



A PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO DE CONTEÚDO NA MÍDIA REGIONAL: O CASO DA REDE SOMZOOM SAT

Maria Érica de Oliveira Lima¹
John Willian Lopes²

Resumo

Lima (2005) investigou em seu doutorado a Rede Somzoom Sat e seus produtos midiáticos regionais. Hoje, estudamos o grupo objetivando analisar a produção e circulação de conteúdos por meio do rádio, a partir da verificação da grade de programação da rede. Com abordagem qualitativa, realizamos uma pesquisa exploratório-descritiva e análise de conteúdo por meio do processo de rádio-escuta. Compreendemos que a maior parte dos conteúdos se relacionam ao entretenimento musical, sendo o radiojornalismo absorvido pela programação feita para e pela música. A atuação da Somzoom Sat extrapola o rádio, ganha novos espaços na internet, num processo de convergência digital dos meios.

Palavras-chave: Mídia regional; Rede Somzoom Sat; Grade de programação; Conteúdo regional

Recebimento: 31/8/2016 • Aceite: 15/11/2016

¹ Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Docente do Curso de Comunicação Social e Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM/UFC) e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Natal, RN, Brasil. E-mail: merical@uol.com.br

² Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Natal, RN, Brasil. E-mail: johnwillianlopes@gmail.com

THE PRODUCTION AND CIRCULATION OF CONTENT IN REGIONAL MEDIA: THE CASE OF SOMZOOM SAT NETWORK

Abstract

Lima (2005) investigated in his doctoral the Somzoom Sat Network and its regional media products. Today, we study the group aiming to analyze the production and circulation of content through radio, from the verification of network program schedule. With a qualitative approach, we conducted an exploratory-descriptive research and content analysis through radio-listening process. We understand that most of the contents relate to musical entertainment, and radio journalism is absorbed by the programming done for and by music. The performance of Somzoom Sat extrapolates the radio, gains new spaces on the Internet, a process of digital media convergence.

Keywords: Regional media; Somzoom Sat Network; Program schedule; Regional content

Introdução

Há dez anos produzimos uma pesquisa de doutorado na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social (PósCom) acerca da mídia regional (LIMA, 2005). Para além da pesquisa teórica, inclusive desenvolvida boa parte na Espanha (Galícia) e em Portugal (Porto), mediante a realidade do doutoramento *sandwich* na Universidade Fernando Pessoa (UFP), tivemos a possibilidade de alargar, conceitualmente, a mídia regional e a regionalização, sabendo que esses pressupostos já foram muito bem definidos e explorados nos respectivos países. A essa altura, passado o tempo, a ideia é atualizar, revisitar o objeto empírico e procurar perceber como está, dez anos depois, a mídia regional e o grupo Rede Somzoom Sat, que se encontra no Estado do Ceará, Nordeste do Brasil. Numa perspectiva de investigação científica registrada no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN), perfizemos leituras conceituais e dirigidas, pesquisa de campo, desenvolvendo entrevistas, pesquisa de observação, participação indireta, análise de conteúdo da programação da emissora Expresso Somzoom Sat e suas implicações no campo da regionalização. A partir do exposto, pretende-se neste artigo investigar a produção e circulação de conteúdos por meio do rádio, com a análise da grade de programação da Rede Somzoom Sat, com o objetivo de identificar qual a natureza dos conteúdos e a relação com a difusão da cultura regional.

De natureza qualitativa, realizamos uma pesquisa exploratório-descritiva sobre a Rede Somzoom Sat, especificamente sobre a programação a partir da rádio Expresso Somzoom Sat 104,3 FM, sediada na cidade de Fortaleza (Ceará, Brasil), onde são produzidos os programas e de onde são distribuídos entre as afiliadas. Parte da programação da rede foi disponibilizada no site do Grupo Somzoom, e devido a essa desatualização, recorreremos ao site Radios.com.br (plataforma que cataloga e disponibiliza o acesso a várias rádios do Brasil), na busca por informações sobre os programas, nomes dos apresentadores, dias e horários de veiculação. Posterior ao levantamento da programação, determinamos o período de 13/04/2016 a 19/04/2016 para realização do processo de rádio-escuta, ou seja, a escuta atenciosa dos programas, objetivando a compreensão do formato, dinâmica e conteúdos dos programas. Delimitamos o *corpus* apenas aos programas veiculados de segunda-feira a sábado. Dos 15 programas que constituem a grade de programação, realizamos a rádio-escuta de 10 – os outros cinco programas são veiculados apenas

aos domingos. Devido à repetição dos programas (diários) durante o período anteriormente delimitado, realizamos a escuta de cada, apenas uma vez. Verificam-se, aqui, os gêneros dos programas (Comercial/Publicitário, Jornalístico/Informativo, Musical, Dramático/Ficcional, Educativo/Cultural, etc.) e formatos presentes em cada um. Descreve-se de modo geral cada programa, patrocinadores/comerciais e tipos (*jingle*, *spot*, etc.) e a participação/interação (ou não) de ouvintes.

Rede Somzoom Sat: breve histórico

Há cerca de 25 anos, surgia na região Nordeste do Brasil um dos grupos de mídia mais proeminentes da sua época, o Somzoom Sat. Registrado na Junta Comercial do Estado do Ceará (Brasil) como Somzoom Gravações e Edições Musicais Ltda., tendo como donos Emanuel Gurgel, sócio-gerente, e Antônio Trigueiro Neto, sócio, o grupo iniciou suas operações no dia 1º de dezembro de 1991 (LIMA, 2010). Às operações, compreende uma gama de atividades econômicas, e uma multiplicidade de empresas que vai do rádio via satélite ao entretenimento. A lógica, portanto, foi reunir no mesmo segmento rádio e transmissão via satélite, música (fórró eletrônico), produção de CDs, shows e vaquejada. Diante desse projeto comercial, o formato de filiação à rede com conteúdo de fórró foi original no Brasil. A Rede Somzoom Sat, enquanto cabeça de rede, difundia, através de satélite, o estilo fórró nas emissoras afiliadas por vários estados brasileiros. Um dos mais importantes pontos a salientar é o de que a rede não possui concessão pública de rádio, por isso o caráter de produtora de conteúdo “que transmite sua programação feita em estúdio na própria sede” (LIMA, 2010, p. 112). Essa configuração é resultado de inúmeras tentativas sem êxito de conseguir, por meio de concorrências públicas, concessão para rádio, isso devido às questões políticas. Em contrapartida, esse processo resultou em certo pioneirismo da Rede Somzoom Sat, que “foi a primeira produtora de conteúdos segmentados através do rádio com programação via satélite a partir do Nordeste” (LIMA, 2010, p. 112).

A Rede Somzoom Sat iniciou sua divulgação a nível local, no primeiro momento, com o arrendamento da concessão da Rádio Capital FM, para divulgação da sua programação, das bandas de fórró e casas de shows. Já em 2005, a Somzoom passa a ser retransmitida pela Rádio Tropical FM (92,9 FM). Em 2013, começa a ser transmitida pela Rádio Expresso FM (104,3 FM), ocorrendo no ano seguinte fusão entre essa rádio (104,3 FM) e a Somzoom, mantendo-se a mesma

frequência, mas passando a chamar-se Expresso Somzoom Sat. Uma fusão aparentemente rendeu bons frutos para a agora emissora do grupo liderado por Emanuel Gurgel. Segundo informação do site do grupo, publicada em 2014, a audiência média somente dentro dos transportes coletivos da Grande Fortaleza (Região Metropolitana de Fortaleza – RMF) é de aproximadamente 270 mil ouvintes/minuto.

Atualmente, outro ganho para o grupo, conforme a diretoria da Rádio Expresso Somzoom Sat, foi o contrato com duas emissoras por meio de arrendamento, a 93,3 FM (Baturité) e 91,9 FM (Pentecoste). Nos anos de 1990, o Grupo Somzoom contava com 96 emissoras afiliadas, distribuídas por 14 estados brasileiros³. Em 2008, esse número de afiliadas cai para 12. Até o ano de 2015, esse número se manteve, a alteração ocorreu apenas no tocante à afiliação, ou seja, substitui-se uma emissora por outra. Com as 12 emissoras de rádio, todas no Ceará, a audiência da rede completa da rádio chega a quase 70% da população do Estado, com penetração em cerca de 130 municípios, algo em torno de 6 milhões de ouvintes⁴. Todavia, em fevereiro de 2016, quando a rede anunciou a contratação do apresentador Eliel Rodrigues (Lobão), revelou que 30 novas emissoras de rádio se filiaram, resultando em um alcance de mais de 10 milhões de ouvintes – o anúncio foi feito por meio da conta da Expresso Somzoom Sat no *Instagram*. Ou seja, a Rede Somzoom Sat volta a ser retransmitida para outros estados do país, embora o grupo não tenha divulgado quais as novas afiliadas, nem de quais estados e frequências (se AM ou FM). Outro aspecto a salientar que envolve a Rede Somzoom Sat, são as rádios comunitárias. Essas conseguem captar, com a ajuda de computador, o sinal da rede, fazendo o uso dele e alternando com a programação local. Dessa maneira, abre-se um precedente que permite um alcance muito além daquele estipulado pela rede. O grupo de mídia, porém, não vislumbra a situação como problema, mas como possibilidades positivas.

Além dos conteúdos produzidos e retransmitidos via satélite, compõe o leque de negócios do grupo ainda quatro bandas de forró em atividade, que são Cavalo de Pau, Catuaba com Amendoim, Mel com Terra e Mastruz com Leite - na época do primeiro estudo realizado por

³ Segundo informações do site do Grupo Somzoom, no auge da popularidade através do sinal transmitido às filiadas, abrangeu em sua rede mais de 110 aliadas em todo o país, somando mais de 50 milhões de ouvintes/minuto, sintonizando mais de 1.500 municípios em AMs e FMs em tempo real.

⁴ A título de comparação, a população do Estado do Ceará (Brasil), no ano de 2014, era de 8.842.791, segundo dados publicados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Lima (2010), havia ainda outras duas: Caça Kabaçu e Banda Aquarius. A banda de forró Mastruz com Leite sempre foi o destaque do grupo no mercado fonográfico, é sem dúvidas uma das bandas do segmento mais lembradas pelo público, sendo considerada a pioneira desse estilo musical, “o forró moderno, eletrônico, estilizado, com instrumentos como saxofone, bateria, teclado e guitarra – além da zabumba, do triângulo e da sanfona, marcas registradas dos forrozeiros tradicionais” (LIMA, 2010, p. 147). A composição inovadora, com a introdução de instrumentos, eletrônicos e mudanças nos padrões do forró, com a estilização, vai caracterizar o *new* forró, ou forró industrializado, forró estilizado, forró eletrônico ou forró plastificado, assegura Lima (2010). O sucesso da Mastruz com Leite ganha dimensões nacionais, realizando participações em programas televisivos e radiofônicos de todo o país, e internacionais, com apresentações, em 2003, nos Estados Unidos, iniciando o que se pode chamar de internacionalização da cultura do forró (LIMA, 2010).

Até meados de 2015, data do nosso último estudo (LIMA; LOPES, 2015), havia em média 102 funcionários, lotados tanto na sede da empresa quanto nas bandas. O setor de Recursos Humanos do grupo especulou que havia cerca de 40 na sede, entre rádio, oficina mecânica, escritórios e serviços gerais; e cerca de 62 nas bandas, sendo que a Mastruz com Leite despende um terço dessa quantia, os restantes compõem as outras bandas. No início dos anos 2000, o número de funcionários já foi quase três vezes maior do que o de hoje, chegando a 272, no auge do Grupo Somzoom e de suas bandas de forró.

A questão da mídia regional-local

Na segunda década do século XX, inicia-se o processo de uma economia baseada em produção de bens industriais e outra estruturada, fundamentalmente, em torno do tratamento da informação. A partir desse tratamento, os indicadores americanos e muitos europeus apontaram em busca de redutos localizados. É um princípio de gestão, como afirma Maciá Mercadé (1997, p. 52, tradução nossa) “que a decisão seja tomada, o máximo possível, onde ela seja necessária”. Ou seja, esse princípio aplicado à informação, coloca em primeiro lugar lógico e histórico, a aparição de uma mídia local, que cumpre assim, de imediato, o âmbito de convivência social. Outro ponto que Maciá Mercadé (1997) identifica quando tratamos do localismo, é o chamado princípio de “subsidiariedade”, isto é, que o superior não invade o âmbito de competência do inferior. Por exemplo, no caso da informação, um periódico nacional ou regional nunca

satisfaz plenamente o direito, a saber, do leitor local; a que se refere a sua quotidianidade mais imediata.

Nesse sentido, o fenômeno do local não tem um aparecimento recente. No campo da imprensa escrita, por exemplo, praticamente todos os grandes diários tiveram um nascimento local. Como por exemplo, o primeiro diário da Europa Continental, “Diário de Barcelona” (1792). Em Madrid, encontramos precedentes da imprensa local, provinciana e imprensa de bairro da capital nos títulos “Crônica de los Carabancheles” (1897), “La Región de Getafe” (1914), “El Heraldo de Chamberí (1921), o “La Voz del Distrito de Universidad” (1931).

Portanto, o fenômeno do localismo que com o universal acabam se complementando, de acordo com Xosé López García (1992), é uma das tendências indispensáveis para o funcionamento geral das redes de informação.

[...] uma das tendências mais avançadas da informação continua sendo potencializar o local e os meios locais como elementos indispensáveis para o funcionamento geral das redes de informação. As novas tecnologias não rebateram estas teses, ao contrário, ratificaram sua validade. Na mudança de século, os conteúdos informativos são globais e gerais na concepção e nos esquemas, e locais na aplicação e na captação. (GARCÍA, 1992, p. 32, tradução nossa)

No Brasil, o processo de regionalização foi percebido no início dos anos 1980 e, ainda nos anos 1990, alguns autores já o estabeleceram como fundamentação teórica em suas investigações (BAZI, 2001; CABRAL, 2000, 2006; MARÇOLLA e OLIVEIRA, 2010; LIMA, 2010, entre outros).

A regionalização midiática é uma vocação que se reforça nos mercados, tanto no Brasil quanto no exterior, e busca estreitar cada vez mais a comunicação com seu público e a ele adequar a sua linguagem e os temas abordados (SLAVIERO, 2009). Graças aos *upgrades* tecnológicos, as distâncias foram reduzidas e, portanto, permitiram novos acessos e ainda mais rápido, fácil, a qualquer informação. Apesar da crescente globalização, nenhuma outra informação, notícia, entretenimento, interessa mais ao cidadão do que aquela que trata das questões locais e regionais, que comenta de seu

cotidiano, dos episódios e das pessoas conhecidas (SLAVIERO, 2009). Essa prática não é diferente à radiodifusão brasileira. Não obstante, o modelo federativo da radiodifusão tem a possibilidade e a capacidade de distinguir essas mudanças, de modo a reconhecê-las e de reproduzi-las para todo o país. Por isso, Slaviero (2009) comenta que “4.379 emissoras comerciais de rádio, entre AM e FM, e 517 geradoras de televisão, o setor consegue ter uma dimensão nacional e, ao mesmo tempo, um olhar local”. No Brasil, são várias as empresas que cresceram devido à ênfase aos interesses comunitários.

O exemplo do rádio no país, com sua trajetória e os serviços proporcionados, apresenta uma inter-relação muito incontestável. Há uma propensão natural para a regionalização e também o localismo. “É um meio comunitário por excelência, pelo contato direto que tem com a população, a cidade, o bairro, sua história, sua cultura, seus anseios e suas necessidades” (SLAVIERO, 2009).

Destacamos, todavia, outra característica relevante às empresas de radiodifusão que são os anúncios locais e a propaganda, dando sustentabilidade econômica não somente à empresa em si, mas todo o meio de bens e serviços. A Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) no seu “Raio X da radiodifusão brasileira”, publicado em maio de 2015, apontou que em média as rádios brasileiras dependem em 81,17% das verbas locais. No país, apenas 4,06% das verbas publicitárias são direcionadas para o rádio, enquanto que esse mesmo número nos Estados Unidos chega a 10,6%.

Olhar sobre a programação

Conforme mencionado antes, a Rede Somzoom Sat até o final de 2015 congregava 12 emissoras de rádio, todas concentradas no Estado do Ceará. Dessas afiliadas, 11 são FM (Frequência Modulada) e 1 AM (Amplitude Modulada). São: 1190 AM (Guaraciaba do Norte), 94,9 FM (Tianguá), 91,6 FM (Sobral), 106,1 FM (Tauá), 106,5 FM (Crato), 97,3 FM (Santa Quitéria), 89,5 FM (Aratuba), 91,9 FM (Pentecoste), 93,3 FM (Baturité), 98,1 FM (Icapuí), 90,9 FM (Russas) e 104,3 FM (Fortaleza), conforme identificadas no site institucional do grupo – não há, ainda, informações sobre as novas afiliadas, 30 emissoras.

A programação da Rede Somzoom Sat é composta por 15 programas, distribuídos de segunda-feira a domingo. Os programas são: Café Expresso, Jornal Alerta Geral, Expresso da Manhã, Expresso em Pauta, Alto Astral, Ponto de Encontro, As Melhores da Semana, Brega Puro, Recordar Sat, Acorda Brasil, Domingando, Pediu Ouviu,

Trilhar do Ouvinte e Só Forró (1ª e 2ª edição). Abaixo, o Quadro 1 demonstra a grade completa.

Quadro 1: Grade de programação da Expresso Somzoom Sat

Programa	Apresentação	Dia/Horários
Só Forró – 2ª Ed.*	Jair Freitas e Roger Martins	Segunda a Sábado 00h às 4h
Café Expresso	Renilson Sousa	Segunda a Sábado 4h às 7h
Jornal Alerta Geral	Beto Almeida e Luzenor de Oliveira	Segunda a Sábado 7h às 8h
Expresso da Manhã	Fran Silveira	Segunda a Sexta 8h às 12h
Expresso em Pauta	Kezya Diniz e Enivaldo Barbosa	Segunda a Sexta 12h às 13h
Alto Astral	Karine Mitre	Segunda a Sexta 13h às 16h
Só Forró**	Lobão e Carlos Nassa	Segunda a Sábado 16h às 19h
Ponto de Encontro	Mano Costa	Segunda a Sábado 20h às 00h
As Melhores da Semana	Jair Freitas	Sábado 8h às 12h
Brega Puro	Cláudio Lima	Sábado 12h às 16h
Recordar Sat	Roger Martins	Domingo 6h às 7h
Acorda Brasil	Roger Martins	Domingo 7h às 10h
Domingando	Renilson Sousa	Domingo 10h às 15h
Pediu Ouviu	Jair Freitas	Domingo 15h às 20h
Trilha do Ouvinte	Roger Martins	Domingo 20h às 00h
*Há uma edição especial no domingo de 00h às 6h. Nos sábados é apresentado por Roger Martins.		
**Aos sábados é apresentado por Carlos Nassa e é veiculado das 16h às 20h.		

Fonte: Elaboração própria.

A partir do quadro, verifica-se que dos 15 programas, 5 são veiculados de segunda-feira a sábado, 3 à sexta-feira, 2 apenas aos sábados e 5 aos domingos. As particularidades são: uma edição especial do programa Só Forró 2ª edição, que é veiculada aos domingos, das 00h às 6h; o Só Forró nos sábados é apresentado por

Carlos Nassa das 16h às 20h, de segunda a sexta-feira é apresentado por Lobão e o horário é até 19h, por causa da Voz do Brasil⁵.

Todo o conteúdo transmitido para a rede de afiliadas via satélite é produzido no estúdio da rádio Expresso Somzoom Sat (104,3 FM) na capital do Ceará, Fortaleza. Localizado na sede do grupo de mídia, o estúdio soma-se ao escritório da empresa e suas oito salas, ao estúdio de gravação das bandas de forró, à imensa garagem e ao estúdio de televisão em construção.

É interessante salientar que quanto à programação, mantêm-se 60% do conteúdo produzido pelo grupo Somzoom, todas as tardes e noites de segunda a sexta-feira, feriados e 1/3 dos sábados são reservados à rede, conforme descreveu a direção rádio Expresso Somzoom Sat (LIMA; LOPES, 2015). De forma que há, portanto, espaços para as programações locais e particulares de cada emissora afiliada.

Gêneros, dinâmicas e conteúdos dos programas

Delimitamos o *corpus* deste trabalho a 10 programas de toda a grade da Expresso Somzoom Sat (15 ao todo), veiculados de segunda-feira a sábado. Realizamos o processo de rádio-escuta, ou escuta atenta, no período de 13/04/2016 a 19/04/2016, buscando compreender os gêneros dos programas e seus formatos, suas dinâmicas e conteúdos.

O conceito de gênero no rádio define “cada um dos modos de harmonizar os distintos elementos da linguagem radiofônica de maneira que a estrutura resultante possa ser reconhecida como pertencente a uma modalidade característica da criação e difusão radiofônica” (MERAYO PÉREZ, 2000, p. 163, tradução nossa). Entre os programas analisados, o gênero radiofônico recorrente na grade é o de entretenimento, de programa musical (BARBOSA FILHO, 2003). Dos 10 programas, 8 são deste gênero e os outros 2 são do gênero Jornalístico/Informativo.

⁵ Há mais de 70 anos no ar, o programa Voz do Brasil é transmitido obrigatoriamente por todas as empresas de radiodifusão do país, de segunda a sexta-feira, das 19h às 20h. O programa, dividido em duas partes, traz informações do Poder Executivo e dos Poderes Judiciário e Legislativo.

Quadro 2: Gêneros, duração e comerciais

Programa	Gênero predominante	Duração	Intervalos (nº)	Anúncios (nº)*
Só Forró – 2ª Ed.	Entretenimento Musical	4h	14	28
Café Expresso	Entretenimento Musical	3h	3	8
Jornal Alerta Geral	Jornalístico	1h	3	11
Expresso da Manhã	Entretenimento Musical	4h	6	17
Expresso em Pauta	Jornalístico	1h	2	8
Alto Astral	Entretenimento Musical	3h	6	23
Só Forró	Entretenimento Musical	4h	6	54
Ponto de Encontro	Entretenimento Musical	4h	15	38
As Melhores da Semana	Entretenimento Musical	4h	16	36
Brega Puro	Entretenimento Musical	4h	14	49

*O número refere-se à quantidade de comerciais publicitários dos programas, levando em consideração a repetição dos anúncios.

Fonte: Elaboração própria.

Verifica-se no quadro anterior (2) que mais da metade dos programas têm 4h de duração, 6 no total. Há 2 com 3h e outros 2 com 1h. Estes últimos, menores, são programas voltados ao jornalismo. Os demais, são dedicados ao entretenimento, especificamente ao do tipo musical. A programação musical frequentemente prevalece nas grades das empresas de rádio FM (Frequência Modulada), a “seleção do estilo musical e dos artistas a serem apresentados depende da proposta da emissora e do público que a rádio atinge” (FONSECA; SILVA; FONSECA, 2010, p. 4). O estilo forró é acentuatadamente o carro chefe da programação da rede, a própria história do grupo Somzoom Sat confunde-se com o desenvolvimento do forró eletrônico. Afinal, o surgimento da rede via satélite com conteúdo de forró, contendo cabeça de rede e emissoras afiliadas, ocorreu justamente com um fim: o de difundir e divulgar os produtos musicais do grupo. Esse sistema foi crucial para a longevidade e sucesso da Mastruz com Leite, principal banda do grupo Somzoom Sat.

No tocante aos anúncios veiculados, nota-se que os dois programas com mais inserções comerciais foram o Só Forró e Brega Puro: dois tradicionais programas da rede. No entanto, é perceptível também a disparidade entre ambos quanto à quantidade de intervalos: o primeiro com relação de 54 anúncios para 6 intervalos, média de 9 por intervalo; o segundo com 49 anúncios para 14 intervalos, média de 3,5 por intervalo. Com menor tempo na programação, os programas jornalísticos Jornal Alerta Geral e Expresso em Pauta também tiveram menos intervalos e inserções comerciais. Dentre os de entretenimento musical, o Café Expresso, mesmo com 3h de duração, teve a menor média de anúncio por intervalo, apenas 2,66.

Podemos elencar 33 anunciantes tiveram suas publicidades veiculadas nos programas aqui levantados, a saber: Jornal O Povo, Portal Ceará Agora, Sindônibus, Prefeitura Municipal de Fortaleza, Governo do Estado do Ceará, Governo Federal, Ministério Público Federal (MPF), Ministério Público do Estado do Ceará (MPE-CE), Força Nacional de Segurança Pública (FNSP), Hemoce, Fundação Demócrito Rocha (FDR), Assembleia Legislativa do Ceará (ALCE), Prefeitura Municipal de Quixeramobim, Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Associação Parceria Contra Drogas (APCD), Movimento do Ministério Público Democrático (MPD), Totolec Show, Cachaça Caninha do Engenho, Kukukaya Casa de Show, Colinas Club, Casa de Forró, Briquetes Mastruz com Leite, Gurgel Malhas, Mastruz com Leite contra a Dengue (institucional), Expresso em Pauta (institucional), Jornal Alerta Geral (institucional), Forró Móvel Somzoom, G Balões, Consulpam Consultoria, Fretar Logística, Acquamil, Seromo Cuecas e Nagata Jeans. É válido ressaltar que dentre os anunciantes há empresas que fazem parte do rol do grupo Somzoom Sat, como Gurgel Malhas, Briquetes Mastruz com Leite, Forró Móvel Somzoom e Casa de Forró – além das chamadas de programas da própria grade, como o Expresso em Pauta e Alerta Geral. De modo geral, os formatos predominantes dos anúncios são o *jingle*, *spot* e o *testemunhal*.

A dinâmica e os conteúdos dos programas são bastante semelhantes, muito embora apontem alguns traços particulares. A seguir, faremos alguns apontamentos sobre cada programa, com base na rádio-escuta realizada:

a) Jornal Alerta Geral (Jornalístico): é apresentado pelos jornalistas Luzenor de Oliveira e Beto Almeida, que diariamente apresentam notícias locais, nacionais e internacionais sobre diversos assuntos, como meio ambiente, economia, educação etc. Realizamos, todavia, a rádio-escuta da edição especial, que vai ao ar nos sábados.

Essa edição chamada Caminhos da Aposentadoria, com a participação do professor e advogado Paulo Bacelar, esclarece dúvidas e encaminha orientações sobre os processos de aposentadoria e os direitos previdenciários do cidadão, como seguro desemprego, direito à perícia entre outros. O programa divide-se em dois momentos: no primeiro, o especialista responde questionamentos enviados pelos ouvintes via internet (*WhatsApp*); noutro momento, responde as mensagens que são enviadas pelos ouvintes pelo telefone – essas mensagens, porém, são gravadas e posteriormente são inseridas no programa, como forma de dar um certo dinamismo. Percebeu-se que as mensagens gravadas por telefone foram mais utilizadas, ao todo 23 contra 19 enviadas em formato de texto. Nessa edição não houve participação ao vivo por telefone.

b) Expresso em Pauta (Jornalístico): é apresentado pela jornalista Kezya Diniz e Enivaldo Barbosa, no dia da observação teve a participação de Kilmer Campos com o quadro Giro no Esporte. O programa apresenta-se de forma descontraída e dinâmica, permitindo abertamente os comentários dos apresentadores sobre as notícias veiculadas. A maioria das notícias observadas, 9, eram de nível local, 2 nacionais e apenas 1 internacional. Já os temas foram saúde, policial, mobilidade urbana (trânsito), economia (combustível), política e esporte. O quadro Giro no Esporte enfatizou apenas a disputa do campeonato de futebol local, trazendo externas e sonoras com entrevistado. O quadro Assunto do Dia elege um fato e o destaca, dando um tratamento de reportagem – o aniversário da cidade de Fortaleza foi o escolhido neste dia observação. Há apenas um momento, em meados do programa, em que os apresentadores mandam alô para os ouvintes que interagem pela internet (*WhatsApp*). Nessa edição não houve participação ao vivo por telefone.

c) Só Forró 2ª edição (Entretenimento/Musical): a edição é apresentada por Jair Freitas, veiculada nas madrugadas, e dedica-se inteiramente à música. Na observação, contabilizamos 60 músicas, todas do estilo forró, conforme a proposta do programa. Pelo menos em 9 momentos o apresentador interagiu com os ouvintes que participavam pela internet (*WhatsApp*, principalmente), os saudando com alô. Mesmo com telefone disponível, não houve participação ao vivo. O apresentador pouco participava, as músicas e os vários intervalos regiam o programa. Pode-se considerar o horário (00h às 4h) como fator que contribui para essa dinâmica com muita música e pouca “interação” (interlocação).

d) Só Forró (Entretenimento/Musical): vai ao ar no fim da tarde e início da noite, é apresentado por Lobão de segunda a sexta-feira, e

nos sábados por Carlos Nassa. O Só Forró (essa edição) é um dos programas de maior sucesso da rede e um dos mais tradicionais. Entre todos os programas observados, foi o único em que os ouvintes interagiram, pedindo música, por telefone e ao vivo, 11 no total, além das mensagens pela internet (*WhatsApp*, principalmente). Em 7 oportunidades o apresentador dirigiu-se aos ouvintes com os alô. Na edição da madrugada, essa também se dedica ao forró, tocando 22 músicas, todas do estilo. O programa é também o que teve o maior número de inserções publicitárias, 54 para 6 intervalos. O apresentador consegue dinamizar bem a programação utilizando uma linguagem coloquial, descontraída, valendo-se da presença das pessoas que compõem a produção no estúdio, interagindo com elas e, algumas vezes, permitindo que se dirigissem aos ouvintes. Na etapa final, entra o quadro Lançamento do Dia, no qual o apresentador entrevista ao vivo, no estúdio, um cantor (solo ou de banda) contando as novidades e curiosidades, e claro a nova música de trabalho.

e) Café Expresso (Entretenimento/Musical): apresentado por Renilson Sousa, o programa inicia as manhãs da Expresso Somzoom Sat com uma programação musical e em parte informativa. A proposta do programa é mesclar música e informação, no entanto esta última pouco apareceu em nossa observação. Todas as músicas tocadas foram do estilo forró, 21 ao todo. Já o caráter informativo apresentou-se apenas em um momento, em formato de notas, sintetizando alguns fatos – documentamos apenas 4 notas, todas sobre acontecimentos locais. Foram 4 os momentos em que o apresentador interagiu com os ouvintes, por meio da internet (*WhatsApp*), valendo-se dos alô. Nessa edição não houve participação ao vivo por telefone.

f) Expresso da Manhã (Entretenimento/Musical): Fran Silveira, comanda o programa de forma descontraída e coloquial. O “amigão” é “um dos comunicadores mais renomados do rádio cearense e comanda uma das maiores audiências no horário” (EXPRESSO SOMZOOM SAT, 2014). O programa é predominantemente musical, mas foi dentre os do gênero aqui analisados o que mais dedicou tempo ao conteúdo informativo. Ao todo foram 3 seções com notas sobre acontecimentos locais (6) e nacionais (4), nos temas de segurança, política e mobilidade urbana. Já no final, os apresentadores do programa seguinte (Expresso em Pauta) entram ao vivo introduzindo os destaques daquela edição. Há, ainda, a participação ao vivo do jornalista Enivaldo Barbosa comentando os fatos da política, especificamente os que envolviam o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff. Quanto à programação, 59 músicas foram tocadas, sendo que o estilo sertanejo foi o predominante com 26

canções, enquanto o forró ficou com 18, o brega com 6, pagode 6, pop rock 2 e funk 1. A interação dos ouvintes aconteceu por meio da internet (*WhatsApp*): neste caso, o apresentador lia os comentários enviados pelos ouvintes e em 3 momentos diferentes mandava abraços. Havia ainda o Quem Canta Essa Música?, que consista na apresentação ao longo do programa de trechos da música, por meio dos quais os ouvintes teriam que adivinhar quem a cantava, enviando a resposta. Nessa edição, no entanto, não foi identificado o retorno dos ouvintes, ou seja, as respostas. Também não houve participação ao vivo por telefone.

g) Alto Astral (Entretenimento/Musical): o programa é apresentado por Karine Mitre, que além de locutora é cantora e já foi apresentadora de televisão. A apresentadora utiliza principalmente seu carisma e irreverência para com o público para conduzir o programa. No dia da nossa observação, o programa foi dividido em dois momentos: o primeiro com músicas de vários estilos, mas principalmente o forró seguido do sertanejo. Nessa primeira etapa, a apresentadora por dois momentos leu os comentários dos ouvintes nas suas redes sociais na internet (*WhatsApp* e *Facebook*) e retribuindo com alô, beijos e abraços; o segundo momento, metade do programa, é dedicado ao quadro Passando o Som. Nesse quadro, artistas e bandas tocam ao vivo no estúdio as músicas dos seus repertórios e atendendo perdidos dos ouvintes pela internet – a banda, na ocasião, a participar foi o Forró Boca a Boca. O diferencial do programa está em transmitir a apresentação dos artistas e bandas ao vivo pela internet, por meio do site (WebTV Somzoom) e do canal do grupo no *YouTube*. Há também os aspectos da produção, pois não é uma simples transmissão do estúdio da rádio, mas há a preparação de todo um espaço para acomodar por completo os instrumentos utilizados, além de painel de LED, jogo de iluminação, câmeras com alta qualidade de imagem. É, em resumo, um show ao vivo com som e imagem de qualidade aberto para qualquer pessoa com acesso à internet, de qualquer lugar.

h) Ponto de Encontro (Entretenimento/Musical): Mano Costa apresenta o programa considerado um dos pioneiros da rádio cearense quem apresenta a proposta de promover encontros entre pessoas. Com esse clima, são tocadas 53 músicas, com maioria no estilo forró, sertanejo, MPB e internacionais. A distribuição das músicas entre os estilos é bastante equitativa, o que predomina é o ritmo romântico, devido à temática do programa. Há também dois quadros: o Palavra Amiga da Noite, que traz uma mensagem de entusiasmo e reflexão pessoal, próximo da autoajuda; e o Cantinho da carta, no qual são apresentados os perfis de pessoas que pretendem, mediadas pelo rádio,

fazer novas amizades ou construir algum outro relacionamento mais sério. No dia da nossa observação, foram divulgados 8 perfis, entre homens e mulheres, todos do Ceará, da capital e outras cidades. Em alguns momentos, o apresentador mandava abraços para os ouvintes que interagem pela internet (*WhatsApp*). O programa em si é pouco dinâmico, com participação discreta do apresentador. Também não houve participação ao vivo por telefone.

i) *As Melhores da Semana (Entretenimento/Musical)*: apresentado por Jair Freitas, o programa reúne e toca as músicas que mais “saíram” durante a semana na programação. Na nossa observação foram contabilizadas 58 músicas, sendo 31 do estilo forró, 15 do sertanejo, 5 do pagode, 5 do pop rock, 1 de brega e 1 religiosa (católica). Em pelo menos 7 momentos o apresentador interagiu enviando alô para os ouvintes que participavam pela internet (*WhatsApp*). O programa basicamente se restringe à veiculação de conteúdo musical e alô, não há nenhuma participação mais efetiva e ao vivo do ouvinte.

j) *Brega Puro (Entretenimento/Musical)*: Cláudio Lima apresenta o programa que se dedica inteiramente ao estilo musical brega. A proposta é ser um programa para os “apaixonados de verdade, que guardam um amor muitas vezes desiludido no peito, com um repertório que traz músicas que tocam no fundo do coração” (EXPRESSO SOMZOOM SAT, 2014). A rítmica do programa segue o embalo das músicas bregas, o apresentador por diversas vezes tece comentários sobre temáticas relacionadas à vida amorosa, utilizando uma linguagem orientada pelo próprio imaginário do que seria ser brega, como os jargões corno e chifre para se referir à ideia de traição, por exemplo. Ao todo, 44 músicas foram ao ar no dia da nossa rádio-escuta do programa, todas no estilo brega. A interação do apresentador com os participantes aconteceu basicamente pela internet (*WhatsApp*), com 11 momentos de alô para os ouvintes.

Considerações finais

A partir dos resultados anteriores, verifica-se que a maior parte dos conteúdos veiculados na programação da Rede Somzoom Sat está relacionada ao gênero do entretenimento musical, especialmente do estilo forró. O radiojornalismo diário é absorvido pela programação feita para e pela música. Revisitando os quadros (1 e 2), constata-se que os programas de natureza informativa têm o menor tempo, apenas 1h, e só são veiculados no início da manhã e da tarde, ou seja, não há no início da noite ou final dela outro programa radiojornalístico – com

exceção para a Voz do Brasil, que é nacional. Embora alguns programas de entretenimento durante sua programação lancem notas informativas, acreditamos que seja em uma dimensão pequena e que pode, portanto, ser mais explorada. O forró, como vimos, é o estilo musical majoritário, apesar de ter sido menos tocado do que o sertanejo no programa Expresso da Manhã na data observada. O sistema de circulação de conteúdo de forró em rede via satélite foi pensado justamente para divulgar os produtos musicais do grupo Somzoom.

Outro ponto a se considerar é a utilização da internet, principalmente do *WhatsApp*, em detrimento a do telefonema. A utilização da internet viabiliza-se por dois pontos principais: menor custo e maior alcance e velocidade. De qualquer lugar do Estado do Ceará, do Brasil e do mundo as pessoas podem interagir pela internet, enviar mensagens, sejam de texto ou áudio e vídeo, com grande rapidez e inúmeras vezes. Tudo isso com custos reduzidos e, às vezes, gratuitamente – acessos por meio de redes abertas, como em alguns locais públicos, empresas privadas, etc. As possibilidades do uso da ligação telefônica tradicional, em relação ao uso da internet, são reduzidas. Os custos da ligação intraurbana (mesmo município) geralmente são mínimos, mas os valores aumentam para uma ligação interestadual, e mais ainda para ligações internacionais. Os conteúdos da Rede Somzoom Sat produzidos em sua maior parte na Expresso Somzoom Sat (104,3 FM) não circulam apenas nas ondas do rádio. Conforme exemplificado antes, estão presentes na internet não só em formato de áudio, mas também de vídeo. O programa Alto Astral, apresentado por Karine Mitre, é um exemplo; o quadro Passando o Som, no qual um artista ou banda se apresenta no estúdio, é transmitido ao vivo pela WebTV do grupo e pelo canal no *YouTube*. Há toda uma produção que prepara totalmente o novo cenário, que além de ter o som transmitido pelo rádio, tem a imagem captadas pelas câmeras e circuladas na internet.

O próprio desenvolvimento de um aplicativo, em 2013, para dispositivos móveis com sistema *Android* e *iOS* contempla a preocupação do grupo com a convergência dos meios. Até o início de 2015, segundo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), apenas 30% das emissoras tinham aplicativos de celular, cerca de 1.394 entre as 4,6 mil rádios até então existentes no Brasil. Outra pesquisa da Abert, de 2012, mostrou que 91,3% das rádios brasileiras têm sites e que 84,1% transmitem seus programas pela internet. Também revela que são cada vez mais utilizados recursos extras como exibição de imagens ao vivo do estúdio (*webcasting*) e

hospedagem de vídeos relacionados à emissora, além da venda de espaços publicitários nas páginas na rede. A Rede Somzoom Sat acompanha essa tendência, concentrando no seu site informações sobre a rede, como audiência, algumas emissoras afiliadas, produtos do grupo, conteúdos multimídia, além da transmissão do sinal de rádio pela internet – muito embora o site não seja atualizado com frequência, dificultando a busca por informações atuais sobre o grupo.

Referências

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. **Rádio aposta na internet e na convergência para crescer**. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/18480-radio-aposta-na-internet-e-na-convergencia-para-crescer>>. Acesso em: 01 mar. 2016.

_____. **Raio X da Radiodifusão Brasileira**. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/>>. Acesso em: 01 mar. 2016.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BAZI, Rogério E. Rodrigues. **TV Regional: trajetória e perspectivas**. Campinas: Alínea, 2001.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. **Rede Amazônica de Rádio e Televisão e seu processo de regionalização (1968 a 1998)**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, 2000.

_____. A regionalização da mídia televisiva brasileira. **XI Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional**, 2006, São Bernardo do Campo.

EXPRESSO Somzoom Sat. **Rádio**. Disponível em: <<http://www.somzoom.com.br/>>. Acessado em: 01 fev. 2016.

FONSECA, Nícolhas; SILVA, Gilson L. P.; FONSECA, Aurea E. dos S. **Informação e Entretenimento em Rádio FM: análise das Rotinas Produtivas do Programa Weekday Afternoon, da Rádio Life FM**. Revista Sonora, São Paulo, v. 3, n. 5, 2010, p. 1-11.

GARCÍA, Xosé López. **A prensa local e comarcal en Galicia**. Santiago de Compostela: Edicions Lea, 1992.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Somzoom Sat: do local ao global**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, 2005.

_____. **Mídia regional: indústria, mercado e cultura.** Natal: EdUFRN, 2010.

LIMA, Maria Érica de Oliveira; LOPES, John Willian. Rede Somzoom Sat: uma atualização da mídia regional (2005-2015). **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2015, Rio de Janeiro. São Paulo: Intercom, 2015.

MACIÁ MERCADÉ, Juan. *La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica.* In: RAMOS FERNÁNDEZ, Fernando. **Estudios de periodística V.** Facultad de Ciencias Sociales, Universidade de Vigo, Pontevedra, 1997. p. 45-67.

MARÇOLLA, Rosângela; OLIVEIRA, Roberto Reis. (Org.). **Estudos de mídia regional paulista.** São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

MERAYO PÉREZ, Arturo. **Estructura del proceso informativo radiofónico.** Madrid: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 2000.

RADIOS.com.br. **Rádios do Brasil.** Disponível em: <<http://www.radios.com.br>>. Acesso em: 15 abr. 2016.

SLAVIERO, Daniel Pimentel. **Regionalização da mídia.** Observatório de Imprensa, 2009. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/regionalizacao-da-midia>>. Acesso em: 15 abr. 2016.