “(...) temos a gravadora, a editora, temos nossas bandas como *Mastruz com Leite*, *Cavalos de Pau*, que fazem parte desse grupo; como alguns parques de vaquejada, que fazem parte também do grupo, etc” (MARTINS, 2003).

Para o *flog* (www.mastruz.myflog.com.br), criado por fãs da banda *Mastruz com Leite*, a empresa *Somzoom Sat* é “um fenômeno midiático e cultural que nasceu no Nordeste do Brasil”. A fórmula da visibilidade enquanto grupo de mídia – criado na década de 90, em Fortaleza - (CE) – e cultural.

Eis algumas estratégias do grupo:

1. O surgimento da banda *Mastruz com Leite*, cujo objetivo foi apresentar uma **nova estética** para o forró tradicional e como **evolução** do próprio forró; **comercial**: a partir da perspectiva da música-mercadoria enquanto produto de consumo;

pioneirismo: a partir do *Mastruz com Leite* surgiram outras bandas que começaram a compor a indústria cultural regional;

2. O **desenvolvimento tecnológico** no Ceará: através do satélite a possibilidade de criar uma rede de emissora de rádio, cuja programação fosse voltada à divulgação das próprias produções culturais regionais; através da **tecnologia musical**, a criação de um estúdio de gravação, *Somzoom Stúdio*, e conseqüentemente, o selo fonográfico, *Somzoom*, totalmente locais para comportar a produção, gerando assim, sucessos, modismos que embalam os *shows* pelo Ceará, Nordeste e também nas grandes cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, cujas participações se concentram em apresentações à comunidade nordestina e a programas de televisão massivos;

3. A **autonomia regional**. Com essa nova indústria, o Ceará, o Nordeste, passam a ser autônomos em relação a outras regiões do país, no que se refere a uma indústria cultural, principalmente, a do eixo Rio-São Paulo – onde concentra o maior número de redes que envolvem essa estrutura, desde tecnológica, profissional a mercado consumidor – no que compete à produção, divulgação e também consumo, em caráter regional.

Em entrevista, Emanuel Gurgel (2004), proprietário do *Somzoom Sat*, explica que o surgimento da banda *Mastruz com Leite* veio “revolucionar” o forró. Assim como os fenômenos Luiz Gonzaga; *Chiclete com Banana*, na Bahia; o *Mastruz com Leite*, no Ceará, representa originalidade e “revolução do forró”. “Por isso, ao falar de forró eletrônico, é falar da banda *Mastruz com Leite*”. A idéia não era apenas criar uma banda, e sim todo um conjunto de estratégias para divulgar o forró eletrônico. Por isso, o grupo *Somzoom Sat* possui outros segmentos e com isso, trabalha melhor na divulgação de seus produtos.

2. Rede Somzoom Sat

A *Rede Somzoom Sat* foi inaugurada na década de 90, uma cabeça de rede localizada em Fortaleza (CE), que através do satélite, faz difundir o forró nas emissoras afiliadas, espalhadas em alguns estados brasileiros. Hoje, também, através da Internet (www.somzoom.com.br) não só está presente no país, mas também pelo mundo, representado pelo seu site, mas também pela Comunidade “Rede Somzoom Sat” no *Orkut*, criada por um fã, com mais de 60 membros registrados:

Com relação à mídia sonora, o grupo *Somzoom* não possui concessão de emissora. A *Rede Somzoom Sat* é apenas uma cabeça de rede, produtora de conteúdos

que transmite sua programação feita em estúdio na própria sede. Iniciou sua retransmissão em âmbito local, pela *Rádio Capital* de Fortaleza - 89,9 MHz, pertencente ao grupo *Cidade de Comunicação*. No começo de seu surgimento a *Rede Somzoom Sat* possuiu 96 emissoras afiliadas, localizadas em 14 estados brasileiros.

A *Rede Somzoom Sat* começou sua divulgação local, em princípio, com o arrendamento da concessão da *Rádio Capital FM* para divulgação da sua programação e conseqüentemente, das bandas de forró – *cast* – e dos *shows* em diversas casas pelos estados afora. Hoje, em Fortaleza, a *Somzoom* é transmitida pela emissora 92,9 FM, *Rádio Tropical FM*, pertencente ao grupo *Cidade de Comunicação*. O grupo Emanuel Gurgel já participou de várias concorrências públicas de concessão de rádio, mas devido “as questões políticas”, como eles mesmos denominam, até hoje não conseguiram. Posteriormente, não demonstraram mais “interesse” em novos pedidos. A melhor condição de trabalho, de acordo com Oliveira Martins (2003) é o sistema de produção de conteúdos, produzidos pela *Rede Somzoom Sat*, desenvolvidos em estúdio, na sede da empresa e retransmitido via satélite para afiliadas no sistema de arrendamento ou aluguel³.



Estúdio de produção da *Rede Somzoom Sat*. Fortaleza, 2004

³ Em entrevista, quando perguntado sobre o valor do arrendamento ou aluguel das emissoras afiliadas, não foi respondido.



Em registro na *Revista Época* (1999), o projeto comercial do empresário Emanuel Gurgel, era um formato que mantinha a *Rede Somzoom Sat* no sistema de filiação, até então, único no país:

A idéia era ter o forró do mesmo modo como as rádios Jovem Pan e Transamérica fazem com o dance music (...) a diferença: ao invés de pagar pelo sinal, como acontece nos sistemas do gênero, a Rede Somzoom Sat chegava pagar até R\$ 30 mil mensais, conforme o tamanho da cidade e a potência. O pagamento funciona como estímulo à veiculação em rede, nos horários nobres, da Rede Somzoom Sat, produzida em Fortaleza, tendo como carro-chefe o forró – mais precisamente a banda Mastruz com Leite (REVISTA ÉPOCA, 1999).

Quando nos reportamos em nível nacional, a *Rede Somzoom Sat* é representada por suas afiliadas espalhadas pelo Brasil afora. É uma estação satélite digital que gera sinal codificado para todo o país, via BS1 (*Brasil Sat 1*) 24h por dia. Foi a primeira produtora de conteúdos, segmentada, através do rádio, com programação via satélite, a partir do Nordeste.

Quando se fala em satélite no Nordeste, significa buscar compreender o fenômeno do desenvolvimento tecnológico da região, além do contra-fluxo da informação/produção, ou seja, durante anos o Nordeste recebeu programação do eixo Rio-São Paulo, agora existem alternativas inversas. É o Nordeste, através do Ceará, mandando programação e produtos culturais regionais, como o forró, para o país afora, principalmente, para a comunidade nordestina localizada no Sudeste do Brasil. Oliveira Martins (2003), Diretor Comercial do grupo *Somzoom* explica que:

(...) quando se fala em *Sat* se fala em rádio, em satélite, e esse satélite como nós conversamos é um fenômeno que aconteceu no Nordeste, dentro do Brasil, transferindo a sociabilidade e a responsabilidade de Rede do Sul de lá pra cá e do Nordeste para o Sul. Isso aconteceu há 8 anos e foi mais uma ousadia do Emanuel que tem sempre partido na frente com a extração da *Somzoom*, saindo do Nordeste para o resto do

país. **Foi muito importante mostrar para o povo do Sul que nós do Nordeste também sabemos fazer mídia** ⁴.

No início do processo de afiliadas o Estado de São Paulo apresentava uma emissora na capital, *FM 100*, 5 MHz. No entanto, atualmente, a *Rede Somzoom Sat* não chega mais a capital São Paulo. De acordo com o Diretor Oliveira Martins, apesar de São Paulo apresentar uma comunidade nordestina muito forte, e um grande centro de consumo, o nível de concorrência é muito maior. Por isso, com o tempo, eles foram perdendo espaço para as emissoras da própria capital que possuem programação e estilo do Nordeste, como por exemplo, *Rádio Atual do Centro de Tradição Nordestina* e demais emissoras que pertencem ao distribuidor de CDs de forró, na capital, *Mano velho e Mano novo*.

Em princípio a emissora AM ou FM que desejasse retransmitir a programação da *Somzoom* participava de um processo de negociação através de pagamentos⁵ ou através de divulgação dos produtos culturais do grupo, como bandas de forró, CDs, revista, *shows*, etc:

Existe um processo de negociação, como existe em qualquer outro meio de comunicação, se pode fazer através de pagamento, através de interesse de alguma programação, às vezes, normalmente, hoje, nós mantemos nossas afiliadas não com pagamento, mas com uma programação. Sendo bem feita, atrai outra afiliada à Rede. Coisa que isso, antes, pra nós iniciarmos a Rede, as pessoas não acreditavam. Chegamos a pagar (?)⁶ para que essas rádios nos transmitissem. Hoje não, elas solicitam pra se afiliarem até de graça, pra se refletir na programação que acha interessante, além das bandas *Mastruz com Leite*, *Cavalo de Pau*, *Meu Com terra*, *Catuaba*. Ou seja, além de nós mostrarmos a nossa programação, também mostramos o nosso produto (MARTINS, 2003).

A programação da *Rede Somzoom Sat* segue entre apresentações de programas específicos sobre forró, *show* popular, vaquejadas, sucessos do momento, novamente forró, brega, embalos de sábado, etc. Os profissionais do rádio mudam muito de

⁴ Grifo nosso. Nesse âmbito o Diretor Oliveira Martins reforça a questão da identidade regional quando se exalta falando que “nós do Nordeste também sabemos fazer mídia” e que isso deve ser mostrado para o Sul do país, visto que, a mídia sempre esteve concentrada nessa região.

⁵ Em entrevista não foi revelado o valor que as emissoras afiliadas pagavam para receber a programação da *Rede Somzoom Sat*.

⁶ Foi perguntado o valor. Eles não revelaram.

empresa e isso também acontece com a *Rede Somzoom Sat*. Hoje, destacamos o locutor “Zé das Tapiocas”, principal personagem, dos programas de forró da *Rede*, e também o Marcus Rog.

A *Rede Somzoom Sat* exerce a função de divulgadora-mor das bandas das quais Gurgel é “dono”, entre elas a consagrada *Mastruz com Leite*, a emergente *Cavalo de Pau* e outras 46 ligadas à empresa, todas com nomes singulares (...). Escorada num **esquema quase caseiro**⁷, o selo *Somzoom* vendeu no mês passado (março de 1998), segundo Emanuel Gurgel, um milhão e 100 mil cópias de CDs diversos. “A *Rede Somzoom Sat* fez com que a empresa crescesse 400% em 90 dias”, garante ele. “Nos últimos quatro meses faturamos US\$ 7 milhões” (RODRIGUES, 1998).

Ao longo dos 3 anos e meio – período do doutorado – sempre em investigação junto ao grupo *Somzoom Sat*, principalmente, a *Rede Somzoom*, e sua produção cultural discográfica, com as bandas de forró, percebemos, com o tempo, o declínio da novidade empreendedora do grupo: a transmissão via satélite. O principal momento foi da concorrência. Com o surgimento da emissora *Estação Sat*, localizada em Recife (PE), a *Rede Somzoom Sat* perdeu principais comunicadores, como Mução, que apresentava o programa “Só Forró” e depois o “Programa do Mução” – líder de audiência – e Wanda Maia, com o programa “Sintonia Brasil”. A partir daí, com o alto investimento da *Estação Sat*, principalmente, na contratação dos locutores que antes estavam na *Somzoom*, e também no quesito organização (Departamento Comercial, Departamento de *Marketing*, contratação de profissionais da área de jornalismo, publicidade), um moderno *site* na Internet, etc. a *Estação Sat* além de investir junto à programação, também passou a retransmitir seus conteúdos para mais afiliadas em diversos estados do país. Inclusive, afiliadas que antes mantinham contratos com a *Rede Somzoom Sat*.

3. Afiliadas

A *Rede Somzoom Sat* no auge da sua transmissão para todo o Brasil apresentava em torno de mais de 95 afiliadas, representadas em 16 Estados brasileiros.

Hoje, ao caminhar da história, podemos comparar que o empreendimento de Emanuel Gurgel sofreu enormes alterações. Tudo isso comprovamos empiricamente

⁷ Grifo nosso.



quando verificamos apenas 35 afiliadas, representadas em 12 Estados. Apesar de ser a única do Nordeste, *Rede Somzoom Sat*, presente em cidades do Sudeste do país, a transmissão via satélite veio, ao longo dos anos, perdendo espaço para as concorrentes. Outros fatores também contribuíram para isso: pouco investimento em recursos humanos (comunicadores), profissionalização de departamentos (contratação de jornalistas, produtores, etc), investimento em *marketing*, aumento de concorrentes e bandas de forró, ou seja, o mercado regional foi ficando mais competitivo.

4. Idéia de Emanuel Gurgel

A idéia era original: uma modesta antena tipo parabólica instalada na sede da banda *Mastruz com Leite*, no bairro Passaré, periferia de Fortaleza, Ceará, foi o espaço que deu início a empresa de Emanuel Gurgel. Através da parabólica cearense, a música mais tradicional da região – o forró – ganhou os quatro cantos do Brasil.

Diante desse projeto comercial, o formato de filiação à rede, com conteúdo de forró, foi original no país. A idéia de atrelar o forró a uma transmissão via satélite foi o mesmo que as emissoras *Jovem Pan* e *Transamérica* fizeram com o *dance music*.

No início das transmissões não havia faturamento com publicidade. Em pouco mais de um ano, as vendas de CDs dirigidas por Gurgel pularam de 30 mil para 180 mil por mês⁸. Cerca de 80% da programação popular, tem a participação do ouvinte. Como resultado, a cabeça de rede já chegou a atingir 40 milhões de ouvintes (ou 12 milhões de ouvintes por minuto) em 900 cidades⁹. Em São Luís do Maranhão, cidade tradicional do *reggae*, a rádio FM São Luís, pulou de último para primeiro na audiência em somente três meses, triplicando o faturamento.

Em 1998, o faturamento do grupo atingiu US\$ 15 milhões¹⁰ somente com a venda de CDs do empresário forrozeiro. Porém, o faturamento não é revelado no total, e são bem maiores, visto que somente a Banda *Mastruz com Leite*, tem 12 anos de carreira. Em 1999, o negócio faturou 25 milhões de dólares¹¹. A empresa é quase uma *holding*: detém os direitos de sete bandas de forró, controla um estúdio de gravação, uma editora musical e gera via satélite programação para às afiliadas espalhadas no país afora.

⁸ Fonte: Revista Época. **A revolução do forró**. Rio de Janeiro: Ed. Globo, 2002.

⁹ Fonte: Revista Época. **A revolução do forró**. Rio de Janeiro: Ed. Globo, 2002.

¹⁰ Fonte: Revista Época. **A revolução do forró**. Rio de Janeiro: Ed. Globo, 2002.

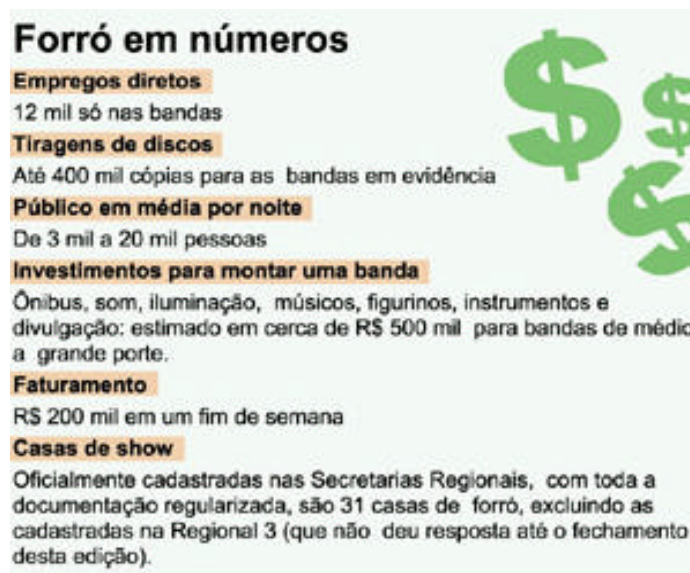
¹¹ Fonte: Revista Exame. São Paulo, março de 2000.

Além do sucesso do *showbusiness* e na comunicação, o grupo impulsionou o Circuito Nacional de Vaquejadas, com faturamento previsto de 6 milhões de reais e cotas de patrocínio vendidas para empresas como a *Ford*, a *Parmalat* e a *Kaiser*. A experiência bem-sucedida de Gurgel prova que o **manancial de oportunidades regionais de negócios no Brasil é imenso, a despeito de sua economia cada dia mais globalizada**¹² (REVISTA EXAME, 2000).

A equipe administrativa do grupo, cerca de 200 funcionários, foi escolhida pelo próprio Gurgel, a começar pelos músicos. Contrariando a prática do mercado, seus artistas têm registro em carteira, plano de saúde e salário fixo, complementado com comissões sobre as vendas de CDs e participação em *shows*. A empresa “instituiu o tratamento dentário, acabando com o estereótipo do forrozeiro maltrapilho e desdentado” (REVISTA EXAME, 2000).

Nos últimos anos, Emanuel Gurgel voltou às atenções para outros investimentos além do forró. Comprou quatro fazendas de gado e um haras. Investiu também em confecção. Em relação à *Rede Somzoom Sat* e atividades do forró, somente agora, primeiro semestre de 2005 que o empresário voltou a retomar as atividades. Durante os últimos 2 anos apresentou um afastamento gradativo ligado ao forró e a cabeça de rede.

Em resumo apresentamos os números da indústria do forró:



Fonte: **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 23/10/2005.

5. Quem é Emanuel Gurgel de Queiroz?

¹² Grifo nosso.

Emanoel Gurgel é um cearense de 51 anos, nascido na cidade de Jaguaribe, interior do Estado.

O jornalista Apoenan Rodrigues (1998), em matéria na *Revista Istoé*, que apontou para o “oxente music”, forró eletrônico, como sendo a maior conquista do Nordeste nos últimos tempos, em se tratando de novos ritmos e tecnologia musical, descreve o empresário da seguinte forma:

Emanoel Gurgel é um grandalhão barbudo, cabeludo, de aparência messiânica, cujo rosto lembra o do catarinense Inri Cristo, aquele que diz ser a reencarnação do Messias. Apesar do nome bíblico, a única religião que Gurgel abraça é o forró. Ele é dono da Somzoom, empresa que engloba estúdios de gravação, funciona como gravadora comercializando seus próprios produtos, (...) Todos os programas da Rede Somzoom Sat são gerados ao vivo, diariamente dos estúdios da Somzoom, sem interrupção. (RODRIGUES, 1998).

Ex-árbitro de futebol da Liga Cearense vendeu sua fábrica de confecção que mantinha em Fortaleza (CE) e arriscou tudo no forró. Em 1998 declarou a *Revista Istoé*, que “até cinco anos atrás eu não entendia nada de som”, confessa Gurgel. “Eu gostava muito de dançar e notei que nos bailes só tocavam cinco músicas de forró, mas todo mundo queria mais. Aí percebi o potencial” (RODRIGUES, 1998).

Em matéria da *Revista Exame*, Jomar Moraes (2000), define Emanoel Gurgel como sendo uma figura exótica: “apesar da aparência exótica, Emanoel Gurgel de Queiroz, é um empresário inquieto e inovador, dono de um negócio que faturou 25 milhões de dólares em 1999”.

Emanoel Gurgel é um empresário de personalidade forte. Nas visitas de campo na sede da *Somzoom Sat*, e também nas entrevistas que concedeu a mim, sempre foi um homem de frases rápidas e prontas. Não deixou tirar foto de si e cultivava o estilo do homem nordestino fazendeiro. Possui fazendas e haras. E em Fortaleza é conhecido como um dos empresários mais famosos no ramo do forró.

Gurgel é pai de seis filhos, egresso de quatro casamentos. Começa o dia trabalhando às 4 da manhã em sua fazenda, a 80 quilômetros de Fortaleza. Escuta dezenas de fitas num solitário processo de escolha de repertório dos próximos CDs: “faço questão de selecionar as músicas porque conheço bem o gosto popular”

(REVISTA EXAME, 2000). Em torno do novo ritmo eletrônico, gerado tecnologicamente – em *samplers* e mesas de som – nasceu o forró moderno e o grupo de comunicação de Emanuel Gurgel:

Devido ao preconceito que existia com relação ao ritmo nordestino, tínhamos dificuldade para divulgar as músicas da banda nas rádios convencionais. A saída foi criar uma emissora própria para central de transmissão por satélite, afirma Gurgel (REVISTA ÉPOCA, 2002).

(...) Com o empurrão de um deputado federal, Gurgel conseguiu gerar o sinal de Fortaleza. Principal objetivo: popularizar o forró nacional e impulsionar a venda dos discos do Mastruz com Leite e das outras sete bandas (REVISTA ÉPOCA, 2002).

Considerações Finais

A idéia original de Emanuel Gurgel gerou e pretende gerar bons frutos. Ao reaver a *Rede Somzoom Sat* e também o grupo *Somzoom* nos permitem fechar o ciclo de investigação. Primeiro, o nascimento, o auge, depois o declínio, para caminhar a retomada, numa nova configuração no mercado regional: profissionalismo, concorrências, competitividade, tecnologias. O grupo *Somzoom* continua investindo no forró. A banda *Mastruz com Leite* está cada vez mais próxima do mercado regional, por exemplo, entre os meses de julho a setembro de 2005 foram mais de 10 *shows* em cidades do Ceará, principalmente, na capital, como também em apresentação de programas de televisão regional, “Sábado Alegre” da TV Diário. São estratégias que precisam ser constantemente alimentadas, para o desejo do público, fãs, consumidores e mercado. Não nos parece fácil conciliar uma agenda entre o regional, o nacional e o internacional. Porém, a banda se faz presente nesses espaços. No próximo capítulo apresentaremos a força, a produção do forró e a marca *Mastruz com Leite*.

Hoje, o empresário observa que seu investimento não foi em vão. “O número de bandas e o gosto pelo ritmo nordestino cresceu muito no Brasil e chegou até outros países. Ele estima que, somente no Nordeste, existem cerca de 3.500 bandas” (DIÁRIO DO NORDESTE, 2005). E se o número de artistas cresceu, não poderia ser diferente com as gravadoras e estúdios. Conforme Gurgel (DIÁRIO DO NORDESTE, 2005) há cerca de 20 gravadoras e 30 estúdios em Fortaleza. Em média, uma hora de gravação custa R\$ 50,00. Além disso, o Ceará também conta com uma indústria de fabricação de CDs, a CD+, situada em Caucaia, Região Metropolitana de Fortaleza. Além de



empresariar as bandas Mastruz com Leite, Cavalo de Pau, Catuaba com Amendoim, Mel com Terra e Calango Aceso, a *Somzoom* atende em suas dependências cerca de 40 bandas por ano. Desta forma, tem uma vendagem anual que se aproxima dos 2,4 milhões de CDs em todo o Brasil. Mais números de sucesso? Tem sim! De acordo com Gurgel, sua empresa já vendeu 20 milhões de CDs, 250 mil DVDs e lançou 450 discos (DIÁRIO DO NORDESTE, 2005).

Em julho de 2005, em visita e pesquisa de campo na loja de CDs de forró, do grupo *Somzoom Sat*, na Avenida Aguanambi, em Fortaleza, *Loja Aguanambi*, apresentava em seu catálogo de produtos, entre as bandas que pertencem ao grupo e produção cultural regional do selo fonográfico da própria *Somzoom* mais de 250 CDs à venda no valor entre 5 a 10 reais. Preço acessível aos consumidores. Todos estes produtos foram produzidos desde a gravação em estúdio, direção, compilação, impressão no Ceará. A maior responsável pela fabricação é: *CD+ Marca Registrada da Nordeste Digital Line S/A* na BR-222, Km-04 – município de Caucaia (CE) a 20 km de Fortaleza.

Outra divulgação importante para o grupo *Somzoom Sat* é o anúncio de festas e *shows* de forró. Semanalmente, Fortaleza é bombardeada visualmente com publicidades de festas de forró. As bandas do grupo *Somzoom*, como a *Mastruz com Leite*, por exemplo, tem sua agenda distribuída em *outdoors* e cartazes, até 2 meses antes do *show*. É comum andar por Fortaleza e observar em seus muros e *outdoors* divulgação de festas de forró.

Referências Bibliográficas

- ANUÁRIO DE MÍDIA 98/99. Falar para todos, mas com cada um. São Paulo: Ed. M&M, 2000.
- CILENE, Kátia. Mastruz internacional: do forró do grilo para New York. In: NASCIMENTO, Bete. **Revista Vaquejada & Forró**. Ano 2, nº 20, Fortaleza, 2003.
- DANTAS JÚNIOR, Anchieta. “Música: da diversão ao negócio lucrativo”. **Diário do Nordeste**. Caderno de Economia. Fortaleza, 05/06/2005.
- DIÁRIO DO NORDESTE. TV Diário passa a ser transmitida via satélite para todo o Brasil. Fortaleza, Cidade, 21/03/2001.
- DIÁRIO DO NORDESTE. “O legal alavanca o ilegal”. Negócios, p.2, 12/03/2005.



GURGEL, Emanuel. 10 anos de sucesso. In: NASCIMENTO, Bete. **Revista Vaquejada & Forró**. Ano 2, nº 18, Fortaleza, 2002.

JUAREZ JÚNIOR. Mastruz internacional: do forró do grilo para New York. In: NASCIMENTO, Bete. **Revista Vaquejada & Forró**. Ano 2, nº 20, Fortaleza, 2003.

MARQUE DE MELO, José; SOUSA, Cidoval Morais de; GOBBI, Maria Cristina. **Regionalização midiática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional**. Rio de Janeiro: Ed. Sotese, 2006.

MARTINS, Oliveira. **Rede Somzoom Sat**. Fortaleza, 22 jul. 2003. Entrevista concedida à Maria Érica de Oliveira Lima.

MARTINS, Roger. **Rede Somzoom Sat e Mastruz com Leite**. Fortaleza, 22 jul. 2003b. Entrevista concedida à Maria Érica de Oliveira Lima.

OLIVEIRA LIMA, Maria Érica de. Somzoom Sat: do local ao global. **Tese (Doutorado) em Comunicação Social**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, nov. 2005.

OLIVEIRA LIMA, Maria Érica de. O sertão vira mar no “contra-fluxo” regional. In: TRASFERETTI, José; OLIVEIRA LIMA, Maria Érica de. (Orgs.). **Teologia, Ética e Mídia**. Rio de Janeiro: Ed. Sotese, 2007. pp. 377-401.

RODRIGUES, Apoenan. “Oxente music”. **Revista IstoÉ**. 1998.

REVISTA ÉPOCA. “A revolução do forró”. Rio de Janeiro: Ed. Globo, 2002.

REVISTA EXAME São Paulo, março de 2000.

Sites:

www.somzoom.com.br

www.mastruz.myflog.com.br