

O PASSADO, O PRESENTE E O PRETÉRITO IMPERFEITO DA MÚSICA SERTANEJA

Brian Henrique de Assis Fuentes Requena

Este artigo tem como intuito apresentar as principais particularidades sociais da música sertaneja, conjugando assim o passado, o presente e o pretérito imperfeito do gênero. Em menos de duas décadas, a música sertaneja tem movimentado um mercado milionário na indústria do showbiz brasileiro, transformando-se em um império nacional. Paralelamente a isso, a modernização do gênero tem despertado a contestação daqueles que se autorreferenciam como defensores da tradição da música sertaneja. Portanto, um dos intuitos deste ensaio é abordar as configurações atuais desse debate histórico.

Introdução

O sucesso comercial da música sertaneja é um fenômeno sem-par na história social da música popular brasileira. Em 1929, o folclorista Cornélio Pires foi o responsável pela gravação das primeiras modas de viola em disco, e, de lá para cá, o gênero se modernizou e se adaptou aos ditames do mercado fonográfico brasileiro. Mais do que isso, a música sertaneja acompanhou as transformações sociais, econômicas, políticas e culturais da sociedade brasileira contemporânea. Do interior às capitais, dos subúrbios às megacidades de espetáculos, dos shows tradicionais às baladas pop, o Brasil se tornou sertanejo. Mas como a música sertaneja logrou esse êxito nacional? Eis o ponto de partida deste artigo. E, para isso, temos que apresentar

as principais particularidades sociais do gênero sertanejo. Então vamos lá.

Dos anos 1940 em diante, os artistas sertanejos têm adotado uma estratégia de mercado estruturalmente simples, embora muito funcional, para assegurar a hegemonia do gênero na indústria da música: o casamento entre a “tradição” da música sertaneja – o formato de duetos, o canto de dupla em terças, o uso predominante do violão, o bucolismo, os enredos sertanistas – e a “modernização” do gênero – os instrumentos eletrificados, as narrativas urbanas, os vestuários modernos, os espetáculos tecnológicos. E, concomitantemente a isso, graças à apropriação de ritmos estrangeiros no repertório, a música sertaneja pôde se ajustar às diretrizes impostas pela indústria

fonográfica de tempos em tempos. Nos anos 1940 e 1950, o gênero incorporou a rancheira mexicana, as harpas e guarânicas para-guiais e o bolero caribenho. Em 1960, foi a vez do rock'n'roll inspirado no modelo da Jovem Guarda. Entre os anos 1970 e 1980, foi o pop rock internacional. Na década de 1990, a febre do country norte-americano tomou conta dos subcircuitos culturais do gênero, como as festas do peão de boiadeiro e as feiras agropecuárias. A partir dos anos 2000, estilos como o folk, o pop, o rock, o hip-hop, o reggaeton e a balada eletrônica compõem o gênero sertanejo.

Na prática, sem tais atualizações, a música sertaneja não sobreviveria muito tempo. Em contrapartida, se o gênero abandonasse integralmente o universo sertanejo, como parte da bibliografia especializada no tema tanto apregoa, não haveria legado aos sertanejos. Trocando em miúdos, a música sertaneja se modernizou muitas vezes ao longo desses anos, mas não abriu mão inteiramente do seu passado, ainda que forjado. Parafraçando Ortiz (1989), eis a moderna tradição da música sertaneja. Trazendo o pretérito para o presente, o gênero sertanejo pôde reunir um grande público consumidor em um mesmo repertório. Conjugando a tradição da audiência clássica com a modernização da audiência urbana, a música sertaneja tomou as rédeas do mercado musical e se transformou em um império nacional. Olhando para o passado, sabemos como o gênero sertanejo se tornou um dos maiores fenômenos da música brasileira. Mas, olhando para o presente, como os sertanejos têm mantido o seu reinado? Trataremos disso a partir de agora.

O império da música sertaneja

Em meados dos anos 2000, a indústria fonográfica brasileira enfrentou o aumento da comercialização e da distribuição do mercado ilegal da música pirata. Simultaneamente ao colapso da discófilia, a expansão das tecnologias digitais mudaria definitivamente o acesso e o consumo musical. Gradualmente, as gravadoras aceitaram uma posição menos mandatária na administração da carreira dos músicos. No entanto, não se tornaram totalmente indispensáveis: elas ainda mantêm as credenciais de acesso aos meios de comunicação de massa, como o rádio e a televisão, que, por sua vez, são imprescindíveis para a consagração nacional. Em meio a isso, o sertanejo foi um dos gêneros precursores do formato acústico de gravação de DVDs e shows ao vivo. O formato se tornaria a galinha dos ovos de ouro da música sertaneja.

Hoje em dia, a rentabilidade econômica dos sertanejos depende quase que exclusivamente do faturamento das apresentações ao vivo, isto é, da venda dos ingressos e dos cachês pagos pelos contratantes. No quadro *Bem Sertanejo* (2014) do programa *Fantástico*, o produtor musical Marcos Miotto fez as contas: os dez principais artistas sertanejos fazem cerca de 180 shows anualmente. Os espetáculos atraem mais de 18 milhões de espectadores ao ano. Em média, cada apresentação custa R\$ 175 mil, ou seja, em um ano, somente os dez principais artistas do gênero movimentam mais de R\$ 315 milhões no mercado do showbiz. O DVD em si não é tão rentável, mas é usado como um chamariz para atrair milhares de espectadores aos estádios espalhados pelos quatro

cantos do país. Uma das modalidades de show ao vivo é a balada sertaneja. Em São Paulo, por exemplo, casas noturnas como a Wood's, na Vila Olímpia, e bares como Brook's, na Chácara Santo Antônio, se tornaram parte do reduto boêmio da capital paulistana. Pelo interior do Brasil afora, o agronegócio e seus subcircuitos culturais, como as festas do peão de boiadeiro e os festivais agropecuários, são os principais financiadores dos shows dos sertanejos. Quanto ao público consumidor de música sertaneja, o conhecemos ainda muito pouco. Segundo o levantamento *Tribos Musicais*, realizado pelo Ibope em 2013, os ouvintes de música sertaneja têm entre 25 e 34 anos, são predominantemente da classe C (52%), têm o diploma do ensino fundamental e estão majoritariamente no interior e nas capitais do Centro-Sul brasileiro. Em sua extensa pesquisa de campo, Requena (2016) assistiu aos shows de Victor & Leo e Fernando & Sorocaba em São Paulo. Para o autor, os sertanejos têm um público bem mais heterogêneo do que isso.

Em relação aos meios de comunicação, o rádio e a internet são os maiores responsáveis pela divulgação dos sertanejos na audiência nacional. Em 2017, por exemplo, das dez músicas mais tocadas nas emissoras radiofônicas, nove eram do gênero sertanejo. De acordo com a listagem da Crowley Broadcast Analysis, das cem músicas do ranking, 87 eram sertanejas. Segundo os dados da Kantar Ibope Media e da Crowley, a música sertaneja compôs 32% da audiência

radiofônica entre os meses de janeiro e julho de 2017, com mais de 41 bilhões de execuções nas rádios brasileiras. “Acordando o Prédio”, de Luan Santana, foi a música mais tocada de 2017. Outros artistas, como Jorge & Mateus, Victor & Leo, Fernando & Sorocaba, Marcos & Belutti, Henrique & Juliano, Zé Neto & Cristiano, João Neto & Frederico, Simone & Simaria, Maiara & Maraísa, Paula Fernandes e Marília Mendonça, estavam no topo do ranking 100 do ano passado.

Em 2018, a música sertaneja assegurou sua liderança nas rádios: das dez faixas mais tocadas, sete são desse gênero (74%).

Em 2018, a música sertaneja assegurou sua liderança nas rádios: das dez faixas mais tocadas, sete são desse gênero (74%). Já nas plataformas de streaming, o sertanejo tem dois gêneros concorrentes: o funk e o pop. No YouTube, o funk domina os principais lugares

da lista (55%). No ranking do Spotify, o sertanejo (40%) concorre com o pop (32%) e o funk (22%), conforme o monitoramento da Connectmix. E sobre o público consumidor de música digital? Setenta e cinco por cento dos usuários do YouTube e 70% dos ouvintes do Spotify têm menos de 34 anos. Por outro lado, entre os radiouvintes, apenas 50% compõem tal faixa etária, de acordo com os dados do Ibope de 2017. Das 50 músicas mais executadas no país em 2017, em plataformas como Apple Music, Deezer, Google Play, Napster e Spotify, 20 eram sertanejas, 40% ao todo, conforme o levantamento da empresa BMAT. Segundo o relatório da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, na sigla em inglês), a indústria fonográfica brasileira faturou mais de US\$ 295,8 milhões em 2017,

com 17,9% de crescimento, o maior índice em mais de uma década. Somos o maior mercado da música na América Latina e o nono no ranking mundial.

Nos últimos 18 anos, a música se transformou em um negócio milionário no Brasil. Não foi à toa que alguns sertanejos se tornaram empreendedores da música (REQUENA, 2016). Não obstante, o império sertanejo se estendeu ainda mais além. Em uma década, o gênero musical tomou a liderança das listas de arrecadação de direitos autorais. De acordo com o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad), a cantora Marília Mendonça é a artista da vez. Com mais de 300 fonogramas de sua autoria, foi a compositora com maior rendimento no setor de música ao vivo no ano de 2017. Fernando Fakri de Assis “Sorocaba” foi o líder do ranking em 2016, 2012 e 2011, e vice-líder em 2010 e 2009. Victor Chaves foi o compositor que mais arrecadou direitos autorais pelo Ecad entre 2008 e 2009.

Em um meio tão competitivo quanto o da música sertaneja, sobressaem-se aqueles que têm repertório estritamente autoral. E quem não tem? Em tais casos, é corriqueiro que um mesmo compositor seja o autor de dezenas de músicas aclamadas nas vozes de outros intérpretes. Geralmente, esses autores são anônimos ou desconhecidos do grande público, mas movimentam um mercado bem lucrativo de compra e venda de composições na música sertaneja. Depois do relâmpago do movimento universitário, que tanto atraiu a audiência jovem e urbana, alguns sertanejos têm apostado em enredos mais modernos, como a farra, as festas, as baladas, a bebedeira, a embriaguez

e os romances fortuitos, sem deixar de lado a “sofrência” clássica do gênero. Mas essa atualização do universo da música sertaneja não veio sem custos. O bucolismo não foi completamente extirpado, porém, concorre com o hedonismo e o individualismo. O violão em cordas de aço e o acordeom têm que competir com os instrumentos eletrificados. O investimento em tecnologia digital de ponta transformou os shows de música sertaneja em baladas eletrônicas. Consequentemente, tudo isso suscitou a contestação daqueles que se autorreferenciavam como defensores da música sertaneja tradicional, caipira, genuinamente de raiz. Na realidade, essa defesa de uma suposta autenticidade musical tem atravessado a história social do gênero (ALONSO, 2011). Então, temos que voltar ao passado da música sertaneja para entendê-lo no presente.

Sobre o universo sertanejo

Interpretar o passado da música sertaneja não é uma incumbência simples. Seguindo as pistas dadas por Bourdieu (2004), isso demanda muito exercício de reflexividade sociológica. Primeiramente porque a bibliografia sobre a música sertaneja é relativamente escassa – sendo ela caipira, sertaneja, de raiz, tradicional, moderna, romântica ou universitária. Quando existente, os autores dão depoimentos acusatórios, apoiados em argumentos normativos. Na maior parte das vezes, esse mal-estar consubstanciava um diagnóstico comum: música caipira não era sinônimo de música sertaneja – ainda que parte dos intelectuais e artistas aceitasse a primeira como legítima porta-voz do povo e a

segunda como simples produto comercial da indústria cultural.

Pensando nos termos de Williams (1979), a música caipira seria a música do povo – pura, popular, autêntica, de raiz – e a música sertaneja seria a música para o povo – deturpada, popularesca, alienada, sem raiz. Esse debate está presente na bibliografia especializada no tema dos anos 1970, 1980 e 1990, embora na literatura o bate-boca tenha se iniciado nas décadas de 1910 e 1920, com Monteiro Lobato e Cornélio Pires. A partir dos anos 2000, autores como Alonso (2011), Oliveira (2009) e Vilela (2011) têm contribuído significativamente para a revisão dessa discussão. Na atualidade, os músicos sertanejos são descendentes desse processo histórico de demarcação e, ao mesmo tempo, são os coautores dessa trama delimitadora. E assim, dialeticamente, esse legado da tradição da música sertaneja subsistiu ao processo de modernização do gênero. Ou seja, ainda que efabulado, o passado não foi abandonado inteiramente pelos sertanejos. Pelo contrário, o passado ainda está em disputa, pois estrategicamente é um selo legitimador.

Na história social recente da música sertaneja, o compositor mineiro Victor Chaves, do duo Victor & Leo, destaca-se como embaixador desse pretérito imperfeito. O compositor foi responsável por trazer à tona o bucolismo do sertão, sem abrir mão do seu próprio contexto musical. No auge do movimento universitário, a partir de 2007, ele contestou a “falta de originalidade” e

a “prostituição” da música sertaneja. Em contraposição a isso, o músico incorporou o sertão místico e o condão caipira em seu repertório. Victor também pedia a “resistência” do universo sertanejo. Para tanto, propôs parcerias musicais com Renato Teixeira, Almir Sater e outros ícones da MPB caipira dos anos 1980.

Não obstante, por unanimidade, o passado mais reverenciado pelos sertanejos é o sertanejo romântico dos anos 1990, ou seja, um passado mais ou menos presente. Nas apresentações dos “modões” de viola, por

exemplo, as modas sertanejas mais aclamadas são de Chitãozinho & Xororó, Leandro & Leonardo, João Paulo & Daniel e Zezé Di Camargo & Luciano. Por sua vez, os sertanejos dos anos 1990 são os padrinhos encarregados da “bênção” à carreira dos mús-

cos sertanejos contemporâneos. Já por volta dos anos 2000, os sertanejos denominados “universitários” dispensaram as benesses do passado e, assim, se arriscaram em um jogo de diferenciação estética em relação ao sertanejo romântico dos anos 1990. O relacionamento amoroso, melodramático e mal-acabado, ou seja, o enredo de fossa, foi substituído pelo enredo de farra. Essa atualização no universo temático da música sertaneja incomodou os sertanejos mais veteranos, como Zezé Di Camargo, e os recém-chegados, como Victor Chaves. Sem consenso estético, o sertanejo universitário se tornou apenas um subgênero da música sertaneja, não um movimento propriamente universitário.

O passado não foi abandonado inteiramente pelos sertanejos. Pelo contrário, o passado ainda está em disputa, pois estrategicamente é um selo legitimador.

Em meados dos anos 2000, o termo universitário foi somente uma estratégia de mercado da indústria fonográfica para a atualização da fachada da música sertaneja, tornando-a assim mais “moderna” para o seu público consumidor, e não um demarcador estético adotado pelos sertanejos. De acordo com Alonso (2011), tematicamente, o sertanejo universitário deu um giro de 180 graus em relação ao sertanejo romântico dos anos 1990. O autor até delimitou as três temáticas do “movimento” universitário: a poética do amor afirmativo, a poética da farra e a poética do “tô nem aí”. Na prática, essas três poéticas universitárias constituem uma só: a poética da farra. Mas, ainda assim, o enredo de farra dos universitários não arrebatou o universo temático da música sertaneja, tão somente o atualizou.

Nos últimos 18 anos, o romantismo clássico do gênero não foi abandonado pelos sertanejos. O melodrama rasgado do sertanejo romântico dos anos 1990 se transformou hoje em “sofrência”. E o bucolismo resistiu como “sertão místico”. Eis então as quatro estéticas temáticas que compõem o universo contemporâneo da música sertaneja: (1) a estética da farra, (2) a estética do romantismo, (3) a estética da “sofrência” e (4) a estética do bucolismo. Enfim, a cada atualização, a música sertaneja não renuncia ao seu passado, apenas o reconstitui, ajustando-o no presente. E assim, conjugando magistralmente o passado, o presente e esse pretérito imperfeito, a música sertaneja se tornou um império nacional. Se no imaginário intelectual o samba consagra-se como gênero musical nacional, o Brasil dos brasileiros é sertanejo. **obs**



Brian Henrique de Assis Fuentes Requena

É doutorando em sociologia pela Universidade de São Paulo (USP) e mestre em sociologia pela mesma universidade. Tem experiência na área de sociologia, com ênfase em sociologia da cultura e da ciência.

 **Referências**

ALONSO, Gustavo. *Cowboys do asfalto*: música sertaneja e modernização brasileira. Tese de doutorado em história. Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense (UFF), 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A profissão de sociólogo*. Petrópolis: Vozes, 2004.

OLIVEIRA, Allan de Paula. *Miguilim foi pra cidade ser cantor*: uma antropologia da música sertaneja. Tese de doutorado em antropologia. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), 2009.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1989.

REQUENA, Brian Henrique de Assis Fuentes. *A universidade do sertão*: o novo retrato cultural da música sertaneja. Tese de mestrado em sociologia. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2016.

VILELA, Ivan. *Cantando a própria história*. Tese de doutorado em psicologia. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2011.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo & literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

Programas de TV

BEM SERTANEJO. Michel Teló mostra negócio milionário que a música sertaneja movimentou. *Fantástico*, Rede Globo, 19 out. 2014.

Websites

BMAT Music Innovators: <<https://www.bmat.com>>.

Connectmix: <<https://www.connectmix.com>>.

Crowley Broadcast Analysis (Brasil): <<http://www.crowley.com.br>>.

Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad): <<http://www.ecad.org.br>>.

Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI): <<http://www.ifpi.org>>.

Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope): <<http://www.ibope.com.br>>.

Kantar Ibope Media: <<http://www.kantaribopemedia.com>>.