

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

JANAINA DE OLIVEIRA CAMPOS

**“BEBER, CURTIR, FARREAR”: A REPRESENTAÇÃO
DOS JOVENS NO SERTANEJO UNIVERSITÁRIO**

Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Viçosa- MG

2014

JANAINA DE OLIVEIRA CAMPOS

“BEBER, CURTIR, FARREAR”: A REPRESENTAÇÃO DOS JOVENS NO SERTANEJO UNIVERSITÁRIO

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social/
Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: M.e. Hideide Aparecida Gomes de Brito Torres

Viçosa- MG
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV
2014



Universidade Federal de Viçosa
Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social/Jornalismo

Monografia intitulada “*‘Beber, curtir, farrear’*: *A representação dos jovens no sertanejo universitário*”, de autoria da estudante *Janaina de Oliveira Campos*, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Professora M.e. Hideide Aparecida Gomes de Brito Torres – Orientador
Curso de Comunicação Social/ jornalismo – UFV

Professora M.e. Kátia de Lourdes Fraga
Curso de Comunicação Social/ jornalismo – UFV

Professor Dr.Rennan Lanna Martins Mafra
Departamento de Economia Rural

Viçosa, 10 de fevereiro de 2014

Agradecimentos

Agradeço primeiro a Deus pela vida e pela força para seguir a caminhada. Aos meus pais Teonílio e Elisandra, por terem feito o possível e o impossível para que eu me mantivesse firme no meu sonho. Ao meu irmão Mateus por todo apoio. Aos meus amigos, Luciana, Cristiane, Marcelle, Angélica, Rafael, Marcos, Érika e tantos outros que me alegraram e me apoiaram nos bons e maus momentos de Viçosa. Aos meus avós, tios, primos e demais familiares que, mesmo de longe, sempre estiveram na torcida pela minha conquista. Por fim, agradeço a todos os professores e profissionais que me emprestaram um pouquinho do seu conhecimento, em especial a professora Hideide Brito Torres e a jornalista Léa Medeiros. Esta conquista também é de vocês.

Epígrafe

*“Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma
gota de água no mar. Mas o mar seria menor se lhe faltasse
uma gota”.*
(Madre Teresa de Calcutá)

RESUMO

Este estudo é sobre a relação de consumo e a identificação dos jovens com a música sertaneja atual- o sertanejo universitário. Para isto, realizamos uma pesquisa teórica a respeito dos conceitos de identidade, representação e globalização e a partir de então estabelecemos a relação desses conceitos com a produção de música sertaneja. Traçamos um panorama histórico dos principais momentos do ritmo, ressaltando os sujeitos representados em cada uma de suas fases. Além disso, identificamos quais as temáticas são mais recorrentes nas músicas atuais e a partir disso, aplicamos o grupo focal com estudantes da Universidade Federal de Viçosa. A partir daí analisamos o consumo feito por estes jovens e o modo como eles se veem representados pelo estilo. Percebemos que, mesmo com divergências, os estudantes se sentem representados pelo sertanejo universitário.

PALAVRAS-CHAVE

Música sertaneja. Identidade. Representação. Consumo.

ABSTRACT

This study is about the relation between consumption and identification of young people with the current *sertanejo* – the *sertanejo universitário*. For this, we did a theoretical research about the concepts of identity, representations and globalization and thereafter establish the relation of this concepts with the *sertanejo* music production. We traced a historical overview of the moments of the rhythm, emphasizing the subjects that are represented in each phase. Besides, we identified which themes are more applicants in the today's songs and from that we applied a focus group with the students from *Universidade Federal de Viçosa*. Thenceforth, we analyzed the consume done by those young people and the way the see themselves represented by the musical style.

We realized that, even with differences, the students feel represented by *sertanejo universitário*.

KEY WORDS:

Música Sertaneja. Identity. Representation. Consumption.

Lista de quadros

Quadro 1- Categorias de análise	25
Quadro 2- Letras e iniciais correspondentes	33

Sumário

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1: MÚSICA SERTANEJA, IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO SOCIAL	10
1.1- Identidade e Representação Social- Breve Conceituação	10
1.1.1- Música e identidade no cenário atual	11
1.2-Do Caipira ao Universitário: as transformações sociais da música sertaneja	13
1.2.1- Música e representação: o contexto sertanejo.....	19
CAPÍTULO 2: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	21
2.1. As letras.....	21
2.1.1- Tá Namorando e Me querendo.....	21
2.1.2- Pantera cor-de-rosa	22
2.1.3- Vó, Tô estourado.....	23
2.2- As músicas e a representação.....	25
2.2.1- Representação da mulher	26
2.2.2- Representação da juventude urbana.....	28
2.2.3- Concepções de vida.....	29
2.3- O Grupo Focal	30
2.3.1- Grupo focal: um relato de experiência.....	31
CAPÍTULO 3: IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO DA JUVENTUDE NA VISÃO DOS ESTUDANTES DE VIÇOSA	36
3.1- Hábitos de consumo musical	36
3.2- As transformações da música sertaneja: “globalização, massificação ou banalização das relações”?.....	37
3.3- Representação jovem na música sertaneja: mulheres, dinheiro e bebida.....	40
3.3.1- Representação da mulher	41
3.3.2- Representação Jovem.....	42
3.3.3- Concepções de vida: de que valores estamos falando?	44
3.4- Percepções gerais da análise:	46
4- CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
APÊNDICES	56
ANEXOS	59

INTRODUÇÃO

Nasci na década de 1990, período em que o sertanejo romântico atingiu o seu auge, graças ao sucesso que os “amigos” do sertanejo alcançavam. Fui criada na zona rural e todos os dias, impreterivelmente às seis da manhã, meu pai ligava o rádio na cozinha e logo eu sentia o cheiro de café fresco no ar. Ouvíamos o programa “Nossa Terra, Nossas canções”, de uma das emissoras de rádio locais. Acho que as primeiras músicas que eu aprendi a cantar foram de Chitãozinho e Xororó, ou talvez de Leandro e Leonardo. Cresci internalizando a música sertaneja. É claro que em algum momento da vida, precisamente na adolescência, tentamos descobrir coisas novas, assim como foi minha relação com o pop *rock* ou mesmo com o *funk*. Mas o sertanejo nunca saiu de mim.

Quando cheguei a Viçosa, percebi que existia um lugar que o sertanejo fazia mais sucesso do que na roça, e fiquei feliz por ter algo com que me identificasse na cidade. Com o tempo, fui percebendo que o sertanejo estava se modificando, e aquele sertanejo que falava da vida no campo ou mesmo aquele que tratava do amor, estava perdendo espaço para algo mais jovem, mais ousado. Quando eu tive a oportunidade de escolher um assunto para o meu trabalho de conclusão de curso, pensei: por que não estudar as transformações que a música sertaneja viveu ao longo desses anos? E assim aconteceu. A partir dos motivos pessoais, buscamos em conceitos como identidade e representação o suporte teórico para a pesquisa.

Hoje a música sertaneja é um fenômeno que ultrapassou totalmente os limites urbano-rurais. Com melodias mais alegres e temas relacionados com a diversão, o sertanejo abriu mão do homem do campo para representar o jovem da cidade. Essas transformações deram origem a uma nova representação de sujeitos, deslocando a identidade local sertaneja para uma identidade plural. Pensando nisso, optamos por desenvolver uma pesquisa que abrangesse todas essas questões e abordasse o porquê das transformações.

O trabalho é composto por três momentos: no primeiro deles, estabelecemos os conceitos de identidade, representação social e como a globalização afeta as relações identitárias na sociedade atual, relacionando-a ao contexto musical. A partir disso, traçamos um panorama histórico dos principais momentos da música sertaneja e como a relação com a representação dos sujeitos se estabeleceu em cada período.

Já no segundo, desenvolvemos a metodologia do trabalho. Optamos por um grupo focal para perceber como os estudantes da Universidade Federal de Viçosa enxergam as transformações na música sertaneja e como se veem representados por esta. Paralelamente,

analisamos exemplos de músicas sertanejas presentes nas paradas de sucesso da internet para percebemos quais as principais temáticas abordadas e, partir daí, evidenciar como a representação dos sujeitos ocorre.

Por fim, no terceiro momento analisamos o conteúdo do grupo focal. É nesta parte que pudemos comparar como os fenômenos apontados no referencial teórico ocorrem no ambiente prático. A partir das considerações obtidas com o grupo focal, percebemos como a música sertaneja está inserida na sociedade contemporânea.

CAPÍTULO 1: MÚSICA SERTANEJA, IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO SOCIAL

A música é parte do ser humano, como fruto e, ao mesmo tempo, reflexo das mudanças no seu comportamento. Por meio da educação, cultura ou hábitos aos quais somos expostos, aprendemos determinados gostos musicais e adquirimos representações sociais do meio em que vivemos. Dessa forma, a música, enquanto meio de comunicação, assume papel de destaque nas relações sociais.

A música sertaneja, que se transformou e se reinventou ao longo de sua existência, cumpre o papel de representar relações sociais e afetivas, seja no campo ou na cidade. Nesta perspectiva, pretendemos, com este capítulo, fazer um breve levantamento histórico das temáticas abordadas e dos sujeitos representados nas letras do gênero e, a partir daí, discutir a sua importância na construção das identidades do indivíduo e suas representações.

1.1- Identidade e representação social - breve conceituação

Com as modificações da sociedade pós-moderna e, com ela, a fragmentação do mundo e dos indivíduos, várias e diferentes identidades culturais são estabelecidas (MORIGI, 2004). A identidade do indivíduo é formada por meio de símbolos, e é a partir da diferença que se estabelece, ou seja, algo que o indivíduo é, representa, ao mesmo tempo, o que ele não é (WOODWARD, 2000). A identidade é responsável pelo sentimento de pertencimento do indivíduo a grupos e comunidades, por meio de ideais, discursos, rituais ou práticas comuns. Um exemplo é a ideia de nação que, segundo Hall (2006), influencia diretamente na concepção de identidade individual.

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso — um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre "a nação", sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. (HALL, 2006, p. 13)

Assim, a produção de identidades e a produção de sentidos estão intimamente ligadas no processo de representação. Temos também que a cultura molda a identidade, partindo da ideia da possibilidade de escolha de uma entre diversas identidades disponíveis. Já a ideia de

representação inclui as práticas de significação e os processos simbólicos, através dos quais somos considerados sujeitos. Woodward (2000) explica que os processos de representação atuam tanto na construção de identidades individuais quanto das coletivas. “Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais eles podem falar” (WOODWARD, 2000. p. 17).

A identidade é relativa e mutável. Na sociedade atual, o processo de globalização tem sido grande responsável pelas transformações na identidade nacional. De acordo com Woodward, “a globalização envolve uma interação entre fatores econômicos e culturais, causando mudanças nos padrões de produção e consumo, as quais, por sua vez, produzem identidades novas e globalizadas” (WOODWARD, 2000. p. 20). Este processo produz diferentes resultados: por um lado, a homogeneidade cultural promovida pelo mercado global afasta a identidade das comunidades e da cultura local; por outro, há a possibilidade de fortalecer e reforçar algumas identidades locais e nacionais, levando ao surgimento de novas identidades (WOODWARD, 2000).

Estar-se-ia perante um paradoxo porque, à medida que os processos contemporâneos de globalização se intensificam e se alargam, envolvendo poderosíssimas dinâmicas de interligação e intercâmbio, de comunicação e difusão em termos mundiais, as identidades culturais diferenciadas, específicas, fragmentadas, ou mesmo marcadamente particularistas, em vez de se esbaterem ou desintegrarem, parecem tender a proliferar, a multiplicar-se e a acentuar-se. (COSTA, 2002, p. 15)

Nesse sentido, a produção cultural também é obrigada a transformar para atender às exigências desse público homogêneo. As relações identitárias com a produção musical serão melhor explicadas no próximo item.

1.1.1- Música e identidade no cenário atual

“A música é um espelho do próprio pensamento humano, porque ela se coloca no apogeu das descobertas e das invenções e possui uma relação com a subjetividade cognitiva.” (LIMA; OLIVEIRA, 2005, p. 21)

A citação acima traz a importância da música para o homem no seu papel social e na construção de suas identidades. A música está presente na humanidade como forma de comunicação, antes mesmo da fala propriamente dita. Estudiosos acreditam que a musicalidade já permeasse a vida dos primeiros povos antes até da descoberta do fogo, já que nos rituais, as passadas eram rítmicas, formando um som uniforme (SCHAEFFNER, 1958

apud SCHERER, 2010). Assim também, não é de hoje que a música influencia em nossas emoções, decisões e formas de ver o mundo.

No entanto, com as mudanças que vêm ocorrendo no mundo, tanto no âmbito social quanto no tecnológico, esse modo de expressão cultural humana tem se transformado, principalmente no que diz respeito às formas de consumo. Podemos citar, por exemplo, o fato de que no início do século XX, de acordo com Lima e Oliveira (2005), grande parte da população migrou para as cidades em virtude da industrialização. Isso fez com que o segmento da música fosse também industrializado, provocando nas pessoas um sentimento de acomodação em relação à produção cultural, no sentido de que “se existe quem produza, cabe a ‘mim’ apenas consumir”. Por outro lado, com a ascensão das tecnologias digitais no limiar do século XXI, como explicam os autores, houve um acesso mais democrático aos meios de produção.

As tecnologias digitais possibilitam novas formas de gravação, armazenamento e distribuição dos sons musicais. Essa oferta de recursos viabiliza o acesso de mais pessoas aos modos inovadores de produção, criação e gravação de música. A subjetividade do processo de produção musical mudou: criar e gravar músicas usando recursos digitais sofisticados tornou-se relativamente simples e comum. (LIMA; OLIVEIRA, 2005, p. 22)

Com a difusão das mídias digitais, o consumo musical extrapola a dicotomia do consumo em shows ao vivo e consumo nas grandes mídias (televisão, rádio e a própria indústria fonográfica). Como explicam os autores Janotti Jr. e Pires (2011, p. 10), “Consumir música nos dias de hoje é estar conectado a uma rede cultural”. Além disso, os artistas não precisam passar pela intermediação da indústria fonográfica para atingir ao público. Eles formam o seu público na internet, e este ajuda a disseminar o seu trabalho pela rede.

A partir deste modelo, emerge um novo cenário para formação de identidades culturais ligadas à música. Com o consumo global de produtos musicais, a nossa noção de identidade cultural se amplifica, extrapolando os limites do nosso local de nascimento e a própria língua nativa. (JANOTTI JR.; PIRES, 2011)

A música faz parte do processo de afirmações identitárias de cada indivíduo e também reflete diretamente sobre o local onde é produzida e consumida. Tal fato gera implicações sobre o desenvolvimento regional, bem como sobre identidades coletivas. Assim,

As identidades culturais ligadas ao mundo da música se confirmam nas negociações efetivadas entre afirmações cosmopolitas (conexão com gêneros musicais consumidos em distintos lugares do planeta e socializados através da internet) e a forma como essas mesmas expressões musicais (mesmo em versões locais ou gêneros regionalizados) se afirmam através de

apropriações culturais em diferentes espaços urbanos. (JANOTTI JR.; PIRES, 2011. p.11)

A globalização da música faz com que a sua produção seja engolida pela indústria cultural. O termo utilizado pelos autores Adorno e Horkheimer (2002) faz referência à produção cultural em série, visando a atingir as massas. Os autores reforçam a ideia de uma produção baseada em clichês, que aliena os consumidores por meio da estandardização dos produtos sem que os mesmos se deem conta. Nesse ritmo de produção, os principais beneficiados são, de acordo com Horkheimer e Adorno, as grandes produtoras.

Se a tendência social objetiva da época se encarna nas intenções subjetivas dos supremos dirigentes, são estes os que originalmente integram os setores mais potentes da indústria. Os monopólios culturais são, em confronto com eles, débeis e dependentes. Estes devem-se apressar em satisfazer os verdadeiros potentados, para que a sua esfera na sociedade de massa - cujo gênero particular de mercadoria tem já muito a ver com o liberalismo acolhedor e com os intelectuais judeus - não seja submetida a uma série de "limpezas" (HORKHEIMER; ADORNO, 2002. p. 170)

A indústria suprimiu a produção musical, transformando-a em um produto quase unificado.

A música popular massiva é, portanto, um produto proveniente da industrialização e mercantilização da cultura que atua com uma produção em série que tem como meta a busca pelo lucro. Ela é produzida para ser consumida pelo maior número de pessoas, assim como todos os produtos das indústrias culturais e, dentro desta lógica, a indústria fonográfica precisa de novidades constantemente para manter ativo o seu mercado. (VLADI, 2011. p. 72)

Tal fenômeno pode ser percebido na produção de música sertaneja. A música deixou suas características regionais e passou a atender às exigências do mercado nacional, se transformando em um estilo descaracterizado de qualquer ruralismo e sendo amplamente aceito por moradores das cidades.

1.2- Do Caipira ao Universitário: as transformações sociais da música sertaneja

Em meados do século XIX, com a chegada de imigrantes para as regiões Sul e Sudeste, inúmeras manifestações culturais ganharam força no Brasil. Ritmos como a congada,

a catira e o fandango deram origem à chamada música caipira, que estaria diretamente ligada à cultura rústica do homem do campo. Por muito tempo, esse fenômeno cultural, de certa forma, foi renegado pela sociedade, já que se tratava da representação de um segmento muito restrito. No início do século XX, o jornalista Cornélio Pires criou a Turma Caipira do Cornélio, que se apresentava profissionalmente na cidade de São Paulo, contando as histórias do campo. E, em 1926, o compositor Angelino de Oliveira compôs a clássica canção intitulada *Tristeza do Jeca*. (CALDAS, 1987)

A visibilidade da música caipira crescia e o sucesso da Turma do Cornélio também. Malvisto por muitos, Cornélio idealizou a gravação de um disco com os sucessos do grupo. No entanto, assim como explica Caldas, a boa vontade e o talento do jornalista não foram suficientes para agradar às gravadoras.

Um projeto considerado, na época, audacioso e sem propósito. Afinal, quem iria se interessar por um estilo musical praticamente desconhecido do grande público da capital? Além disso, aquela forma de cantar não teria, segundo os experts das gravadoras, a mínima chance de venda. (CALDAS, 1987, p. 38)

Apesar das tentativas frustradas, o jornalista insistiu e pagou para gravar o disco. Na capital, o público recebeu como um estilo a mais. Já no interior, a série de discos atingiu uma vendagem fora dos padrões para a época. A partir de então, a música caipira passou a ter visibilidade e a despertar o interesse de outros cantores. De acordo com Caldas (1987), essa iniciativa abriu as portas para muitas duplas e consolidou-se como um fenômeno não mais restrito às massas rurais, atingindo alguns segmentos urbanos. É neste período também que a música deixa de ser chamada de *caipira* para ser tratada como *música sertaneja*.

Durante a década de 1930, a música sertaneja sofreu seu primeiro grande *boom*. Inúmeras duplas sertanejas surgiam, fazendo com que o estilo ultrapassasse as fronteiras nacionais (BASTOS, 2009). Um dos grandes destaques do período foi a dupla Alvarenga e Ranchinho, que iniciou sua carreira artística no cinema, um percurso distinto de seus companheiros de estilo. Já na década de 1940, surge, de acordo com Caldas (1987), uma das duplas que seria a “melhor de todos os tempos” até aquele momento: Tônico e Tinoco. Conhecidos no início da carreira como Irmãos Peres, eles entraram no mundo da música por meio de um concurso de rádio, o que era muito comum na época. Com o grande sucesso da dupla, eles se mantiveram como ícones do rádio no Brasil durante muitos anos. Em 1977, porém, receosos com um possível desgaste da imagem e a decadência da música sertaneja em virtude da falta de espaço na mídia, os irmãos se engajam numa tentativa de mudar o visual,

representando a primeira grande mudança na imagem nos cantores sertanejos que, no fim, não chegou a dar certo.

A década de 1970 foi, sem dúvida, marcante para o sertanejo. Neste período, o Brasil passou por intensas transformações socioculturais, possibilitando o crescimento das cidades, o que refletiu diretamente na produção sertaneja da época.

Na década de 1970 o projeto urbano-industrial empreendido pelos governos populista e desenvolvimentista (Vargas e Kubistchek, respectivamente) estava consolidado. Cabe ressaltar que para segmentos sociais como o caipira, o Brasil dos “50 anos em 5” teve um custo muito elevado. (FARIA, 2010, p. 55)

Com esse grande crescimento econômico, houve um deslocamento da população rural para os grandes centros urbanos. A partir de então, a música sertaneja passou a ser feita pelos “filhos que renegaram os pais” (Nepomuceno *apud* Faria, 2010, p.56). De acordo com Faria (2010) estes seriam os filhos de camponeses que foram tentar a vida na cidade. Estes novos artistas produziram um estilo de sertanejo urbano, um produto a mais à disposição do público que já consumia o sertanejo de raiz. De acordo com Caldas, se constituía basicamente da população que migrou para as cidades.

Numericamente muito grande e de baixa escolaridade... em sua maioria agricultores, operários, empregadas domésticas, motoristas, vigias, pedreiros, enfim, grande parte da população realmente assalariada. Pode-se dizer que a música sertaneja é também “a música proletária”. Pelo menos em termos de consumo e não de discurso político. (CALDAS, 1987, p. 78)

A música sertaneja deixou em segundo plano as letras e acordes sofridos e os “causos” do homem do campo para aglutinar elementos do *country* norte-americano. Surgiram, assim, canções com arranjos de novos instrumentos, inclusive a guitarra elétrica. Vale lembrar que, como explica Faria (2010), a música caipira não deixou de ser produzida. Os cancioneiros do campo passaram a se apresentar em circos, principalmente em cidades pequenas, adicionando números de teatro à interpretação (FARIA, 2010).

Para Caldas (1987), o que houve no período foi uma inserção maior da indústria cultural na música sertaneja. As grandes gravadoras passaram a investir maciçamente nas duplas que despontavam na nova cena musical. Um dos destaques foi a dupla Leo Canhoto e Robertinho que, segundo o autor, conquistou grande visibilidade por conta de sua ousadia.

Esta dupla tinha planos bastante ousados. Muito bem assessorados nas transformações que pretendiam empreender à música sertaneja, Leo Canhoto e Robertinho criaram para si uma imagem extremamente complexa. Eles apostaram na figura do *cowboy* americano e, ao mesmo tempo, do jovem que absorveu toda modernidade do meio urbano-industrial. A ideia “pegou”

muito bem em termos comerciais. Tão bem, que logo outras gravadoras lançariam duplas de visual e comportamento semelhantes. (CALDAS, 1987. p. 71)

Outra dupla que fez grande sucesso na época foi Milionário e José Rico, com o LP *Estrada da Vida*, que lhes rendeu uma turnê internacional. Já com origem na Jovem Guarda, o cantor Sérgio Reis também teve grande destaque na música da década. Com um visual de vaqueiro e uma voz mais sutil, o cantor ganhou espaço entre as duplas de sucesso desse período. (BASTOS, 2009)

Nas décadas de 1980 e 1990, a música sertaneja atingiu o seu auge. A dupla paranaense Chitãozinho e Xororó, que iniciou a carreira na década anterior, despontou como grande ícone da música sertaneja do período. A música *Fio de Cabelo* revolucionou o modo de fazer sertanejo da época, inaugurando a vertente pop do ritmo, também conhecida como “música romântica”. De acordo com Bastos (2009), após o lançamento do disco *Somos apaixonados*, que vendeu mais de um milhão e meio de cópias, a dupla se firmou no mercado da música e, pouco tempo depois, já contava com uma estrutura sólida e banda consolidada. De acordo com Nepomuceno (1999), os paranaenses refletiam o sucesso do *agribusiness* no Brasil. Com estilo *country*, que adotava fivelas e chapéus para se apresentar, os shows da dupla embalavam as feiras e exposições agropecuárias e lotavam os shows realizados em rodeios.

Inspirada em Chitãozinho e Xororó, a dupla Leandro e Leonardo se lançou na mídia no ano de 1989, com a música *Tapas e Beijos*. Já no início dos anos 90, assim como traz Nepomuceno (1999), surgia uma dupla ainda mais ousada, que se apresentava sem instrumentos e arriscava passos de dança: Zezé di Camargo e Luciano, com o sucesso *É o amor*. Nesta mesma época, outras inúmeras duplas despontavam na cena musical e, com isso, crescia também o prestígio dos cantores, que incluía desde aparições constantes em programas de televisão, apresentações em rodeios e até almoço com o presidente da república (referência aos convites constantes feitos pelo presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, cf. BASTOS, 2009)

As mudanças ocorridas na música sertaneja neste período refletem diretamente a sociedade da época, assim como explica Faria.

A música sertaneja consolidou o distanciamento total em relação ao mundo rural, cuja única referência era os cintos de fivelão e as botas de couro ou os coletes com franjas ou chapéus de cowboys. O sertanejo cumpria seu duplo papel: de música descartável cujo lugar era ocupado pelo novo sucesso e de ocupar o lugar da música caipira para a geração migrante que se converteu de rural em urbana e seus filhos. (FARIA, 2010, p. 68)

Caminhando para os anos 2000, este estilo sertanejo com um toque romântico passou a dividir espaço com o axé e com o *funk* carioca. Para acompanhar as tendências da nova juventude, o sertanejo se submeteu a mais uma transformação: a partir de então, esse novo ritmo incorporou traços de outros estilos musicais, como o *rock*, o *funk* e o axé, distanciando-se de vez da música caipira. Assim como nos traz Polyana Faria (2010), os sertanejos estavam receosos pela perda de público e a falta de identificação com os jovens poderia apresentar uma ameaça. Dessa forma se inicia uma nova fase: o sertanejo universitário. O novo estilo ganhou esse nome por ser consumido em grande parte por universitários e o público jovem em geral. De acordo com Faria, na prática, esse estilo, do ponto de vista mercadológico, pouco se diferencia do sertanejo anterior: “Substancialmente, não há grandes mudanças do sertanejo universitário para o sertanejo. Pode-se considerar que ao ser adotada pela grande indústria das massas, a música sertaneja universitária ratificou e aprofundou a condição de mercadoria das músicas sertanejas.” (FARIA, 2010, p. 67)

O nome de sertanejo universitário foi usado pela primeira vez com a dupla Cesar Menotti e Fabiano, em 2004 (BASTOS, 2009; FARIA, 2010). A dupla se popularizou entre os universitários e fez grande sucesso. Nessa fase, as duplas que surgiam distribuíam CDs e cortesias para os shows a fim de levar universitários menos ligados ao mundo agrário aos shows. Graças a tais atitudes o ritmo se popularizou entre os jovens e excluiu de vez o estereotipo de música antiquada. A partir desse período, cada vez mais duplas se inseriam no mercado da música sertaneja, adotando o estilo mais dançante. Bastos (2009) cita a dupla Jorge e Mateus, que lançou um projeto denominado “Jorge e Mateus Elétrico”, deixando-nos clara a intenção dos novos sertanejos em fazer associações a vários estilos musicais.

O sertanejo universitário, assim como fez o sertanejo romântico, abandonou de vez a temática ruralista, adotando os relacionamentos afetivos como temática principal, porém, como afirmam as autoras Maurer e Muniz (2012), em outro nível: poligamia, traição e desejo.

A temática de suas letras instiga o interlocutor a um espaço discursivo do amor, das dores, da traição, do desejo. É um tipo de música que não leva a uma reflexão do nosso papel social, porém inspira o que fica em segundo plano numa sociedade submetida à coação do capitalismo: o sentimento. (MAURER; MUNIZ, 2012, p. 5)

Já para Faria, essa mudança das letras traz a tona uma discussão sobre a atual situação da cultura brasileira:

De fato, pode-se dizer que o repertório do sertanejo universitário reflete as mudanças que vêm ocorrendo na sociedade brasileira na última década, o escamoteamento da cultura tradicional resultante da inserção do país num contexto de globalização, marcado pelo aprofundamento da

internacionalização do capitalismo, acompanhada pelo desenraizamento e mercantilização da cultura (FARIA, 2010, p. 66).

Ao contrário de Leandro e Leonardo ou Zezé di Camargo e Luciano, que mantiveram seus sucessos *É por você que eu canto* e *É o amor*, respectivamente, durante meses, o sucesso das músicas sertanejas atuais é volátil. Com a disseminação de vídeos em canais do YouTube e os compartilhamentos nas redes sociais, é comum as músicas sertanejas estourarem de maneira assustadora e pouco tempo depois caírem no esquecimento. No entanto, músicas como “Ai se eu te pego”, interpretada por Michel Teló, mesmo saindo das paradas de sucesso brasileiras depois de alguns meses, ficou conhecida no mundo inteiro, possibilitando que o cantor realizasse diversas turnês internacionais. Além de Michel, cantores como Gustavo Lima, Luan Santana, Cristiano Araújo e duplas como Munhoz e Mariano e João Neto e Frederico estão constantemente entre os artistas mais ouvidos e estão sempre na mídia com um trabalho novo.

Outro ponto que se deve levantar é sobre a estrutura das letras. Com a grande escala de produção à qual os artistas estão submetidos, é comum letras cada vez mais curtas em que o refrão é repetido diversas vezes, a fim de “grudar” na cabeça dos ouvintes. (FARIA, 2010). É muito frequente também a incorporação de novos ritmos, como recentemente a utilização do “arrocha”, ritmo paraense que trouxe de volta a sanfona para as melodias das canções, deixando-as mais dançantes e mais atrativas para o público jovem.

Hoje em dia, os jovens não sentem mais vergonha em dizer que gostam de sertanejo e um dos grandes responsáveis por isso ainda é a mídia de massa, já que programas como “Domingão do Faustão”, da Rede Globo, “Eliana”, do SBT, e “Melhor do Brasil”, da Rede Record, ainda representam portas de entrada para o sucesso das músicas e dos intérpretes. Logo, por se tratar de uma cultura das grandes massas, existe a identificação dos jovens com seus valores, costumes e vestimentas. Isso porque, hoje em dia, o estilo dos artistas, de acordo com Amaral e Kehil, se assemelha a grandes ídolos internacionais.

O sertanejo universitário posiciona os cantores em um nível de pop stars internacionais como Justin Bieber, por exemplo, utilizando marcas e roupas como tênis, tatuagens, cabelos arrepiados, jeans e camisa xadrez – visual anteriormente adotado pelo *rock* – endereça ar mais pop e despojado a esse gênero. (AMARAL; KEHIL, 2013 p. 5)

Vale ressaltar que apesar do sucesso absoluto do novo estilo sertanejo, cantores da segunda geração ainda se mantêm na mídia com trabalhos repaginados. É o caso de Zezé di Camargo e Luciano, com o sucesso “Eu tô na pista, tô solteiro”, que trata dos relacionamentos

de uma maneira semelhante aos novatos. Os veteranos Chitãozinho e Xororó completaram 40 anos de carreira em 2013, com o lançamento de um DVD comemorativo que alcançou grande admiração do público e altos índices de vendagem. Além disso, é comum ver outros nomes como Leonardo ou Daniel (ambos em carreira solo em razão do falecimento dos parceiros) figurarem entre as músicas mais tocadas do ano. Já Jorge e Mateus, que surgiu durante o período do sertanejo universitário, adota um estilo mais romântico e consegue manter suas canções entre as mais tocadas do país durante boa parte do ano. Isso demonstra que, apesar do sertanejo universitário ter esta grande visibilidade e aceitação, ele ainda não conseguiu substituir as influências da segunda geração.

1.2.1- Música e representação: o contexto sertanejo

As influências sociais da música no processo das representações sociais servem como meio para estabelecer ligações e conexões significativas com as quais nos relacionamos e interagimos uns com os outros. Morigi (2002) sustenta que as representações sociais estão assentadas em valores e princípios morais nos quais a sociedade, os grupos e os indivíduos se guiam para construir e reconstruir os sentidos de suas ações. Dessa forma, a música representa uma importante ferramenta para a consolidação desses valores, uma vez que transforma e ressignifica as emoções pessoais. (MORIGI, 2002).

A música sertaneja representou por muito tempo a preservação da memória do homem do campo. Nos casos contados, os “cantadores” exprimiam toda a emotividade narrando as vitórias, os medos e os desafios de viver no campo. Com o passar do tempo, o sujeito representado foi, aos poucos, perdendo o espaço para o homem da cidade. Hoje em dia, a música sertaneja contempla a representação do jovem, principalmente o universitário, que sequer tem alguma ligação com o meio rural.

Devido à grande exposição dos cantores sertanejos na mídia de massa em geral, é inevitável que eles se tornem uma espécie de modelo a ser seguido pelos consumidores. Atualmente é muito comum que as canções sertanejas, a exemplo do *funk* paulista, ostentem um determinado estilo de vida, em que carros, bebidas famosas e grande quantidade de mulheres figuram como essenciais para uma aceitação por parte da sociedade.

Os intérpretes, de uma forma geral, exercem forte influência sobre a sociedade. Tomemos como o exemplo o caso da ostentação da riqueza: se o cantor, que é famoso, se veste bem e está na mídia, diz que para conseguir mulheres, amigos e prestígio social precisou

comprar um carro importado. Essa situação gera no receptor um sentimento de fracasso ou, em outra situação, a motivação para que este trabalhe e consiga comprar um veículo para conquistar o tal prestígio, criando uma falsa ideia de felicidade.

Além disso, o estilo em si dos cantores mudou muito nos últimos anos. Até o fim da década de 1990, era comum os cantores sertanejos se apresentarem com trajes que lembravam os *cowboys* norte-americanos e os vaqueiros do Brasil. Com essa mudança para o sertanejo universitário, conforme Amaral e Kehl (2013), não há mais distinção entre os cantores sertanejos e os demais astros da música. Isso pode ser percebido pelas roupas de grandes marcas internacionais, abandono das botas e da fivela típica no cinto, além de cortes de cabelo característicos, que pode ser considerada a característica mais determinante deste novo estilo sertanejo, visto que todos os cantores adotam o mesmo corte de cabelo. Tal fato, ao chegar ao público consumidor, cria uma identificação e sentimento de pertencimento a esta classe.

No que diz respeito à representação das mulheres, o sertanejo universitário representa uma situação de dominação masculina sobre a mulher (ARAÚJO, 2013). Isso porque a grande maioria dos intérpretes da música sertaneja são homens e, muitas vezes, trazem consigo concepções de uma sociedade patriarcal. De acordo com Araújo (2013), enquanto a mulher é representada como submissa e objeto de desejo sexual, quando não representada também como interesseira (visto que algumas vezes gosta de homens que possuem carros ou que pagam a conta das baladas), o homem é representado como ser esperto, viril e conquistador.

De uma maneira geral, percebe-se que o sertanejo, hoje, mais do que manifestação cultural, carrega consigo múltiplas representações da sociedade à qual está inserido, sendo, portanto, fundamental para a construção da identidade brasileira. Essas temáticas serão melhor exploradas nos capítulos seguintes.

CAPÍTULO 2: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A proposta desse trabalho é realizar a análise em duas partes: em um primeiro momento, será feita uma análise simples a partir do conteúdo de letras de músicas sertaneja. Posteriormente, e em uma dimensão mais aprofundada, aplicaremos a metodologia do grupo focal para entender como se dá a identificação dos jovens com o estilo sertanejo. Vale ressaltar que as letras analisadas foram apresentadas aos participantes do grupo focal como forma de suscitar o debate.

2.1. As letras

Para esta análise, foram selecionadas três letras de música sertaneja que estão nos rankings nacionais de reprodução. Para isso, consultamos o canal Kboing, o portal UOL, o site Top Sertanejo, o canal de vídeos Youtube e demais listas de músicas mais tocadas da internet. A escolha seguiu também alguns critérios: além de estar presente nas listas citadas, observamos quantas vezes o vídeo oficial (aquele produzido pela gravadora) foi reproduzido, sendo que as músicas escolhidas, até a presente data, foram reproduzidas cerca de seis milhões de vezes cada uma. Além disso, a música teria que ser encaixada no estilo universitário.

As canções selecionadas foram: *Tá namorando e me querendo* (composição de Thales Lessa e Márcia Araújo, interpretada por Henrique e Juliano); *Pantera cor-de-rosa* (composição de Mariano, Guto Göller, Gui Bertoldo e Leko, interpretada pela dupla Munhoz e Mariano); *Vó, tô estourado* (de composição de João Victor, Jack e Caio, interpretada por Israel Novaes).

A seguir, as letras escolhidas e uma breve contextualização sobre a carreira dos intérpretes.

2.1.1- Tá Namorando e Me querendo

Pra que foi se envolver com alguém

Se todo mundo ainda sabe que você me ama?

*Tá escrito no seu olhar, tentando disfarçar
Mas quando vai dormir, me chama*

*Vou dizer que não fiquei surpreso
Quando mandou sua amiga
Me dar seu telefone na balada aquele dia
Agora é minha vez de dar o troco em você
Vou telefonar pra te dizer*

*Será que eu que sou bandido
Mentiroso e mulherengo?
Olha pra você, tá namorando e me querendo*

*Tô ligando pra você, mas não é pra te pegar
É pra te dizer, assim não vai rolar*

Henrique e Juliano são uma jovem dupla do Tocantins que, no início da carreira, cantava Mamonas Assassinas. Ao entrar no cenário sertanejo, foram muito influenciados, segundo a biografia dos cantores, pela dupla João Paulo e Daniel. Hoje em dia essa dupla é apadrinhada pelos cantores João Neto e Frederico, com quem gravaram a música *Não tô valendo nada*, no ano de 2012, trazendo grande visibilidade para os meninos tocantinenses.¹

2.1.2- Pantera cor-de-rosa

*Toda produzida, jeitinho de santinha
Ela saiu de casa doida pra perder a linha
Me chama pra dançar, eu não tô aguentando
Ela tá provocando o Munhoz e o Mariano*

*Sabe se vestir do jeito que o homem gosta
Vestido apertadinho da pantera cor-de-rosa
Pra que?*

¹ Texto baseado na biografia da dupla disponível no site: <<http://www.henriqueejuliano.com.br/>>

Pada padapadapada

Pada padapadapada

Pra dar o que falar

Pada padapadapada

Pada padapadapada

Pra dar o que falar

Não importa se é preto

Branco, verde ou cor-de-rosa

Se for apertadinho pode pôr, que o pai gosta.

A dupla Munhoz e Mariano chegou à mídia por meio de um concurso televisivo da Rede Globo, o Garagem do Faustão, que foi ao ar no programa deste apresentador no ano de 2010. Vencedores, eles puderam mostrar ao grande público o seu trabalho que havia se iniciado no ano de 2009, quando a dupla gravou seu primeiro CD. Já em 2012, a dupla lançou o seu maior sucesso, a música *Camaro Amarelo*, que atingiu cerca de 37 milhões de visualizações no canal do YouTube. O sucesso foi tão notável que, de acordo com o texto disponibilizado no site dos cantores, o portal Billboard chegou a destacar o fenômeno brasileiro como um dos destaques da música sertaneja brasileira, sendo ouvido em 192 países².

A música tratada nesta análise é um trabalho ainda recente, porém com altos índices de visualizações na internet. Esta composição usa traços como personagens e a própria sonoridade do filme “Pantera Cor-de-rosa”, originalmente produzido em 1963, pelo diretor Blake Edward.

2.1.3- Vó, Tô estourado

Alô vó? Tô estourado

Vó, tô estourado

Vó, tô estourado

² Texto baseado na biografia da dupla disponível no site: <<http://www.munhozemariano.com.br/#biografia>>

É mulherada, eu tô largado

Vó, tô estourado

Vó, tô estourado

Vó, tô estourado

E meu avô é o culpado

Quem me teve foi minha mãe

Quem me criou foi minha vó

Ela não me deixou só

Desde pequeno eu ouvi ela falar

Meu filho estude para um dia se formar

Já dizia o meu vô, o contrário da minha vó

Meu filho, faça o que é melhor

Escute agora o conselho que eu vou lhe dar

Não tem nada no mundo melhor do que farrear

18 anos, não queria nem saber

Só beber, curtir, farrear

E quando eu chego

Logo eu boto é pra torar

Eu vou descendo a caixa de OldParr

Fim de semana, fazer o quê?

Beber, curtir, farrear

E minha vó todo tempo a me ligar

Eu tava na zueira, não dava pra escutar

Alô vó? Tô estourado

Vó, tô estourado

Vó, tô estourado

É mulherada, eu tô largado

Vó, tô estourado

Vó, tô estourado

Vó, tô estourado

E meu avô é o culpado

Israel Novaes atualmente tem 22 anos e nasceu na cidade de Breves, no Pará. Aos 18 anos, saiu para fazer faculdade de direito, no entanto, o gosto pela música fez com que ele abandonasse a vida acadêmica para se dedicar ao estilo sertanejo. Israel ficou conhecido depois do estouro da música *Vem ni mim dodgeram*, com participação do cantor Gustavo Lima. Após isso, o jovem paraense foi chamado de “o cara do arrocha”, já que mesclou o sertanejo aos traços da cultura local de seu estado.³

2.2- As músicas e a representação

As músicas apresentadas foram escolhidas por conter determinados traços recorrentes na música sertaneja e que trazem a questão da representação ao centro da discussão.

Para sistematizar a análise do conteúdo das canções, criamos três categorias de análise presentes, em certa medida, em todas as canções. São elas: representação da mulher, representação da juventude e concepção de vida.

O quadro a seguir sintetiza tais categorias.

Categoria de análise	Itens presentes
Representação da mulher	Vestuário, sexualidade, comportamento, relação com bebidas, submissão.
Representação dos jovens	Bebidas, sexo, estudos, festas, relação com os pais, ambiente urbano, negação ou apagamento das origens rurais.
Concepções da vida	Volatilidade dos sentimentos, efemeridade, necessidade de pertencimento a um grupo social, ausência de preocupação com o futuro.

Quadro 1

³ Texto baseado em informações contidas no site: <<http://visaoregional.com.br/2013/05/29/conheca-um-pouco-da-historia-do-cantor-israel-novaes/>> acessado em 10 de dezembro de 2013.

2.2.1- Representação da mulher

A presença da figura feminina é muito forte em vários estilos musicais. No estilo sertanejo, ela permeia, de várias formas, a maioria das composições. Isso ocorre, de acordo com Lioto (2012), devido ao fato de os intérpretes da música sertaneja serem, majoritariamente, do sexo masculino. De acordo com essa autora, as mulheres nas canções são passivas e submissas e geralmente não reagem a esta situação. Lioto ressalta também que essa representação feminina está sempre ligada ao consumo de álcool, quando não associa a imagem da mulher tratada na música às garotas-propagandas dos comerciais de cerveja, devido à sua beleza e à exposição do corpo (LIOTO, 2012).

Nas letras analisadas, a figura da mulher se apresenta de diversos sentidos e carregando em si múltiplos discursos que são frequentes na sociedade contemporânea. A representação feminina, sob o viés da sexualidade, ocorre de maneira muito perceptível nas canções. Na letra da canção *Pantera Cor-de-Rosa*, a sexualidade é explícita em todo seu conteúdo.

Diferente da história do filme, a canção trata do comportamento feminino nos dias atuais. A letra já se inicia com a frase “toda produzida”, que remete ao fato da mulher se arrumar bem antes de sair de casa. Em seguida, a letra já nos traz a suposta intenção da mulher retratada: “ela saiu de casa doida pra perder a linha”, em que perder a linha significa abusar da diversão e passar dos limites na “balada”, tudo isso, segundo o enunciador, para provocar a dupla. Essa mulher apresentada subverte seu papel social de castidade ou discrição. No entanto, esse modo de se vestir supostamente agrada aos homens.

Ao falar do tipo de vestido que a mulher usa, ele introduz uma pergunta que suscita toda a polêmica da canção: “Pra quê?”. A resposta para esta pergunta não vem em seguida, visto que a expressão utilizada imediatamente, o “Pada”, além de fazer referência à sonoridade empregada no filme, na linguagem popular o ruído provocado por tal expressão remete ao termo “Para dar”, ligada ao ato sexual feminino. No entanto, o equívoco é desfeito quando se completa a frase, atribuindo sentido à expressão: “Para dar o que falar”. Vale ressaltar que, ao ler a letra da canção, essa ambiguidade não fica clara, sendo preciso ouvi-la para ter tal interpretação.

Reforça-se o papel sexista e mercadológico da mulher. Ao mesmo tempo em que esta é criticada por assumir um protagonismo sexual, esse posicionamento não é visto pelo homem como de emancipação, mas de submissão e subserviência, pois ela o faz para atender a uma suposta necessidade masculina: “Não importa se é preto, branco, verde ou cor-de-rosa. Se for apertadinho pode pôr, que o pai gosta”.

Já na canção *Tá namorando e me querendo*, também há uma crítica explícita ao comportamento feminino no que diz respeito à sexualidade. Nessa canção, a representação da mulher se dá no contexto de traição, utilizando um recurso da retórica: fazer uma pergunta para a qual não se exige uma resposta, mas que provoca uma reação no interlocutor e ajuda no processo da argumentação do restante da canção: “Será que eu que sou bandido, mentiroso e mulherengo?” Desta forma, a responsabilização pelo eventual fracasso do relacionamento é direcionada à mulher. Fica clara a intenção de creditar a ela, que agora tem liberdade o suficiente para tomar iniciativas, o papel de vilã, que deseja um ato de traição.

Outro ponto que nos chama a atenção na letra citada é o fato de o homem se colocar numa relação de superioridade, como que estando fora do alcance. No trecho “Tô ligando pra você, mas não é pra te pegar/ É pra te dizer, assim não vai rolar”, o enunciador se propõe como um homem correto que, como a mulher demonstra um suposto mau comportamento, se coloca no direito de rejeitar a relação. Tal situação demonstra uma submissão da mulher em relação ao homem, perfeitamente exemplificada pelas expressões “todo mundo sabe que me ama” e “quando vai dormir me chama”.

Por fim, na canção *Vó, tô estourado*, entram em cena duas figuras femininas: a da mãe que não criou o filho e da avó que o criou e educou. No entanto, apesar de não ficar clara esta intenção na música, fica implícita (levando-se em conta as temáticas abordadas na música sertaneja atual) que a mãe pode não ter tido um comportamento padrão e por algum motivo não justificado na canção, abandonou o filho. Por outro lado, a avó surge como figura moralista, que tenta educar o neto da melhor forma possível, missão esta que não obteve sucesso, já que o avô, assumindo a figura paterna, ensina-o a aproveitar a vida. Assim, a figura da mulher, no caso a avó, assume uma representação de figura antiquada. Vale lembrar que, apesar dessa possível impressão, o enunciador valoriza o carinho dado pela avó por tê-lo criado, como representado no trecho: “ela não me deixou só”.

Com relação à exploração da sexualidade feminina, a canção traz de maneira sutil. A única referência ao comportamento feminino na canção refere-se ao fato de que, ao alcançar sucesso e fama, o personagem da música poderia ter várias mulheres. Isso pode ser visto nas frases: “vó, tô estourado, é mulherada, eu tô largado”.

A crítica nesse trecho é atribuída ao fato de que o enunciador considera que as mulheres se interessam por dinheiro e fama. Sendo assim, ao conseguir esses dois elementos, a mulher passa a ser vista como um troféu, pois, munido de dinheiro e fama, automaticamente ele teria todas as mulheres que desejasse.

2.2.2- Representação da juventude urbana

Ao contrário do sertanejo das décadas passadas, o sertanejo universitário representa essencialmente o jovem urbano. Quando muito, trata do filho do fazendeiro com boa situação financeira que foi viver na cidade, geralmente para estudar. Para Lioto (2012), as músicas sertanejas atuais retratam sempre ambientes festivos, rodas de amigos, na maioria das vezes regadas por bebidas alcoólicas. Conforme a autora, “o prazer, portanto, está ligado ao consumo de determinados produtos, entre eles bebidas alcoólicas que dependem da disponibilidade de recursos financeiros. O prazer está ligado ao ato de consumir” (LIOTO, 2012, p. 86).

As autoras Maurer e Muniz compartilham da ideia da diversão a qualquer custo, ressaltando a postura destes de buscar nas canções identidades que não possuem, conforme citam:

Diferentemente da geração dos anos 60, ainda envolvida em um pós guerra, que pregava liberdade, paz e amor, num movimento de rebeldia, a geração atual, bem menos atuante em termos políticos, é uma geração de festas que, ao mesmo tempo em que utiliza drogas, vivencia o culto ao corpo e à saúde. A bebida alcoólica, fortemente presente nesses ambientes, seduz o jovem, de todas as idades, que procura relaxar do estresse imposto pela dinâmica capitalista. O excesso de cobrança leva o jovem a viver essa dicotomia, buscando, em suas horas de lazer, a diversão sem o comprometimento de se levantar uma bandeira em prol disso ou daquilo. (MAURER; MUNIZ, 2012. p.2)

Na primeira música analisada, *Tá namorando e me querendo*, veem-se traços do comportamento jovem de frequentar “baladas” e de paquerar sem nenhum pudor.

Já na segunda canção, *Pantera cor-de-rosa*, apesar não figurar como elemento central a representação da juventude, podemos perceber que os sentimentos e a relação homem-mulher é tida de uma maneira mais “liberal”, o próprio trecho “saiu de casa doida para perder a linha”, demonstra a banalidade com que o ato sexual é tratado na canção. O simples fato de ligar a intenção da mulher com a roupa com a qual está vestida traz uma representação de uma juventude muito mais ansiosa para conseguir tudo na hora que deseja e um estilo de vestuário que denota ideias mais urbanas e potenciais recursos financeiros para o consumo, pois é possível a esta mulher possuir várias roupas diferentes.

Por fim, na última canção trabalhada, *Vó, tô estourado!*, podemos perceber claramente a ideia dos autores em representar essa juventude contemporânea. A música em questão retrata a vida de um jovem típico que abdicou dos estudos para aproveitar o que a vida de

famoso lhe oferece, fazendo referência à própria trajetória do intérprete. Ao utilizar o termo “estourado”, o enunciador transmite a ideia que este comportamento possibilitou ao personagem a oportunidade de se dar bem na vida, já que este agora frequenta boas festas e consome bebidas alcoólicas famosas assim como segue: “Fim de semana fazer o quê? Beber, curtir farrear. E quando chego logo boto pra torar, eu vou descendo a caixa de OldParr”. Na letra, no entanto, podemos perceber que o plano da avó, que supostamente criou o personagem, era de que este estudasse para se consolidar na vida profissional, planos que foram atrapalhados pela “influência” do avô, como no trecho “vó, tô estourado e meu avô é culpado”.

A situação retratada na canção é muito frequente nas músicas sertanejas atuais. Ao utilizar, por exemplo, a frase: “beber, curtir, farrear”, o enunciador demonstra certa tendência dos jovens em aproveitar ao máximo a vida, sem se preocupar com o futuro que os aguarda. Além disso, fica clara a intenção de reforçar a ideia de que a felicidade na juventude está ligada ao consumo de álcool. (cf. LIOTO, 2012).

2.2.3- Concepções de vida

No que diz respeito às concepções de vida, podemos notar que esta juventude representada nas letras das canções analisadas, são jovens ávidos por prazer a qualquer custo e imediato.

Conforme a ordem apresentada, a canção *Tá namorando e me querendo* representa bem a ideia de volatilidade dos sentimentos, como no trecho “Pra que foi se envolver com alguém/ Se todo mundo ainda sabe que você me ama?”. A ideia transmitida aqui é de que não importa se a mulher retratada está ou não está comprometida com um terceiro, a sua intenção é de praticar a traição. Tal intenção é reforçada no trecho “quando vai dormir me chama.” Neste fragmento, além da traição, está presente a sexualidade dos jovens, já que muitas vezes o ato de dormir (no caso, juntos) citado das canções refere-se à ideia de ato sexual.

Já em *Pantera cor-de-rosa*, a questão trabalhada nesse item é a sexualização extrema dos envolvidos, de novo tocando na questão da necessidade dos jovens de possuir o objeto de desejo no exato momento em que é pensado. Tal fato pode ser exemplificado pela expressão “se for apertadinho pode crer que o pai gosta”, em que a ideia transmitida é a de que não importa a roupa, desde que seja possível ver o corpo da mulher, o homem estará satisfeito.

Na canção *Vó, tô estourado*, as concepções presentes referem-se à ausência de preocupação com o futuro, transmitindo uma mensagem de “viva o agora”. Nos trechos “18 anos, não queria nem saber” e “Fim de semana, fazer o quê?” pode-se perceber que há um descaso total com relação aos estudos e/ou trabalho, pois o jovem enunciador preocupa-se apenas com o que ele vai fazer no próximo fim de semana.

Fica clara nas canções também a questão da ostentação. A palavra ostentar, de acordo com o dicionário Aurélio (2002), significa mostrar, tornar algo visível. Em *Pantera cor-de-rosa*, a ostentação não é direcionada para bens de consumo proporcionados pelo dinheiro, mas por um estilo de vida mais liberto de concepções moralistas, já que a canção trata de sexualidade em todo seu conteúdo. Já em *Vó, tô estourado*, essa ostentação é um pouco mais clara, pois aborda a vida de um jovem que possui dinheiro e mulheres e a despreocupação deste em relação ao futuro.

Há nas canções pesquisadas e em grande parte das canções sertanejas em geral, um equívoco em termos de representação: o sertanejo é universitário, no entanto, temáticas que tratem de jovens universitários, estudos e preocupação com o futuro são quase sempre deixadas de lado para dar lugar apenas à diversão. A música em questão vende uma concepção de vida inalcançável para a grande maioria dos jovens brasileiros. Essa situação, na medida em que causa distanciamento da realidade pela ausência de representação, se torna uma válvula de escape para o jovem estudante e/ou trabalhador esquecer os problemas e ter o seu momento de “lazer”.

2.3- O grupo focal

Conforme explicado no item anterior, a metodologia usada para analisar a relação entre as representações contidas nas músicas selecionadas e seu público-alvo é o grupo focal. De acordo com Costa (2009), esta metodologia é ideal para a compreensão de tendências. “Grupos focais são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. São na verdade uma entrevista coletiva que busca identificar tendências”. (COSTA, 2009, p. 181)

O grupo focal (GF) é de acordo com Gomes e Barbosa (1999) “um grupo de discussão informal e de tamanho reduzido, com o propósito de obter informações de caráter qualitativo em profundidade” (GOMES; BARBOSA, 1999. p. 1). Além disso, Neto e Moreira (*et al*) (2002) acreditam que a principal vantagem desse tipo de metodologia reside no fato de ela

trabalhar com a reflexão expressa através da “fala” dos participantes. Tal ação permite que eles apresentem, simultaneamente, seus conceitos, impressões e concepções sobre determinado tema.

Os principais usos dessa metodologia são na área de políticas públicas, em que se dá por quatro momentos distintos: identificação de problemas, planejamento, implementação e avaliação. Além disso, sua utilização é amplamente privilegiada na área de marketing (para identificar tendências e hábitos de consumo da população), e na área da saúde, como forma de identificar a eficácia de programas de governo.

A escolha de tal metodologia se justifica pelo fato de que intenciona-nos, nesta pesquisa, analisar a recepção da música sertaneja pelos universitários de Viçosa. Assim, através da fala desses integrantes, foi possível identificar como eles percebem a música enquanto meio de comunicação e de que forma eles se veem representados por tal. Além disso, ao colocarmos um grupo heterogêneo para discutir, pudemos perceber quais características ou concepções divergem e quais convergem.

2.3.1- Grupo focal: um relato de experiência

A ideia de utilizar o grupo focal teve origem na possibilidade que este oferece para se fazer inferências sobre determinado assunto, crença ou concepção (COSTA, 2009; TRAD, 2009). Dessa forma, ao se estabelecer o grupo focal, definimos a escolha dos membros da seguinte forma: dois membros do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCH); dois membros do Centro de Ciências Exatas (CCE); dois membros do Centro de Ciências Biológicas e da Saúde (CCB); e dois membros do Centro de Ciências Agrárias (CCA). Todos da Universidade Federal de Viçosa.

A escolha dos membros se justifica pelo fato de que cada um desses centros é composto por alunos de perfis e culturas diferenciadas e, muitas vezes, tal fato interfere na maneira como eles percebem a música sertaneja.

Para a escolha dos membros seguimos os seguintes critérios: jovens com idade entre 20 e 25 anos e que tenham algum contato com a música sertaneja, quer seja hábito de consumo, quer seja o costume de frequentar festas cujas atrações são cantores sertanejos. Para se chegar a esses jovens, levamos em conta a proximidade e a indicação de terceiros.

Por se tratar de pessoas que estão conectadas boa parte do seu tempo à internet, o contato se deu por meio desta. Depois de feito o convite, foi criado um grupo de discussão na

rede social *Facebook* para definir data, horário e local e para que os participantes pudessem esclarecer eventuais dúvidas. Assim, ficou definido que 12 participantes estariam presentes na realização do grupo focal (três por centro de ciência).

No dia da reunião, que ficou definida para o dia 30 de novembro, às 18 horas, no Centro de Ensino de Extensão, na Universidade Federal de Viçosa, compareceram seis pessoas. De acordo com Trad (2009), seis é o número mínimo para a realização de um debate relevante em grupos focais. A autora também reforça que em grupos muito grandes, torna-se difícil a participação efetiva de todos os membros (TRAD, 2009).

Compareceram à reunião uma estudante do curso de educação física e um do curso de medicina veterinária representando o CCB; um estudante do curso de letras e uma estudante do curso de comunicação social, representando o CCH; um estudante do curso de agronomia representando o CCA; um estudante do curso de física representando o CCE. As idades variaram de 20 a 26 anos.

Para a aplicação do método, disponibilizamos de uma sala com capacidade total para 40 pessoas. A sala foi montada da seguinte forma: os participantes foram dispostos em um semicírculo, sendo que o condutor do grupo (neste caso, a pesquisadora) se sentou em frente aos participantes. Havia um computador, um *datashow* e duas caixas de som para a reprodução dos vídeos que seriam exibidos como complemento ao debate.

Ao chegar, os participantes preenchiam um questionário com dados pessoais e profissionais, endereço de residência e endereço de origem (dos pais) e um termo de compromisso, em que ele autorizava a gravação do encontro, considerando a prerrogativa de anonimato.

De acordo com Trad (2009), o tempo ideal de duração de um grupo oscila entre 90 a 110 minutos, dependendo do grau de complexidade do assunto e do número de participantes. O grupo utilizado nessa pesquisa teve duração de aproximadamente 95 minutos, a contar a partir da explicação do condutor sobre o que seria feito. A discussão em si durou 82 minutos.

Para a condução do debate foram definidos três blocos de perguntas: sobre consumo musical em geral; consumo de música sertaneja e sertanejo universitário, identidade e representação (antes dos vídeos) e sertanejo universitário e representação dos jovens (após a exibição dos vídeos).

O primeiro bloco de perguntas versava sobre os hábitos de consumo de música em geral e tinha o objetivo de traçar perfis dos jovens participantes. Foram perguntas: Você costuma consumir música no dia-a-dia? Como?; Quanto tempo em média você gasta ouvindo

música por dia?; Como você tem acesso às novidades da música (internet, rádio, recomendação de amigos)?; Quais estilos musicais você consome com mais frequência?; Em que situações a música costuma estar presente na sua vida?.

O segundo bloco tratava especificamente sobre o consumo de música sertaneja, não importando qual vertente (raiz, romântico ou universitário). Além disso, foram buscadas nos participantes as impressões acerca do novo modo de fazer sertanejo. As perguntas foram: Você tem o hábito de consumir música sertaneja?; O que te leva a consumir esse tipo de música? Existe influência familiar, dos amigos?; Qual a sua opinião sobre as mudanças que o estilo tem passado (do sertanejo raiz até o universitário)?; Quais os cantores com os quais você mais se identifica?; Quais as canções são as suas preferidas atualmente? Como vocês percebem os atuais cantores?

Por fim, no terceiro bloco, as perguntas abordavam questões específicas do sertanejo universitário e impressões adquiridas após a exposição dos vídeos. As perguntas eram: Você já conhecia estas músicas antes?; Qual a primeira impressão que você tem das músicas apresentadas?; Qual a impressão que você tem ao ouvir estas músicas e comparar com as músicas do sertanejo dito romântico e o sertanejo raiz?; Como a juventude está sendo retratada? Você concorda com isso?; Você se sente representado por este ritmo?; Que tipos de comportamento este tipo de música inspira quando tocada numa “balada”?; Há algum traço do comportamento retratado com o qual você se identifique?; O que você acha deste novo estilo de cantor sertanejo?.

Conforme citado, no intervalo entre o segundo e o terceiro bloco foram apresentados três videoclipes aos participantes como forma de suscitar debate. O primeiro videoclipe apresentado foi o da música *Pantera cor-de-rosa*, do Munhoz e Mariano. Já o segundo, da música *Tá namorando e me querendo*, não encontramos um vídeo como os demais, apenas uma música com a imagem dos intérpretes. Por fim, apresentamos o videoclipe da música *Vó, tô estourado*. Este momento durou cerca de 10 minutos e foi fundamental para a construção da discussão. Os participantes ficaram muito empolgados e agradeceram a oportunidade de poder contribuir com este trabalho, uma vez que o assunto era de interesse de todos.

Após coletados os dados, estes foram transcritos e os nomes dos participantes substituídos pelas letras A, B, C, D, E e F, conforme o quadro abaixo.

Letra indicativa	Iniciais dos participantes
A	S.V.P.A
B	S.A.L

C	V.V.N
D	V.V.B
E	C.R.F.C
F	R.M.O.S

Quadro 2

CAPÍTULO 3: IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO DA JUVENTUDE NA VISÃO DOS ESTUDANTES DE VIÇOSA

Conforme explicado no capítulo anterior, utilizamos para essa análise um grupo focal composto por estudantes da Universidade Federal de Viçosa para traçarmos o perfil do consumo e as relações identitárias com o sertanejo universitário na cidade. Viçosa é uma cidade de pequeno porte da Zona Mata Mineira e possui uma cultura interiorana muito forte. A própria UFV surgiu num contexto eminentemente agrário e ainda carrega consigo tais raízes. Tais fatos são responsáveis pelo sucesso que a música sertaneja possui na cidade.

A seguir, serão colocadas as principais considerações obtidas com o grupo focal.

3.1- Hábitos de consumo musical

A partir da análise do grupo focal, constatamos que todos os jovens que participaram possuem o hábito de consumir música no dia-a-dia, seja no tempo livre, seja durante a execução de atividades acadêmicas ou físicas. Esse consumo se dá predominantemente por canais da internet e por meio de dispositivos móveis, tais como celulares e som automotivo. No entanto, notamos que das seis pessoas, três relataram consumir música por meio de emissoras de rádio.

Sobre os estilos musicais presentes nas *playlists* dos participantes, além do sertanejo, foram identificados como frequentes os estilos: pop internacional, pop *rock*, música eletrônica e sertanejo de raiz.

Quando indagados sobre a influência no gosto pela música sertaneja, foi significativa a presença da família como principal motivadora, como mostram esses depoimentos:

A: A influência da música sertaneja hoje, ela transcende o fato de você simplesmente gostar. (...) o fato da sua família estar voltada pra um estilo musical normalmente influi bastante no seu gosto.

B: Eu vivi intensamente a década de 90, aquela época dos “amigos”. (...) lá em casa tinha um toca fitas na época e tinha as fitas de Chitãozinho e Xororó, e a gente ia pra praia e ouvia ela sei lá, umas 10 vezes e aquilo foi internalizando.

C: Eu tenho mais esse negócio de gostar de sertanejo, como uma questão familiar, porque 95% da minha rede de amigos não escuta sertanejo.

E: A minha família, lá no lugar onde eu moro, o sertanejo é predominante.

Apenas um estudante (D) afirmou que o gosto pelo sertanejo se deve ao fato da cultura regional de seu estado (Mato Grosso do Sul) ser predominantemente voltada para a música sertaneja, e um estudante (F) apontou o fato de consumir tal música como consequência de sua vinda a Viçosa, como mostram suas respectivas falas:

D: No meu caso, assim, é mais regionalizado, eu gosto de música lá da região, as músicas raízes que falam do estado. Elas falam coisas antigas e da natureza, isso influencia, influenciou muito em eu gostar de sertanejo

F: Eu começar a gostar de sertanejo, foi eu chegar na UFV. Quando eu cheguei na UFV, a coisa mudou, e foi culpa dos amigos que eu fiz aqui, que a maior parte escuta sertanejo.

Além dessas razões, é válida a percepção de que questões identitárias também ocupam papel de destaque neste consumo. Notamos que, segundo alguns dos jovens, muitas vezes a necessidade de pertencimento a um grupo (neste caso, pertencer não significa necessariamente adotar determinados costumes, mas sim conhecer as músicas tocadas nas festas frequentadas por eles) influi diretamente nos hábitos de consumo musicais.

B: Aí tem mais um problema né? Pelo menos aqui na universidade é assim, você vai nas festas, e são essas músicas que tocam, e todo mundo sabe cantar e você não sabe. Aí você fica assim, se sentindo reprimido. (...) Vem um te pergunta: “Por que você tá assim?” você fala que não conhece a música ou não gosta, ele logo te responde: “você é um chato.”

C: Então pra mim, as festas são boas enquanto eu puder dançar. Tem música que eu não suporto ouvir em casa, mas se tocar eu vou dançar e vou cantar, porque eu já ouvi na festa anterior e aprendi a cantar.

3.2- As transformações da música sertaneja: “globalização, massificação ou banalização das relações”?

Um dos pontos de maior destaque durante a aplicação da metodologia de análise deste trabalho foi a indagação sobre as mudanças que a música sertaneja tem passado ao longo dos anos. Indo ao encontro das teorias trabalhadas no capítulo 1, os participantes debateram sobre a influência da globalização na cultura sertaneja, e como esse processo colabora para uma música massificada. Assim como o pensamento de Vladi (2010), que acredita que esta música popular hoje representa um produto da industrialização e mercantilização da cultura, com o objetivo único de lucro, os participantes do grupo veem neste processo o principal, porém não o único, motivo das transformações pelas quais o estilo passou nos últimos anos.

Durante a discussão, pontos importantes foram levantados acerca das causas destas alterações no estilo, que comungam nas ideias de Faria (2010), segundo as quais, essa mudança reflete também a mudança que a própria sociedade brasileira vem passando. Assim, como mostra o pensamento dos participantes C e F:

C: O sertanejo mudou porque o homem sertanejo mudou. Mudou tanto o cotidiano, que nem se pode mais falar em vida sertaneja.

F: A música sertaneja tem se adaptado a sociedade. Na verdade, eu acredito que a música de maneira geral, a linguagem que a música tem se utilizado tem se adaptado a quem está consumindo ela.

Além da representação do personagem em si, antes caracterizado pela vida rural e sofrida e atualmente deu lugar quase que exclusivamente ao contexto urbano, os estudantes também debateram sobre o lugar das relações afetivas nas canções, conforme os trechos:

C: Hoje são poucos os que falam de amor, por quê? Porque as pessoas não querem mais ficar sofrendo com a dor de cotovelo né gente? As pessoas querem sair de casa e pegar outra pessoa. Acho que o comportamento da pessoa em relação a se sentir deprimida é que tem mudado. Então as pessoas para as quais a música está sendo direcionada mudam também, então a música tem que acompanhar isso.

B: Essa questão de que antigamente era romântico, dor de cotovelo, é um reflexo de como as relações humanas são hoje, extremamente descartáveis. E a música vai com certeza refletir isso.

Ainda discorrendo sobre as mudanças que a sociedade tem sofrido e o impacto na produção musical, especificamente na música sertaneja, é importante ressaltar que os meios de comunicação desempenham papel fundamental para tais transformações, uma vez que estes são responsáveis pela difusão de produtos culturais ao público consumidor.

Os meios de comunicação mudam, incorporando novas tecnologias, e isso resulta numa composição sempre diferente e cultural, tanto no sentido de valores de uma sociedade quanto no sentido de criação artística. A cultura da música sofre os efeitos das mudanças nas tecnologias de registro e de difusão do som. (LIMA; OLIVEIRA. 2005. p.8)

A influência dos meios de comunicação na modificação do sertanejo foi propulsora de um debate em torno da relação que estes desenvolvem com o público consumidor. Para alguns estudantes, fica claro o papel da mídia de massa como a primeira responsável pela industrialização do segmento e perda de sentido ocasionada pela indústria cultural que, conforme Horkheimer e Adorno (2002), beneficia exclusivamente as grandes produtoras musicais:

B: Eles (os meios de comunicação) que estão moldando as cabeças, não são as pessoas que estão falando “agora eu quero isso”. Isso é tudo parte de um modelo de sociedade que está sendo construído e a arte tá aí pra poder confirmar, principalmente a arte de massa. E a gente tem que pensar na música sertaneja hoje, como música de massa. (...) tão vendendo pra você, um tipo de vida que eles querem que você tenha, que é extremamente efêmera, tal qual, o quão superficial são as letras que a gente ouve.

Contrapondo essa posição, alguns participantes questionaram a soberania dessa influência, atribuindo à demanda da população o papel de responsável pela massificação do sertanejo:

A: Não é uma coisa fixa, eu sei, não é só demanda que a gente tem, não é só a parte deles imporem um estilo de vida pra gente. Mas é uma maneira mais forte de influência sim, de atender a demanda. (...). Tanto que hoje em dia o mundo é comercial. Se não tiver atendendo a demanda, não entra no mercado, não consegue fazer influência de qualquer forma. Eu acredito que o mundo hoje é mais controlado pelo mercado do que pelo fornecedor.

C: Acho que é algo mais complicado do que isso. É o meu pensamento, as pessoas que escrevem música estão vendo o que tá acontecendo. Porque o que acontece? “Ah meu vizinho fez isso, vou por isso na música”. Eu não acho que é ao contrário.

D: Essa evolução veio com os jovens, eles estão querendo, estão em busca de um estilo mais animado, porque antigamente as músicas eram mais melódicas, falava da vida de peão. Hoje a música é mais agitada, conforme o jovem tá demandando.

Ao entrar na discussão a respeito das mudanças que os próprios cantores vivem, houve um consenso de que a música sertaneja, nos dias atuais, enfrenta uma dicotomia: se por um lado, com a crescente difusão midiática, o sertanejo universitário rompeu com as barreiras socioespaciais, fazendo com que o ritmo conquistasse adeptos em todo território nacional e de qualquer segmento social, por outro, ficou muito mais difícil se manter no mercado por muito tempo. Com a disseminação das redes sociais, a música atravessa um momento em que o sucesso é totalmente instantâneo, ou seja, na mesma velocidade em que cresce, diminui em seguida.

F: E hoje, hoje a gente vê uma sociedade tão do *boom*. Por exemplo, você escuta uma música do Camaro amarelo, *boom*, tá. O que é que o Munhoz e Mariano consegue fazer mais além de Camaro amarelo. Que você escuta?

B: Mas aí sucesso deles vai durar esse ano, se bobear talvez ano que vem, e depois ninguém lembra. É 6 meses só. Mas os antigos não, Sérgio Reis, Chitãozinho e Xororó, os caras têm 40 a 50 anos de carreira

C: Eles, os novos, não têm aquele valor, aquele amor à música.

F: Aí acaba escrevendo qualquer porcaria. Acaba escrevendo qualquer lêlêlê tche therere tche. Sei lá qual vai ser o próximo monossílabo. (risos)

B: Hoje você põe qualquer vídeo no YouTube hoje e tem 1 milhão de acessos e daqui um mês, ninguém lembra mais.

Além da efemeridade do sucesso dos artistas, foi amplamente debatida a questão da composição das músicas. Podemos perceber que, ao contrário do que acontecia antes, em que o próprio cantor era o responsável pela composição das letras, ou mesmo um pouco mais recente, em que apenas um compositor escrevia uma letra e a enviava para o intérprete, hoje percebemos que, apesar do tamanho reduzido das letras, são mobilizados verdadeiros “times” para a composição das canções universitárias.

C: Igual, como não é o cara que compõe a música, ele não pensa sobre o que ele ta dizendo. Um exemplo disso é o Gustavo Lima também, que tem umas músicas extremamente contraditórias. Isso eu acho muito estranho, isso porque também antes eles cantavam as músicas que eles escreviam.

B: Esse negócio de ter vários compositores para fazer uma porcaria, a gente vê na universidade a gente pega um artigo, é um, é um, eles pegam uma pesquisa inteira, um artigo com 30 autores, mesma coisa é a música.

Assim, um fica responsável pela letra, outro pela melodia, outro para a correção e assim por diante, o que só confirma a ideia de industrialização do segmento musical. Esta situação possibilita a formação de um mercado de letras de músicas, cuja produção é praticamente em série, fazendo com que, muitas vezes, os próprios artistas se contradigam em diferentes músicas.

3.3- Representação jovem na música sertaneja: mulheres, dinheiro e bebida.

Após a apresentação dos vídeos, a questão da representação social nas músicas se tornou o ponto central do debate. Segundo Woodward (2000), os processos de representação são responsáveis pela formação das identidades individuais e coletivas, esses processos podem ser perfeitamente identificados no sertanejo universitário. Desta maneira, para analisarmos a influência exercida por tal, utilizamos as mesmas categorias de análise do capítulo anterior. São elas: representação da mulher, representação do jovem e concepções de vida. Para este item, foram respondidas as perguntas: Você já conhecia estas músicas antes? Qual a primeira impressão que você tem das músicas apresentadas? Qual a impressão que você tem ao ouvir estas músicas e comparar com as músicas do sertanejo dito romântico e o

sertanejo raiz? Como a juventude está sendo retratada? Você concorda com isso? Você se sente representado por este ritmo? Que tipos de comportamento este tipo de música inspira quando tocada numa “balada”? Há algum traço do comportamento retratado com o qual você se identifique? O que você acha deste novo estilo de cantor sertanejo?

3.3.1- Representação da mulher

Os três videoclipes escolhidos traziam representações femininas muito marcantes. Tal situação possibilitou que os participantes expusessem, de maneira clara, suas considerações acerca da atual condição da mulher brasileira, representada nas letras. Assim como nos traz Araújo (2013), a música de massa – neste caso, a música sertaneja – é marcada por uma representação feminina enquanto sujeito submisso. É esta condição que coloca o homem como o ser ativo da conquista, creditando às mulheres o papel de “realizar os seus desejos.”

A polêmica inversão de papéis no ato da conquista e a desvalorização da mulher nas letras foram os pontos principais do debate. Alguns estudantes acreditam que certas músicas deslegitimam a luta por direitos iguais, travada ao longo dos anos pelas mulheres.

B: Eu vejo isso como um reflexo de tudo que a gente vive hoje, um banalismo das relações, um machismo exacerbado de uma sociedade patriarcal, onde a mulher, ela não tem, ela não pode estar sozinha. Ela tem que arrumar um homem rico para se dar bem.

D: Eu acho que mulher está tentando mostrar o seu valor, sua capacidade de trabalho, mas o que que tá acontecendo? Ela luta e eles vêm quebrando essas tentativas das mulheres com essas músicas, que falam que a mulher é puta, que trai, que sei lá o quê. Põe um monte de mulher gostosa rebolando, e os caras bebendo champanhe e num sei o que mais, acho que isso tá meio errado.

Ao mesmo tempo, porém, discutiu-se até que ponto esta representação foge da realidade, visto que, assim como foi discutido anteriormente, a música é um reflexo da sociedade em que está inserida.

C: Só que volta aquela questão: começou as mulheres andarem de vestido curto primeiro, ou começou as músicas mandando as mulheres vestirem vestido curto?

B: A música, ela reproduz, a sociedade reflete e perpetua, porque ela é representação.

De outro lado, por exemplo, a canção *Tá namorando e me querendo*, finge uma representação de mulher ativa, apostando “na desconstrução do papel feminino de submissão

e docilidade assexuada pela assunção de uma postura dominadora, hipersexualizada” (ARAÚJO, 2013. p.10). No entanto, essa representação é quebrada quando o enunciador se coloca como vítima dessa atitude (ver item 2.2.1), o que configura uma crítica expressa a tal comportamento. Tais concepções podem também ser identificadas na fala do participante C, que resume sua visão das relações entre homens e mulheres na sociedade atual:

C: Antigamente, uma sociedade realmente machista, mulher não podia pegar dois caras. Ela simplesmente não podia, mas o cara podia pegar duas mulheres, entendeu? Mulher nunca traía, só o cara traía. Isso pra mim é machismo. Não to falando que eu acho certo ou errado, mas imaginem, só o homem podia fazer as coisas, e quando a mulher fazia era um absurdo. Agora na sociedade que a gente vive, já mudou. É absurdo? É. Mas é absurdo os dois fazerem isso. É absurdo os dois traírem. É absurdo a mulher sair de roupa curta por aí, mas é absurdo o jeito que o homem trata ela. Então tudo, desde que se tenha um pouco de pudor, é absurdo. Essa questão da mulher representada, aí bota a mulherzinha lá de vestido curto, mas é completamente errado. Eu acho feio, acho horrível. Aí a outra música fala que a mulher não vale nada, que ela tem namorado e quer pegar o cara. “ah não, porque o cara ta famoso, entendeu”. Eu acho que isso, a sociedade mudou sabe? Por que que mudou? Porque as coisas mudam naturalmente. As mulheres, elas se sentem um pouco mais com essa liberdade de não ter tanta vergonha de chegar no cara que nem antigamente tinha. De acordo com que essas coisas foram mudando, elas são refletidas, é isso que eu vejo.

As concepções de caráter machistas presentes nas músicas sertanejas devem-se também ao fato da ausência de mulheres neste mercado. O grupo focal tratou desse aspecto e apontou também que, quando existem mulheres que se dedicam à música sertaneja, elas atuam de forma tímida com relação às conquistas femininas e seus trabalhos não são tão difundidos na grande mídia.

D: Mas olha só, tem algumas mulheres que cantam. Igual tem a Maria Cecília e Rodolfo, que tentam fazer o homem se rebaixar, mas elas não fazem sucesso.

C: Elas não tão muito na mídia

B: Tem a música *Aí que dó*. É a mulher falando que o cara vai sofrer, mas nunca vai fazer sucesso igual ao *Camaro Amarelo*.

C: É questão de quantidade também. Quantidade, quanto mais tiver melhor, mas é difícil para elas, porque estamos em meio a essa questão do machismo.

3.3.2- Representação Jovem

“Em muitas sociedades urbanas, o jovem tem fama de alguém que não faz nada ou de ser rebelde” (MOURA, 2009. p. 35). A frase anterior ilustra bem a representação que a sociedade constrói dos jovens. Assim também, a música atual reforça este estereótipo, confirmando a despreocupação que esse público tem com o futuro. A música sertaneja atual aborda, de maneira peculiar, o comportamento do jovem urbano, relacionando-o a bebidas e festas. Nessa perspectiva, a discussão do grupo focal também contemplou esse ponto.

Por mais que os estudantes reforçassem o papel da mídia na difusão da música no Brasil, um participante tocou na questão da representação do gênero, no que se refere à figura do fã da música sertaneja nas telenovelas brasileiras.

F: A mídia, de uma maneira geral, não trouxe um personagem que contemplasse a música sertaneja. Por exemplo, hoje você tem lá a imagem da piriguete, mas você não tem a imagem do cara que veste xadrez e que escuta sertanejo. (...) A última que eu vi foi *América* e isso ó (gesto com as mãos representando muito tempo) há muitos anos.

Atentando para o modo pelo qual os jovens se veem representados nas canções, foi surpreendente o fato de que, apesar das críticas quanto ao novo formato do estilo, os participantes, enquanto parte de um todo, afirmaram que se sentem representados pelas músicas. A representação, geralmente, se dá pelo fato de que tais canções retratam situações comuns a todos os participantes como, por exemplo, o ambiente de uma festa. Quando interrogados se eles se sentiam representados enquanto jovens nas letras das canções sertanejas, algumas das respostas foram:

F: Eu acho que sim, na verdade sim em partes. Se a gente pegar essa música do *Vó, tô estourado*. Ela mostra uma festa, tipo Viçosa. O pessoal vai na festa, eles nem pensam em ir na festa porque gostam de música, vai na festa beber, vai na festa pegar todo mundo. Beber, curtir e farrear.

A: Individualmente pode até não ser, mas é o geral, é o que acontece.

C: Eu me sinto representada principalmente por aquilo que eu falei já. Na verdade, eu não gosto e não concordo com essa parte que eles falam que as mulheres ficam atrás dos homens ricos não, eu acho isso terrível, isso não me representa. Mas o resto, assim, em vista do meu comportamento, eu acho que tem muito a ver com algumas músicas sim. E é assim, aquelas que falam da vida de universitário mesmo, eles falam mesmo o que acontece.

F: Eu lembro que quando eu vim pra cá, o que representou a minha vinda a Viçosa foi uma música do sertanejo universitário, aquela *tô morando sozinho*, esqueci de quem. (...) Gente, essa música resume minha vida em Viçosa. Eu ia fazer o quê, se a música tá falando que eu vivo de miojo, sem dinheiro e que preciso ligar pro pai?

Outro ponto que nos chama atenção foi o fato de que, assim como trabalhamos no capítulo anterior, o grupo focal identificou que não há uma representação dos jovens dissociada do consumo de bebida alcoólica e que, muitas vezes, isso acaba por influenciar o consumo nos locais onde está sendo reproduzida como, por exemplo, observamos na percepção do participante E:

E: Eu acho que acaba influenciando em outras coisas. Por exemplo, eu não gosto muito de bebida, então se eu for numa festa, e a música diz isso, e todas as pessoas da universidade fazem isso, eu tenho que beber pra me adaptar. Acaba mais influenciando muito.

3.3.3- Concepções de vida: de que valores estamos falando?

As músicas, como meio de comunicação, são portadoras de sentido, transmitem valores e concepções de vida por meio das melodias, das letras e, na atualidade, também pelos videoclipes produzidos para divulgá-las. Durante muito tempo, ficava a cargo da música sertaneja a missão de preservar a memória do homem do campo, ressaltando sua vida sofrida e as conquistas obtidas com o seu próprio trabalho. Já outrora, com o sertanejo conhecido como romântico, esse papel deu lugar à função de contar casos de amor, sejam bem ou mal-sucedidos. Hoje em dia, com essa nova forma de se fazer sertanejo, as concepções de vida tradicionais perdem espaço para a efemeridade dos relacionamentos afetivos.

Os estudantes perceberam, em maior grau, a “venda” de um estilo de vida inalcançável, onde a ostentação da felicidade a qualquer custo assume um lugar de destaque. Tal visão reforça a questão mercadológica da música, já que, como os mesmos participantes citaram, ninguém consome músicas que tragam em seu conteúdo coisas desagradáveis.

B: É uma coisa ilusória, entendeu? É a coisa da ostentação. Às vezes tá lá passando fome e cantando. (...): é ilusão. Porque ele quer uma situação de vida que ele sabe que não vai ter. Mas porque que ele faz a música? Porque eles veem os caras ricos falando que aquilo lá é bom, que se você tiver o carro do ano, tipo Camaro amarelo, você vai se dar bem.

A: É ilusão. É vender um estilo de vida, que muitas vezes tá fora da realidade.

A ausência valorativa nas músicas sertanejas é atribuída, segundo os estudantes, às mudanças pelas quais o próprio público tem passado. Assim como nos trouxe as autoras Maurer e Muniz (2010), o jovem hoje se tornou menos ativo em lutas sociais, quando comparado aos jovens da década de 60. Essa visão foi identificada pelo grupo, que associou a

questão da conquista nos relacionamentos. De acordo com a fala de um dos participantes, até a forma de se conquistar uma pessoa se alterou, o que, conseqüentemente, refletiu nas músicas.

F: Papai e mamãe quando se conheceram era de se chegar e xavecar a menina, você vai cochichar e tal, hoje em dia se bobear, você mal conhece e já vai direto pro sexo.

Nesta perspectiva, foi conferida à industrialização da música, a perda de valores que acompanha a tendência do próprio público, tanto que, segundo o grupo, está difícil falar em música realmente sertaneja. A forte presença de sexo, a banalização das relações e a necessidade de estar na moda contribuem de maneira significativa para este panorama. Nota-se, assim, uma contradição nas falas do grupo, pois, como foi percebido no início da discussão, todos mantêm um forte vínculo com a música sertaneja. No entanto, ao tocar nas fragilidades do estilo, os mesmos estudantes mostraram-se verdadeiros críticos quanto ao conteúdos das letras, conforme os fragmentos.

F: O que os jovens estão ouvindo hoje não é o que meu pai escutava, os ideais que estão presentes na música não são os que meus pais escutavam.

B: Os compositores não escrevem mais música né? Não tem mais letra. Você faz um refrão com duas palavras. (...) As pessoas cantam isso, ah “o sol rachando já passou do meio dia”, ah tudo bem, a gente não vive mais numa sociedade moralista como vivia a 20 ou 30 anos atrás, mas a gente pensa isso, como assim, o cara vai pra cama com uma mulher que ele nem sabe quem é?

F: Os valores que vem sendo transmitidos nessas músicas são inúteis. Você não tem nenhum valor concreto. Você tinha música que falava de amizade, do amor, do rural, e hoje é diferente.

D: Olha o Luan Santana, naquela música que ele fala que a menina tem cara de santinha, mas o pai não sabe o que ela faz, é um absurdo como ele trata a relação de pai e filha.

A respeito da ausência de preocupação com o futuro, alguns dos participantes discorreram sobre o fato de isso se tornar mais comum. Eles atribuíram como causa desta situação a falta de um pensamento crítico acerca do que é consumido.

C: Eles não são bobos, eles são incapazes de criticar o que estão ouvindo. Eu falo assim, porque tem gente na universidade que, tipo assim, eu gosto de sertanejo, mas eu não gosto só de sertanejo, mas tem gente que é tipo assim, muito “dahh” não reflete no que tá ouvindo, independente de onde esteja.

B: Sentar, estudar, fazer uma universidade, arrumar um emprego, ninguém quer, agora ficar aí e arrumar um cara rico é bem mais fácil. Para mim não é mais do que um reflexo da sociedade que a gente vive hoje. Uma porcaria.

E: Só que eu acho feio, quero dizer, não é feio a palavra, esse negócio da gente se achar melhor porque nós estamos na universidade, e que eles são bobos porque eles tão escutando, porque a gente também escuta.

Notamos, com estes depoimentos, que os estudantes do grupo estabelecem uma distinção entre quem é universitário e quem não é. Segundo eles, o problema não está diretamente ligado ao fato de ser estudante ou não, mas sim na ausência de reflexão sobre o que é escutado. É relevante observar que há uma contradição entre eles, pois ao mesmo tempo em que é feita a crítica quanto a este consumo, eles se colocam no mesmo nível ideológico, como pode ser percebido na fala do participante E: “A gente também escuta”. A partir dessas observações, cria-se a ideia de que o sertanejo universitário, por não tratar apenas deste segmento, rompeu as barreiras e se tornou um fenômeno muito mais amplo, abrangendo todos os que se identificam com as mensagens transmitidas. Tal situação pode ser percebida nos ambientes onde se realizam as festas, já que, no contexto destas, não há como identificar as diferenças sociais entre os frequentadores.

O encurtamento das canções e a associação do sertanejo a outros ritmos, tais como o axé, o pagode e até mesmo o *funk* (que deu origem a um novo estilo denominado *funknejo*), são fatores que também têm se tornado os responsáveis por esta perda dos valores transmitidos pelas letras. No entanto, a partir da percepção do grupo, são justamente essas características que garantem o sucesso e a fácil assimilação de modos de vida e dos sentimentos efêmeros.

B: O fato é que a música sertaneja é fácil de se ouvir, fica na cabeça porque são super repetitivas

E: Na verdade, o que a gente mais consome é o ritmo, a batida, e se você não presta atenção é a mesma coisa, e uma frasesinha ali, que vai falar toda a música. É isso que as pessoas ouvem nas festas.

3.4- Percepções gerais da análise

A partir da aplicação e análise do grupo focal, foi possível perceber certas características quanto ao consumo da música sertaneja em Viçosa. Inicialmente tínhamos a

hipótese de que os estudantes das ciências agrárias se sobressaíam no consumo do ritmo devido à proximidade que estes ainda possuem com o meio rural. No entanto, com a observação do grupo, foi possível constatar que, com a mudança do sertanejo com características rurais para o essencialmente urbano, exclui-se substancialmente as diferenças de consumo entre os estudantes. Vale ressaltar que esta é apenas uma inferência, pois particularidades relevantes neste grupo precisam ser destacadas.

Entre os seis participantes, dois possuem origem rural (um do curso de Física e um do curso de Comunicação Social). Esta origem, mesmo que indiretamente, interferiu no gosto pelo ritmo, já que os estudantes dos cursos citados, pela observação do senso comum, não teriam o estereótipo de consumir música sertaneja. Há de se ressaltar também que o único estudante de Agronomia justifica seu gosto com o fator regional – este estudante nasceu no estado do Mato Grosso do Sul, estado em que a cultura sertaneja possui grande destaque – o que disputa espaço com o fator que a identidade coletiva atribuída aos estudantes das ciências agrárias possui nesta relação (de consumir apenas música sertaneja).

De uma forma geral, percebemos que o sertanejo universitário age de maneira mais eclética em termos de representação, pois não se restringe apenas aos estudantes e sim ao que os jovens estão fazendo. Há, por parte dos estudantes do grupo, uma crítica quanto aos limites dessa representação, pois, como observado nas falas dos mesmos, eles se reconhecem apenas no todo e não individualmente. No entanto, muitas ideias convergem sobre a fidelidade deste processo, pois, se a música é representação, o que ela nos traz é também um reflexo da sociedade na qual está inserida. O sertanejo hoje, além do comportamento jovem, aborda, de maneira positiva ou não, os desejos e os dilemas da juventude. Entretanto, a visão que se tem quanto a esta representação, muitas vezes é da falta de limites deste comportamento, seja quanto ao uso excessivo de bebidas alcoólicas, seja no comportamento abusivo em relação às mulheres.

Em termos de representação, a ideia que o grupo transmitiu sobre o conteúdo das músicas atuais é da efemeridade das relações afetivas e a venda de ideais inalcançáveis. Como visto anteriormente, os participantes acreditam que a música sertaneja, a exemplo do Rap Norte- Americano ou mesmo no *Funk* Paulista, vendem um estilo de vida fora dos padrões dos consumidores. Neste estilo, a representação que se tem do jovem é a de alguém que preza pelo lazer a qualquer custo, desprovido de sonhos profissionais ou qualquer laço afetivo duradouro.

Estas características também estão atreladas a mudanças nas formas de consumo da música atualmente. Diferente do modo de consumo das músicas sertanejas de outras vertentes, em que o rádio e a televisão se constituíam como meios principais de divulgação, o consumo do sertanejo universitário se dá por formas essencialmente urbanas: as redes digitais. Houve um consenso sobre a eficácia da internet, tanto na busca por novidades quanto pela possibilidade que ela oferece aos próprios cantores para se lançar no mercado da música. Vale ressaltar que, durante a reunião, muito se falou sobre essas possibilidades e na velocidade de propagação dos vídeos na rede. Por outro lado, foi possível perceber também que o grupo critica essa velocidade, atribuindo a ela a efemeridade do sucesso dos atuais artistas.

Embora críticas quanto à nova forma da música sertaneja, os estudantes percebem que, devido à grande proliferação do ritmo na cidade, tornou-se difícil estar indiferente a este fenômeno. Tal suposição baseia-se no fato de que, sendo a cidade universitária, onde os principais frequentadores das festas e micaretas são jovens, a música cumpre o papel de oferecer representações sobre o ambiente em que está inserida.

4- CONSIDERAÇÕES FINAIS

“A música é representação”. A frase proferida pelo estudante B durante o debate nos traz à tona a discussão acerca do papel da música na constituição dos sujeitos. Assim como visto ao longo deste trabalho, os processos de representação atuam na formação de identidades individuais e coletivas, sendo fundamentais para a consolidação das características culturais de uma determinada sociedade. Nesta perspectiva, objetivou-se com esta pesquisa, inferir como os jovens percebem a influência da música sertaneja na constituição da identidade e o modo que estes se veem representados pelo estilo.

O suporte teórico utilizado foi fundamental para a compreensão do processo de formação de identidades e como as transformações advindas da globalização alteram as relações de consumo da música e na forma como é produzida. Paralelamente, a criação das categorias para análise das letras de músicas selecionadas contribuiu para a percepção de características que ocorrem em diversos momentos na música sertaneja atual. Já a utilização do grupo focal como metodologia possibilitou a percepção do modo como a música sertaneja assume a representação de determinados segmentos, levando em conta a opinião de quem está inserido num espaço, onde a música sertaneja predomina entre as demais, tal como a cidade de Viçosa, que como visto, é uma cidade típica de interior ainda muito ligada às raízes agrárias

Assim como visto, no primeiro capítulo constituímos o referencial teórico da presente pesquisa. Abarcamos a questão da representação como propulsora da formação de identidades e como esta relação acontece nas músicas. Ao mesmo tempo, discutimos a influência da globalização na constituição das identidades coletivas, o modo como este processo tem interferido na produção musical e o seu reflexo na cultura. Foi neste capítulo também que traçamos uma breve história da música sertaneja, abordando os principais fenômenos responsáveis por cada um dos grandes momentos pelos quais ela passou.

Já no segundo capítulo, identificamos as temáticas mais recorrentes na música sertaneja, por meio de exemplos, e como essas temáticas constroem representações. Este capítulo também trouxe os fundamentos da realização da metodologia do grupo focal e a descrição detalhada da aplicação deste.

Por fim, no terceiro capítulo encontramos a análise das reflexões obtidas com o grupo focal. A partir deste, pudemos observar a forma como as temáticas presentes na música são percebidas pelos jovens estudantes de Viçosa e que tipos de representações eles constroem a partir deste consumo.

Em termos de representação, podemos observar que a música sertaneja perdeu a sua especificidade, ao deixar em outros planos as temáticas ligadas ao campo, que não são tratadas por nenhum outro estilo musical, passando a adotar temas mais comuns ao ambiente urbano. Atualmente, a música sertaneja segue tendências da música brasileira em retratar ambientes festivos frequentados pelos jovens, assim como também podemos encontrar no *funk* e no axé.

No entanto, ao comparando a representação do jovem urbano construída pela música sertaneja com a do *funk*, por exemplo, encontramos algumas discrepâncias passíveis de serem estudadas futuramente. Assim como foi possível perceber, o sertanejo universitário traz a figura do jovem de classe média que tem ao alcance das mãos todos os seus objetos de desejo – neste caso, mulheres, bebidas e diversão. Já no *funk*, um estilo unicamente urbano, temos a representação do jovem, frequentemente atrelada à periferia ou à ideia de ascensão social. É comum também a este estilo, o apelo sexual e a venda da ideia de diversão. Vale ressaltar que a comparação foi estabelecida devido à proximidade que os dois estilos vivem no momento atual, tanto por tratarem de temáticas semelhantes quanto pelo fato de ambos estarem frequentemente nos ambientes festivos

Tais fenômenos são resultantes do processo de globalização. A globalização, como visto anteriormente, é responsável por uma interação entre a economia e a cultura de um determinado lugar, alterando as relações de consumo. Estes processos resultam na homogeneidade da música brasileira, reduzindo a visibilidade de identidades locais, como a do sertanejo de raiz. Por outro lado, uma produção musical mais uniforme proporciona o surgimento de uma identidade nacional mais consolidada, o que, de certa forma, altera as identidades individuais.

Nesta perspectiva, não se pode falar que o sertanejo universitário está pior ou melhor do que o sertanejo vivido em outras épocas. Ocorre que, conforme a sociedade se transformou, houve uma necessidade de uma modernização na música para acompanhar esta tendência. Assim, como foi a mudança do caipira para o sertanejo raiz e deste para o romântico, o sertanejo hoje nada mais é do que um reflexo do comportamento da sociedade e das suas necessidades de consumo.

Contudo, podemos perceber que o termo sertanejo universitário não se restringe a representar os sujeitos aos quais se destina, uma vez que o “universitário”, que foi definido por agradar a tal público, ficou em segundo plano nas canções. O que ocorre é que, na visão

dos jovens entrevistados, o sertanejo universitário eliminou as barreiras socioespaciais e, hoje em dia, representa a juventude de uma maneira geral.

Referências Bibliográficas

- ARAÚJO, Júlia Silveira de. **A mulher como o Outro e outras representações de feminilidade: Dominação, negociações e disputas de gênero na música popular massiva brasileira.** In: Anais do X POSCOM. Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Rio de Janeiro. Novembro de 2013
- AMARAL, Adriana; KEHL Camila. Indie ou Sertanejo? Apropriações de dois gêneros musicais através do elemento xadrez no aplicativo Instagram. **Revista Temática.** Ano IX, n. 05, 2013.
- BASTOS, Gustavo de Moura. Jovem música sertaneja: a construção de marca dos artistas sertanejos contemporâneos. **Monografia** (Bacharelado em Publicidade de Propaganda)- Universidade de Brasília, Brasília, 2009.
- CALDAS, Waldenyr. **O que é música sertaneja?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- FARIA, Pollyana de Oliveira. Uma análise geográfica da modernização socioespacial brasileira a partir da cultura e música caipiras e da música sertaneja. **Monografia** (graduação em geografia) Universidade Federal De Uberlândia, Uberlândia 2010.
- COSTA, António Firmino da. **Identidades Culturais Urbanas em Época de Globalização.** Revista Brasileira de Ciências Sociais - VOL. 17 N.º48. Fevereiro de 2002.
- COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupos Focais. In: DUARTE, José. BARROS, Antônio. (org). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação.** 2ª ed. Atlas. São Paulo, 2009.
- GOMES, Maria Elasir S.; BARBOSA, Eduardo F. **A Técnica de Grupos Focais Para Obtenção de Dados Qualitativos.** Revista Educativa- Instituto de Pesquisas e Inovações Educacionais. Publicação interna. Fevereiro de 2002.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade,** Trad. SILVA, Tomaz Tadeu; LOURO, Guacira Lopes. 11ª edição. DP&A Editora, Rio de Janeiro, 2006.
- HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas.** Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 364p.
- JANOTTI JR, Jelder Silveira; PIRES Victor Almeida Nobre. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais de internet. In: JANOTTI JR, Jelder Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues *et al* (orgs). **In: Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet.** – Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.
- LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro de; OLIVEIRA, Rose Marie Santini de. **MP3: Música, Comunicação e Cultura.** E-Papers Serviços Editoriais, Rio de Janeiro, 2005.

LIOTO, Mariana. Felicidade Engarrafada: Bebidas alcoólicas em músicas sertanejas. **Dissertação.** (mestrado). Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Cascavel 2012.

MAURER, Ludmila; MUNIZ, Valéria Campos. Nem sempre é amor. **Revista Littera**, Volume 2º. – nº 02 – 2º. Rio de Janeiro, 2012.

MORIGI, Valdir José. Teoria Social e Comunicação: Representações Sociais, Produção de Sentidos e Construção dos Imaginários Midiáticos. **Revista eletrônica e-Compós.** Rio Grande do Sul. 2004.

MOURA, Auro Sanson. Música e construção de identidade na juventude: o jovem, suas músicas e relações sociais. **Dissertação** (mestrado). – Curitiba, 2009. 146f. : il. color., grafs

NEPOMUCENO, Rosa. **Música caipira: da roça ao rodeio.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

NETO, Otávio Cruz; MOREIRA, Marcelo Rasga. Et al. **Grupos Focais e Pesquisa Social Qualitativa: o debate orientado como técnica de investigação.** In: Anais: XIII Encontro da Associação Brasileira de Estudos Populacionais. Ouro Preto, Minas Gerais, 4 a 8 de novembro de 2002.

SCHERER, Cleudet de Assis. **A contribuição da música folclórica no desenvolvimento da criança.** Revista Educativa, Goiânia, v. 13, n. 2, p. 247-260, jul./dez. 2010.

TRAD, Leny A. Bonfim. Grupos Focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiência com o uso da técnica em pesquisa de saúde. In: **Physis: Revista de Saúde Coletiva.** Vol.19 no.3 Rio de Janeiro, 2009.

VLADI, Nadja. O negócio da música – como os gêneros musicais articulam estratégias de comunicação para o consumo cultural. In: JANOTTI JR, Jeder Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues *et al* (orgs). **In: Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet.** – Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: Tomaz Tadeu SILVA (organizador). Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000, 133p.

Sites consultados:

Kboing. Disponível em: <http://www.kboing.com.br/>

Site Oficial Henrique e Juliano: www.henriqueejuliano.com.br

Site oficial Israel Novaes. Disponível em: www.israelnovaes.com.br/home

Site oficial Munhoz e Mariano: <http://www.munhozemariano.com.br/capa/>

Top Sertanejo: <http://www.topsertanejo.com/>

Uol. Disponível em: <<http://www.radio.uol.com.br/#/home>>

Vídeos:

Pantera Cor-de-rosa. Disponível em:<<http://www.youtube.com/watch?v=qHF6gpnaTAs>>

Tá namorando e me querendo. Disponível em:

<<http://www.youtube.com/watch?v=MQwWHju-2xg>>

Vó, Tô estourado. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=zfGZbGGFSCY>>

APÊNDICES

QUESTIONÁRIO – PARTE 1: IDENTIFICAÇÃO DOS INTEGRANTES DO GRUPO FOCAL

Nome:

Curso/ Centro de Ciência

Idade: _____

Sexo: () Masculino () Feminino

Estado civil: () Casado () Solteiro () Divorciado

Ocupação profissional:

Endereço em Viçosa:

Cidade e Estado de origem:

Renda familiar: () 1 a 3 salários mínimos () 3 a 5 salários mínimos

() 5-9 salários mínimos () mais de 10 salários mínimos

“Esta reunião será gravada para fins de análise e consulta posterior. As imagens aqui obtidas, não serão de forma alguma veiculadas ou apresentadas para banca avaliadora. Vale lembrar também que os nomes não serão revelados no corpo do texto”.

() Autorizo e tenho consciência dos termos acima

Assinatura _____

PARTE 2: QUESTIONÁRIO: HÁBITOS DE CONSUMO MUSICAL PELOS UNIVERSITÁRIOS DE VIÇOSA

- 1- Você costuma consumir música no dia- a- dia?
- 2- Quanto tempo em média você gasta ouvindo música por dia?
- 3- Como você consome música?
- 4- Como você tem acesso as novidades da música (internet, rádio, recomendação de amigos)?
- 5- Quais estilos musicais você consome com mais frequência?
- 6- Em que situações a música costuma estar presente na sua vida?

PARTE 3: QUESTIONÁRIO: IDENTIFICAÇÃO COM O GENÊRO SERTANEJO

Antes da exposição das músicas

- 1- Você tem o hábito de consumir música sertaneja?
- 2- O que te leva a consumir esse tipo de música?
- 3- Qual a sua opinião sobre as mudanças que o estilo tem passado (do sertanejo raiz até o universitário)?
- 4- Quais os cantores com os quais você mais se identifica?
- 5- Quais as canções são as suas preferidas atualmente?
- 6- Como vocês percebem os atuais cantores?

Após a audição das músicas

- 1- Você já conhecia estas músicas antes?
- 2- Qual a primeira impressão que você tem das músicas apresentadas?
- 3- Como a juventude está sendo retratada? Você concorda com isso?
- 4- Você se sente representado por este ritmo?
- 5- Que tipos de comportamento este tipo de música inspira quando tocada numa “balada”?
- 6- Há algum traço do comportamento retratado com o qual você se identifique?
- 7- O que você acha deste novo estilo de cantor sertanejo?
- 8- Qual a impressão que você tem ao ouvir estas músicas e comparar com as músicas do sertanejo dito romântico e o sertanejo raiz?

ANEXOS

TRANSCRIÇÃO LITERAL DO GRUPO FOCAL

VOCÊ COSTUMA OUVIR MÚSICA?

A: Eu estou sempre ouvindo música, nas minhas horas vagas, geralmente sertanejo mesmo. Quando eu não estou estudando e nem no estágio eu estou ouvindo música

B: Eu ouço música a maior parte do meu dia, seja estudando, fazendo trabalho, estou sempre ouvindo. Gosto de ouvir para relaxar ouço música no celular, no computador no rádio.

C: Eu escuto música quase todo meu tempo também, só que eu ouço na maioria radio. Gosto muito e se for pra quantificar meu em horas, o tempo que eu gasto ouvindo música, diria que uns 40% do dia eu fico ouvindo

D: Também gosto muito de música, mas ouço geralmente a noite, ou no carro

E: Eu faço muita coisa ouvindo música e sempre eu tô na frente do computador eu escuto alguma coisa

F: Eu gosto muito de música, não faço nada sem música. E o meu dia é praticamente todo guiado com música, eu acordo ouvindo música, durmo com música, consumo bem. Consumo pelo celular, no youtube, na caixa de som da academia.

QUANTO TEMPO EM MÉDIA, VOCÊS GASTAM OUVINDO MÚSICA?

C: Como eu falei, o tempo livre que eu tenho eu passo ouvindo música

D: No meu caso também é mais ou menos isso aí, em torno de 40% do dia, estou ouvindo música.

E: Eu já escutei mais, hoje nem tanto.

F: o meu tempo livre é todo para música, tudo que eu faço é com música. Do meu tempo livre é 100%.

COMO VOCÊS COSTUMAM TER ACESSO ÀS NOVIDADES DA MÚSICA?

A: Eu particularmente, geralmente por recomendação de primos, que moram em outra cidade, geralmente a difusão as música ela é diferente de acordo com as regiões e tô sempre procurando saber: aí que música vocês estão escutando aí? E geralmente na internet também. Eu acho que a internet é um meio de difusão de musicas novas, lançamentos muito importante, e geralmente é isso: por recomendação de parentes, no caso meus primos e por meio da internet.

B: No meu caso, eu não gosto das músicas atuais, é difícil eu gostar de uma música nova. Geralmente eu busco por músicas mais antigas, as vezes assistindo a um programa de televisão, que nem o *The Voice*, ouço uma música que geralmente eu gosto e a partir daí eu saio para procurar na internet, porque a internet é um meio básico hoje de se buscar música. E assim, as vezes você vai numa festa e toca na festa uma música que você nunca ouviu e tá todo mundo cantando, você acaba meio que gostando assim, e se apropria dela.

C: Eu acho que mais, que eu descubro música nova é no rádio. Porque as rádios, elas estão sempre atualizando, pelo menos na parte que eu tô escutando. Toda semana, todo dia eu escuto rádio e então eu acabo descobrindo as músicas que tão em alta. Mas os sites de música também que eu busco assim na internet, são que as pessoas sugerem.

D: Eu descubro música, eu tento atualizar indo nos sites de cantores, olhando os vídeos que os amigos estão divulgando, nas festas, nos rádios, youtube, em geral internet mesmo.

E: Eu encontro mais em rádio e na televisão, em novelas e programas musicas e coisas do tipo.

F: Eu descubro música pela rádio, pela televisão também, canais de clipe, esses canais televisivos de música como MTV. Eu fico conhecendo o trabalho dos artistas através desses meios comunicacionais.

QUAIS ESTILOS MUSICAIS VOCÊS CONSOMEM COM MAIS FREQUÊNCIA?

A: No meu caso, predominantemente a música sertaneja, mas não só a música sertaneja, mas também a música eletrônica. Eu me identifico bastante com algum, algum tipo de *rock* internacional, eu escuto bastante também a música popular brasileira, a MPB, acho que basicamente é isso.

B: Eu ouço muito samba, pagode, sertanejo, pop assim mais pro romântico, não gosto muito de música internacional, e não sou chegada em *rock*. Mas os três principais seriam mesmo o sertanejo, o pop e o samba.

C: Eu escuto mais pop internacional, música mais romântica mesmo. Em segundo acho que o sertanejo e o terceiro lugar a popular brasileira.

D: Eu gosto muito de música raiz, essas músicas que falam do meu estado, o Mato Grosso do Sul. No estado é um sertanejo, mas um sertanejo mais raiz, gosto das músicas que falam da região pantaneira em geral. Gosto também de ouvir as músicas antigas, o sertanejo mesmo, só que de raiz.

E: Eu escuto um pouco de tudo. Eu não gosto muito de *rock*, muito pesado, e nem de *funk*. O resto eu gosto de quase tudo. Eu ouço muito pop nacional.

F: Eu escuto um pouco de tudo também, mas as principais seriam pop internacional e a eletrônica.

EM QUE SITUAÇÕES A MÚSICA ESTÁ PRESENTE EM SUAS VIDAS?

B: Geralmente antes de uma situação que exige muito de mim, uma prova muito difícil, sempre tem aquela música especial que você acaba recorrendo a ela para poder...

C: Espiritualizar né?

B: Relaxar, entrar em concentração, geralmente eu ponho uma música clássica. É uma coisa bastante relevante pelo menos na minha vida

D: O problema é que às vezes eu escuto uma música antes de uma prova, fico com ela na cabeça, aí chega na prova eu fico com aquele trem matutando.

C: Eu não tenho muito esse problema, não com música, eu procuro escutar uma que me relaxe.

B: Comigo chega num ponto que me acalma demais

F: Comigo nem tanto antes, mas depois da prova também, aí eu escuto.

E: Depois nem adianta mais uai

B: Teve uma época que eu botava I will survive véi, aí ficava aquela coisa.

Risos de todos

B: Aí repetia umas 30 vezes, aí ficava aquilo I will survive, i will survive.

F: Engraçado, quando eu fui fazer uma banca, do celin, não era pra eu ficar agitado,

B: Segura na mão de Deus e vai?

Risos

F: Segura na mão de deus eu costumo cantar pros meus colegas. Quando eu tô indo pra uma prova, eu vou rindo e cantando segura na mão de Deus.

Risos

F: Engraçado que ela acaba perdendo um pouco do foco religioso para fazer graça, piada né?

VOCÊS TEM O HÁBITO DE CONSUMIR MÚSICA SERTANEJA?

Todos, quase num coro, respondem sim.

O QUE TE LEVA A CONSUMIR ESSE TIPO DE MÚSICA, EXISTE INFLUÊNCIA FAMILIAR OU DOS AMIGOS?

A: Acho que, com certeza. A influência da música sertaneja hoje, ela transcende o fato de você simplesmente gostar. A música vem desde, vem através das gerações. Geralmente vem do fato da sua família estar voltada pra um estilo musical normalmente influi bastante no seu gosto. Eu acho que não é uma regra, não ocorre em todos os casos, mas influi bastante no gosto da pessoa.

B: No meu caso, eu vivi intensamente a década de 90, aquela época dos “amigos”, aquelas duplas lá, as três principais. a primeira música que eu aprendi a cantar foi brincar de ser feliz do Chitãozinho e Xororó, a primeira música que eu aprendi a cantar inteira. Quem assim, ouviu em casa, lá em casa tinha um tinha toca fitas na época e tinha as fitas de Chitãozinho e Xororó, e a gente ia pra praia e ouvia ela sei lá, umas 10 vezes e aquilo foi internalizando, por isso que hoje em dia eu não escuto tanto essas músicas atuais, difícil achar uma música que eu goste mesmo. Mas esses antigos assim cara, eu acredito que foi meio que uma tradição familiar, que passou.

C: Engraçado, no meu caso, a primeira música sertaneja que eu aprendi a cantar foi Fio de cabelo de Chitãozinho e Xororó. E depois eu tinha assim, uns seis sete anos e eu já sabia cantar as musicas todas, um negócio assim (sem palavras), como assim eu sabia cantar todas as músicas deles? Mas eu tenho

mais esse negócio de gostar de sertanejo, como uma questão familiar, porque 95% da minha rede de amigos não escuta sertanejo.

D: No meu caso assim, é mais regionalizado, eu gosto de música lá da região, as músicas raízes que falam do estado. Elas falam coisas antigas e da natureza, isso influencia, influenciou muito em eu gostar de sertanejo. Por isso que eu gosto

E: A minha família, lá no lugar onde eu moro, o sertanejo é predominante, e o meu círculo de amigos, também gosta muito de sertanejo.

F: Engraçado, o fato de eu gostar de música sertaneja não vem da família, lá no espírito santo a difusão da música sertaneja é muito grande, como em toda região sudeste. Mas eu começar a gostar de sertanejo, foi eu chegar na UFV. Eu acho que a razão é válida, por que a universidade é predominantemente agrária. Enquanto eu morava em Cachoeiro, a gente não tem essa cultura, o estado do ES é garrado com o Rio, então o que vem do Rio a gente escuta, e o que desce da Bahia a gente escuta, desce de São Paulo, a gente escuta.

D: Arrocha ceis num escuta não?

F: Não, o arrocha começou, mas só depois que eu vim pra cá e eu não gostava, não escutava sertanejo, sertanejo universitário pra mim era uma tragédia. Um ano antes de eu entrar na UFV, todos eles, todos os artistas possíveis fizeram show lá. Começou em janeiro, foi terminar em dezembro. Eu lembro que eu justificava, não vou em show sertanejo porque eu não gosto e eu realmente não gostava, minha família também não gosta, meus pais, minha vó, ninguém. Eu falava que eu tava guardando dinheiro pra ir no *Rock in rio*, porque era mais de pop, essa era minha justificativa. E quando eu cheguei na UFV, a coisa mudou, e foi culpa dos amigos que eu fiz aqui, que a maior parte escuta sertanejo, então acho que foi isso.

QUAL A SUA OPINIÃO SOBRE AS MUDANÇAS QUE O ESTILO TEM PASSADO? DO SERTANEJO RAIZ ATÉ O UNIVERSITÁRIO?

F: Acho melhor começar com ele (aponta para o Victor)

Risos

D: Então, a música em si não é mais como antigamente. Teve uma evolução, mas não sei se foi uma evolução mesmo né? (risos) mas essa evolução veio com os jovens, os estão querendo, estão em busca de um estilo mais animado, porque antigamente as músicas eram mais melódicas, falava da vida de peão. Hoje a música é mais agitada, conforme o jovem tá demandando

E: Acho que a música sertaneja hoje, não é sertanejo.

D: Não, não é sertaneja

E: Ela não devia chamar sertanejo

D: É...

C: O sertanejo mudou porque o homem sertanejo mudou. Eu nasci e fui criada na zona rural, meus pais trabalham em uma fazenda. Então tipo assim, a vida do campo mudou, mudou tanto o cotidiano, que nem se pode mais falar em vida sertaneja, tipo assim...

E: Eu também sou da zona rural e não acho que mudou tanto assim

C: Ah mudou sim

E: Mudou, é lógico que não é como quando surgiu o sertanejo raiz e tal, mas não acho que a vida sertaneja mudou taaanto assim ponto das músicas que são hoje, elas são somente urbanas,

D: Também concordo que as músicas são totalmente urbanas

C: Mas o pessoal para quem as músicas eram dedicadas também foram urbanizados, mas de fato, você coloca as músicas assim, num naaada a ver com a vida da roça.

D: Os jovens querem dançar, você não vai ao show do Almir Sater para dançar, né? (risos) não convém né?

F: Eu tenho amiga que foi no show da Paula Fernandes, e ela falou não gostou do show, porque o show foi exaustivo e não dava pra dançar, eu falei: como assim? Eu concordo com o que você fala, na verdade eu concordo com você (aponta para a Viviane) que a música sertaneja tem se adaptado a sociedade. Na verdade, eu acredito que a música de maneira geral, a linguagem que a música tem se utilizado tem se adaptado a quem está consumindo ela. O que os jovens estão ouvindo hoje não é o que meu pai escutava, os ideais que estão presentes na música não são os que meu pai escutava. Papai e mamãe quando se conheceram era de se chegar e xavecar a menina, você vai cochichar e tal, hoje em dia você já vai direto pra... é muito, de maneira geral eu acredito que a música tem mudado e de certa forma, do jeito que vocês falaram do peão, que eu não posso falar porque eu não tenho nada a ver com roça, nasci na cidade grande, então não sei o que é isso. Eu acho isso bem marcado, você tinha música que falava de amizade, do amor, do rural, e hoje é diferente.

Risos

D: Hoje vai misturando também, sertanejo com pagode, sertanejo com *funk*.

F: O mais interessante é que o sertanejo criou o sertanejo universitário e não sei o que aconteceu que conseguiu sair no ar. Eu não vejo diferença no sertanejo universitário pro arrocha

D: Eu acho engraçado, (não deu continuidade)

C: Eu também...

D: Olha o exemplo do Jads e Jadson aqui em Viçosa. Eles são lá do meu estado, eu conheci eles cantando as modas antigas, bem apaixonadas, bem lentas mesmo. Hoje é um show mais animado, mais arrochado. Eles se adaptaram a esse estilo de sertanejo, entendeu?

F: Eles tiveram que se adaptar, porque a cultura de massa, se você não se adaptar, você é... (não dá continuidade)

D: As pessoas não vão consumir né?

F: Se você não se adaptar, você vai sair perdendo. No mundo globalizado?

D: Com certeza!

C: Outra coisa que é importante observar é o romantismo. Antes tinha muito sertanejo romântico, romântico mesmo, dor de cotovelo. e falava de amor. Hoje são poucos os que falam de amor, por quê? Porque as pessoas não querem mais ficar sofrendo com a dor de cotovelo né gente? As pessoas querem sair de casa e pegar outra pessoa. Acho que o comportamento da pessoa em relação a se sentir deprimida é que tem mudado. Então as pessoas para as quais a música está sendo direcionada mudam também, então a música tem que acompanhar isso. Tipo assim, não, as pessoas não querem mais ficar dentro de casa escutando música sertaneja e chorando pela dor de cotovelo.

F: No rádio, aquele rádio chiado.

C: Aí os compositores mudaram, os compositores não mais se dedicam a fazer aquela música romantizada de pessoa que tá sofrendo.

E: Eu acho que...

B: Olha, os compositores não escrevem mais música né? Não tem mais letra. Você faz um refrão com duas palavras,

F: Arrocha que ela gosta

B: E vende por milhões.

Intervenção minha

B: Mas isso, isso é um reflexo. A gente tem que pensar na música sertaneja uniforme. Se a gente pegar por exemplo, Chitãozinho e Xororó, na década de 80, final de 70, os antigos falavam que eles estavam estragando a música, assim como falam do universitário. Acredito que esse negócio de que a música e a cultura, elas vão sofrendo modificações. Eu acredito que assim, a gente precisa tomar cuidado com que a gente fala, que é pra atender as demandas, por quê? Porque na verdade, eles que estão moldando as cabeças, não são as pessoas que estão falando agora eu quero isso. Isso é tudo parte de um modelo de sociedade que está sendo construído e a arte tá aí pra poder confirmar, principalmente a arte de massa. E a gente tem que pensar na música sertaneja hoje, como música de massa. É uma música do tche tcherere tche tche, que vende milhões. O show do Michel Teló tá 350 mil reais. Então você para e pensa né? Onde tá o valor? Não digo que é melhor ou pior, mas a gente tem que problematizar essas questões, principalmente tendo em vista que, uma comunidade universitária como a nossa, a gente sabe como é que são as relações numa festa. O cara vai pra festa, ele não vai pra prestar atenção na letra da música, não vai pra dançar, ele vai pra pegar. Depois da meia noite, tá todo mundo bêbado? Foda-se quem tá tocando, ninguém tá nem aí. Então temos que tomar muito cuidado pois é um processo muito problemático. Eu acompanho a música sertaneja desde criança, chegou num ponto em que pra mim mesmo, essa música é fruto desta sociedade capitalista que aliena e aliena mesmo. eu não consigo mais ouvir. Eu não consigo ouvir rádio. Eu ligo o rádio e me dá nervoso, só toca porcaria. E porque que só toca porcaria? As vezes você fica esperando uma letra bonita que te emocione

C: Não consegue

F: Não consegue

B: Não consegue. A música é emoção, é uma forma de você emocionar as pessoas. Gente, tem coisa mais maravilhosa do que você ouvir uma música que te faz arrepiar inteira? Acredito que isso tá

perdendo. Essa questão de que antigamente era romântico, dor de cotovelo, são um reflexo de como as relações humanas são hoje, extremante descartável. E a música vai com certeza refletir isso. As pessoas cantam isso, ah “o sol rachando já passou do meio dia”, ah tudo bem, a gente não vive mais numa sociedade moralista como vivia há 20 30 anos atrás, mas a gente pensa isso, como assim, o cara vai pra cama com uma mulher que ele nem sabe quem é?

F: Numa casa toda virada do avesso?

B: Com certeza, tão vendendo pra você, um tipo de vida que eles querem que você tenha, que é extremante efêmera, tal qual, o quão superficial são as letras que a gente ouve.

F: Os valores que vem sendo transmitidos nessas músicas, só complementando isso que você falou, eles são inúteis. Você não tem nenhum valor concreto. Não sei como um pai deixa um filho ouvir um negócio desses. Acha bonito dizer que o sol tá rachando e que já passou do meio dia.

D: Olha o Luan Santana, naquela música que ele fala que a menina tem cara de santinha mas o pai não sabe o que ela faz. É um absurdo.

F: O que eu acho mais engraçado é como os artistas contradizem os valores que eles pregam em outras músicas. Ele tem aquela música que fala que a menina perto do pai é santinha, mas ele tem uma música que fala que vai ficar esperando a menina por toda vida. É um absurdo.

C: Igual, como não é o cara que compõe a música, ele não pensa sobre o que ele tá dizendo.

F: Ele não pensa no que ele tá dizendo.

C: Outro exemplo disso é o Gustavo Lima também, que tem umas músicas extremamente contraditórias isso eu acho muito estranho, isso porque também antes eles cantavam as músicas que eles escreviam.

B: Esse negócio de ter vários compositores para fazer uma porcaria, a gente vê na universidade a gente pega um artigo, é um, é um, eles pegam uma pesquisa inteira, um artigo com 30 autores, mesma coisa é a música.

Deixa interromper, Saulo, você quer falar alguma coisa?

A: Eu queria falar um pouquinho em relação a esta abordagem que todos tiveram em relação à música. Eu vou um pouquinho contra, nas discordando deles com relação à música sertaneja, com relação a esta demanda do pessoal que escuta. Não é uma coisa fixa, eu sei, não é só demanda que a gente tem, não é só a parte de eles imporem um estilo de vida pra gente. Mas é uma maneira mais forte de influencia sim, de atender a demanda. Vai muito de encontro, de encontro não, ao encontro ééé, dessa diferença que muitos aqui já falaram. Ele falou por exemplo (apontando para o Re) que você tem um mesmo cantor, cantando estilos de música diferentes. Ao mesmo tempo em que ele fala que ele é um homem ideal para filha do cara, ele fala que não tá nem aí. Então eu acho assim, isso de certa forma, cria uma ilusão de que a mudança que a música sertaneja tá passando, é uma mudança que é reflexo da demanda que o pessoal tem. Tanto que hoje em dia o mundo é comercial. Se não tiver atendendo a demanda, não entra no mercado, não consegue fazer influência de qualquer forma. Acho que com relação a essa mudança, sim, foi para atender a uma demanda, é o meu ponto de vista, uma demanda de transmitir sentimentos ilusionistas, sentimentos que as vezes você não tem acesso àquilo, um sentimento que transcendo a sua realidade. Com relação à música sertaneja, acho que ela perder realmente o sentido de sertanejo, mas ela vem aprimorando e vem adaptando com a relação à

demanda. Esse é meu ponto de vista. O pessoal falou aqui algumas coisas em relação a isso, mas também disseram ser uma coisa muito verticalizada, de cima para baixo. Eu já acredito numa influência maior de baixo para cima, do pessoal que ouve a música com o pessoal que faz a música. Acho que é isso, não discordando do ponto de vista deles que também tem essa influencia de cima para baixo. Mas eu acredito que o mundo hoje é mais controlado pelo mercado do que pelo fornecedor.

B: Mas quem pensa o mercado, as tendências, não é o povo. O povo é uma massa, ele segue o caminho que alguém pensa, num é ela. É uma relação dialética. Há uma influência de cima para baixo, assim como de baixo para cima.

F: É uma via de mão dupla

C: Acho que é algo mais complicado do que isso. É o meu pensamento, as pessoas que escrevem música vendo o que ta acontecendo. Porque o que acontece? “Ah meu vizinho fez isso, vou por isso na música”. Eu não acho que é ao contrário. Tipo “ah, vou mandar a mulher bater o bumbum na água”. A mulher que bate o bumbum na água, aí você tem uma música que fala isso, entendeu? Acho que não é assim: “vamos mandar todo mundo no rebolation”. Você fala assim, a música está sendo direcionada, a música tem uma enfática de...

B: Não, é tudo, nas novelas, nas rádios. E quem pensa isso é a elite, num é pobre.

F: Num é de hoje que novela dita a moda.

D: Na época da novela Rei do gado, só se escutava as músicas do rei do gado

F: Eu não sei, eu só não sei, que a mídia de uma maneira geral, não trouxe um personagem que contemplasse a música sertaneja. Por exemplo, hoje você tem lá a imagem da piriguete, mas você não tem a imagem do cara que veste xadrez e que escuta sertanejo, não que eu ligue.

B: Na novela América tinha o *cowboy*. As tendências, ela vai e volta, entendeu? Cada época que é uma coisa

F: A última que eu vi foi América e isso ò (gesto com as mãos representando muito tempo) há muitos anos.

Eu: América trazia um cowboy um pouco mais antigo, mais americano

F: Mas que tinha a ver com o gênero

B: Mas na novela, ela coloca a música e geralmente é o que? É uma situação de pegação. Aí mostra a mulher se pegando. Porque as músicas sertanejas falam de pegação. Então é tudo interligado

F: É tudo interligado. Quando você tá num contexto sertanejo, você num vai colocar uma música clássica, para embalar o romance.

B: O fato é que a música sertaneja é fácil de se ouvir, fica na cabeça porque são super repetitivas, aí o cara vai gostar, vai comprar, então. Acredito que o estágio inicial é sempre, a gente, a massa, ainda não se vê como massa, massa produtiva. Ela vai muito nessa questão da moda.

D: Aquelas meninas que ficam na frente do palco ali, grudadas e fazendo inha ihhn, será que elas ficam por causa do cantor ou mais é por causa da música?

B: Que cantor? Dinheiro.

D: Dinheiro né? Por isso.

B: Porque tá fácil né, ela sabe que o cara tem carrão. É uma coisa ilusória entendeu? É a coisa da ostentação. As vezes tá lá passando fome e cantando.

C: Tô no carraço

F: E ostentando

B: É ilusão. Porque ele quer uma situação de vida que ele sabe que não vai ter. mas porque que ele faz a música? Porque eles veem os caras ricos falando que aquilo lá é bom, que se você tiver o carro do ano, tipo camaro amarelo.

F: Aí a gente entra em outro fator da música, que é a música como fator de ascensão social.

A: Dessa forma que ela colocou aí (aponta para B) nós temos que captar assim, com relação à música de maneira em geral. A música de maneira em geral aí sim é uma coisa verticalizada, mas em relação ao comércio, eu não consigo ver como uma coisa verticalizada, alguém já deu um exemplo, com relação à música de Jads e Jadson. Hoje em dia, a música é comércio. Se você não tá ali no comércio, você sai fora. Ele falou (D) que há pouco tempo atrás eles cantavam moda, hoje em dia, se eles não adaptam o estilo de música deles com relação a tocar um sertanejo mais animado, o sertanejo universitário, eles saem do mercado

E: É, é assim mesmo, eles saem, mas tem ainda quem goste, mas não faz sucesso. Quando toca uma música antiga, muita gente gosta. porque tá todo mundo reclamando da música atual, que odeia, que a música tá um lixo puro, então tem muita gente que não gosta. Se eles (Jads e Jadson) continuassem cantando isso, ia ter... eu lá no público. Eles iam perder, por exemplo 100, por mim.

A: Mas e o mercado?

E: Aí tem a questão de mercado, se eles vão preferir música ou dinheiro.

A: Com certeza o dinheiro. O mercado, eles abrem mão de ter um público de 20 mil pra ter um de 100 mil, num consegue.

B: Mas aí sucesso dele vai durar esse ano, se bobear talvez ano que vem, e depois ninguém lembra. É seis meses só. Mas os antigos não, Sérgio Reis, Chitãozinho e Xororó, os caras tem 40 a 50 anos de carreira.

F: Carreira. Essa é a palavra.

B: Exatamente. É carreira, não é ascensão.

F: E hoje, hoje a gente vê uma sociedade tão do boom. Por exemplo, você escuta uma música do camaro amarelo, boom, tá. O que que o Munhoz e Mariano consegue fazer mais além de camaro amarelo. Que você escuta?

D: Roubaram o camaro amarelo (risos)

E: Nem sabe quem é o autor nem nada

F: Acho engraçado que você joga no itunes, hoje todos estão no itunes né? Você joga lá só tem aquela música, beleza. Luan Santana, até que Luan Santana tá um pouquinho mais, ele consegue ser mais... Cristiano Araújo, só aquela, boom, explode aí daí a pouco num consegue fazer música mais.

B: É diferente de antigamente. Os caras lançavam um CD, você num conseguia desaproveitar uma música, você ouvia o CD todo.

F: E eles cantavam todas as músicas, eles num tinham música de trabalho, tinham uma música

B: E as gravações eram em estúdio. Hoje os CDBs são ao vivo

D: Do DVD né

C: É, essa questão da dupla ficar ou não, tem duplas que permanecem. Mas a questão é você pegar um CD escutar todas as músicas, obvio. Jorge e Mateus é uma dupla que ainda consegue fazer isso.

B: Bruno e Marrone,

C: O público de Jorge e Mateus, eles não priorizam o público jovem

D: Bruno e Marrone, Victor e Léo.

E: Mas Victor e Léo ainda tão nos antigos

F: Victor e Léo é mais antigo mesmo, mais romântico

D: Gino e Gino

F: Só que o Jorge e Mateus, não sei se é por causa da cultura de massa, não sei, mas eu não vejo o trabalho deles sendo trabalhado na mídia. Eu não vejo.

B: Mas eles vendem muito

C: Vendem

Eu: O show do Jorge e Mateus é caro

C: A questão é que se você não aparece muito na mídia, até tipo na rádio. Eu ouço muito rádio, e eles não saem. Todo dia, todo mês, a cada seis meses, você tem novas músicas, eles tão sempre tocando. Você tá sempre vendo uma música deles que tá na parada de sucesso.

D: Mas eles, as letras deles são muito bonitas

C: As letras são boas.

B: A cultura é muito monopolizada

C: Isso

F: E Fernando e Sorocaba que produz pra todo mundo? Produz pra num sei quantas duplas. Ele produz pra todo mundo. Gente como uma pessoa produz tanto.

C: Mas eu tava comentando outro dia, que eles são bons, as músicas eram boas, do nada, eu acho que eles mudaram o estilo do nada, e pararam de lançar música. Acho que eles não lançam nada há uns dois anos. E só produzindo né? “não, vamo colocar gente nova nessa bobagem”

F: Vai colocando, vai colocando.

B: E assim eles vão ganhando dinheiro para produzir pessoas.

F: Eles tão ganhando aquilo que os outros consomem do Luan Santana

C: Ele não tem aquele valor, aquele amor à música.

F: Aí acaba escrevendo qualquer porcaria. Acaba escrevendo qualquer lêlêlê tche therere tche. Sei lá qual vai ser o próximo, a próxima...

E: Monossílabo (risos)

Vamos passar para o próximo bloco

COMO VOCÊS PERCEBEM OS CANTORES SERTANEJOS?

A: Os atuais, acho que atendendo a demanda. Os cantores que já estão, já estão...

E: Consagrados

A: Consagrados na música em si, não mudam. Mas os atuais para entrar no mercado, eles acompanham

E: Eles acabam atirando para tudo enquanto há lado

F: Só de você fazer uma música que, sei lá...

B: Você põe qualquer vídeo no youtube hoje e tem um milhão de acessos

D: É assim mesmo

B: Queria ver se fosse fazer uma pesquisa do consumo dos nativos em Viçosa. Porque os universitários ouvem sertanejo, mas a galera nativa, é só *funk*.

C: Eu não bem se assim, mas e você fizer uma questão de consumo de música em viçosa e em lavras, Lavras dá de 150 na gente. Você umas 15 pessoas aqui, umas oito gosta de sertanejo. Lá é 14.

F: Uma coisa muito engraçada é que, eu nasci no Espírito Santo, sou capixaba, mas parte da minha família mora no RJ. E agora eu tô aqui né? Eu ligo para o meu irmão que está em Cachoeiro, eu sempre ligo pra o meu irmão para saber: “vocês tão ouvindo tal *funk* aí?” e ele responde: “tava tocando aqui sim, mas num tá mais não, agora é tal.” Aí eu ligo lá para o RJ: “tá tocando tal *funk* aí, porque aqui tá, e meu irmão falou que em Cachoeiro já tá acabando e já tá aparecendo esse”. “A não os dois já tão velhos”.

Risos

F: É sério, quando você vai pra lá, você não escuta o que o povo escuta aqui, e eles não tem esse negócio de ficar com carro de som. Lá é rádio, rádio é forte. É muito rápido, muito rápido.

Apresentação dos vídeos.

Vídeo pantera cor-de-rosa.

B: Pantera cor-de-rosa?

Eu: Sim, você não conhece?

B: Não ouço esses caras não

F: Esse é pior ainda

D: Esse aí é pra “cabar”

F: Essa música eu acho um exagero, a letra

(após o vídeo)

B: Lamentável, vergonha alheia.

Justificativa das escolhas dos vídeos

Vídeo tá namorando e me querendo.

F: O cara se acha o gostoso né?

Eu: A ideia é basicamente de traição

Vídeo: Vó Tô estourado!

F: Ai esse eu já o vi o clipe

E: Isso é arrocha, num é sertanejo. Quase um forró.

Após os vídeos

D: Acho que o Brasil nunca teve uma característica musical, de festa assim. Aqui em viçosa, sair aqui nas festas assim, num tem música regional, num leva essa, essa. Pega mais balada né? Música eletrônica. Acho que no Brasil, não tem muita música agitada, antigamente era só o axé, o samba, talvez, num sei.

B: A gente por ser um país periférico, a gente sofre muita influência, dos países europeus.

F: Eu acho que essa influência ela fica clara pra mim com essa questão do vídeo clipe. Gente, videoclipe num é coisa de brasileiro. Num é! É coisa de americano.

Eu: Nisso que você tá falando, olha esse videoclipe da pantera cor-de-rosa.

B: Tem tudo a ver.

Eu: Uma mega produção

C: Tem muita coisa de Hollywood né?

Vocês já conheciam as músicas

F: Já

B: Só a do Vó, Tô estourado

D: Eu já

O resto, todo mundo conhecia.

D: As três tão tocando muito na rádio de Viçosa e nas festas também. Nas festas que eu fui, duas delas tocou muito

F: Quais:

C: A do pada pada tocou e essa do vó, tô estourado

F: eu tava ouvindo rádio há dias atrás, e rádio e percebi que agora tá uma tal de varinha mágica, do Munhoz e Mariano e é aquele tipo de música que não sai da cabeça, não sai.

Risos

C: Pra vocês terem noção do que é não sair da cabeça é , eu mesmo quando assusto tô lá em casa cantando alguma coisas dessas e paro e penso: porque eu tô cantando isso

QUAL A IMPRESSÃO QUE VOCÊS TÊM DESSAS MÚSICAS?

A: Acho que, continuo na minha maneira de pensar: é ilusão. É vender um estilo de vida, que muitas vezes tá fora da realidade e atender demanda. Por serem cantores novos é atender demanda, vendendo um estilo de vida totalmente diferente. Com relação à aquela música que fala que a mulher tá traindo, creio também tem um pouquinho de vender um estilo de vida, falando “ah eu sou o gostosão e você agora tá querendo, mesmo namorando”. Creio que a maioria delas passa por isso, um fator mercado, de terem que falar sobre um estilo de vida diferente pra chamar atenção.

B: Acho que, percebe-se a quantidade de repetição nas músicas. Com relação as produções, eu tenho certeza que as produções dos clipes é muito melhor do que antigamente, mas antigamente não tinha essa cultura tão forte de ter que fazer um clipe da música para fazer ela veicular em termos de youtube e internet. A música sertaneja por exemplo, não tava na internet. Era mais o pop e *rock* internacional. Eu vejo isso como um reflexo de tudo que a gente vive hoje, mas como banalismo das relações, um machismo exacerbado de uma sociedade patriarcal, onde a mulher, ela não tem, ela não pode estar sozinha. Ela tem que arrumar um homem rico para se dar bem, tem toda esta questão social da mulher né? E eu acho que as músicas, elas corroboram com isso, na medida em que elas colocam o cantor, isso acontece muito, muito comum, mas nós todos, as pessoas precisam de alguma coisa em que acreditar essa é a verdade. Aí você agrada a mulher muito fácil. Então, quanto mais sucesso eles tiverem com um mínimo de esforço, isso vai ficar na cabeça das pessoas cada vez mais. Sentar, estudar, fazer uma universidade, arrumar um emprego, ninguém quer, agora ficar aí e arrumar um cara rico é bem mais fácil. Para mim não é mais do que um reflexo da sociedade que a gente vive hoje. Uma porcaria.

C: A realidade representada é uma porcaria. Mas a minha visão, eu respeito a opinião de todos vocês, mas as músicas em questão elas falam, elas tentam, tipo assim, lançar uma perspectiva. Por exemplo, o negócio do machismo, que parece ser a coisa que mais polemizou. Quem começou primeiro? As músicas falando das mulheres andarem de vestido curto ou as mulheres começaram a andar de vestido curto primeiro? Eu acho que as mulheres começaram a andar de vestido curto primeiro. Antigamente, uma sociedade realmente machista, mulher não podia pegar dois caras. Se ela simplesmente não podia, mas o cara podia pegar duas mulheres, entendeu? Mulher nunca traía, ela só cara traía. Isso pra mim é machismo. Não tô falando que eu acho certo ou errado, mas imaginem, só o homem podia fazer as coisas, e quando a mulher fazia era um absurdo. Agora na sociedade que a gente vive, já mudou. É absurdo? É. Mas é absurdo os dois fazerem isso. É absurdo os dois traírem. É absurdo a mulher sair de roupa curta por aí, mas é absurdo o jeito que o homem trata ela. Então tudo, desde que se tenha um pouco de pudor, é absurdo. Essa questão da mulher representada, aí bota a mulherzinha lá de vestido curto, mas é completamente errado. Eu acho feio, acho horrível. Aí a outra música fala que a mulher não vale nada, que ela tem namorado e quer pegar o cara. “ah não porque o cara ta famoso, entendeu”. Eu acho que isso, a sociedade mudou sabe? Por que que mudou? Porque as coisas mudam naturalmente. As mulheres, elas se sentem um pouco mais com essa liberdade de não ter tanta vergonha de chegar no cara que nem antigamente tinha. De acordo com que essas coisas foram mudando, elas são refletidas, é isso que eu vejo. Eu não acho é machismo também de certa forma, porque você não vê a mulher colocando o homem de cueca fazendo do mesmo jeito com ele. Você não veem isso. Não tem mulher cantando coisas do gênero pra homem, já é machismo sobre este aspecto.

D: Eu acho que mulher está tentando mostrar o seu valor, sua capacidade de trabalho, mas o que que tá acontecendo? Ela luta e eles vem quebrando essas tentativas das mulheres com essas músicas, que falam que a mulher é puta, que trai, que sei lá o que. Eu acho que, as mulheres, elas mulheres tentam quebrar o machismo, essa, esse paradigma aí os caras vem nos cliques com mulher em cima. Põe um monte de mulher gostosa rebolando, e os caras bebendo champanhe e num sei o que mais, acho que isso ta meio errado.

C: É porque, que nem a B já colocou diversas vezes, essa sociedade que a gente vive, pouco instruída mesmo elas nunca pensam que “eu vou ser a cantora gostosa que tá lá no palco e os caras tão babando por mim”. Elas querem ser a bobona que tá lá em baixo. Só que volta aquela questão: começou as mulheres andarem de vestido curto primeiro, ou começou as músicas mandando as mulheres vestirem vestido curto?

D: Então

B: É uma evolução, mas a música também deprecia as mulheres

D: As músicas agora tão quebrando esse paradigma da mulher, detonando com elas.

C: Mas essa é a parte que eu discordo, porque a música ela é uma representação.

D: Mas olha só, tem algumas mulheres que cantam. Igual tem a Maria Cecília e Rodolfo, que tentam fazer o homem se rebaixar, mas elas não fazem sucesso.

C: Elas não tão muito na mídia

Eu: Mais ou menos é Thaeme e Thiago

B: Aí que dó, véi! (música). É a mulher falando que o cara vai sofrer, mas nunca vai fazer sucesso igual ao Camaro amarelo.

C: É questão de quantidade também. Quantidade quanto mais tiver melhor, mas é difícil para elas, porque estamos em meio a essa questão do machismo. A gente tá tentando.

D: Mas as mulheres ficam lá: uhh ainh, chorando, pagando pau pro cara por causa do camaro amarelo. Não entendo uma sociedade dessas.

F: Acho que a representação da mulher é tão forte nas três músicas

C: Eu acho que a sociedade, a massa, ela não quer enxergar as coisas

D: É o conjunto todo, a sociedade

B: Nós mulheres, muitas vezes somos machistas. Passa uma menina vestida com curtinho eu já olho assim (cara de esnobe). Por quê? Ela tem coragem e eu não.

F: Eu acho tão forte a representação da mulher nas três músicas .naquela música, como é que é, é vó, tô estourado? Ela é tão sutil, tipo minha mãe não me criou, como se a mãe tivesse abandonado ele

C: Né? Porque “minha mãe não me criou, quem me criou foi minha vó!”

F: Porque que a mãe dele não criou ele? Que mãe é essa que abandonou o filho?

B: E porque que não poderia ser “meu pai não me criou”?

Eu: E a vó fica como careta né?

C: Isso que eu ia comentar, porque no vídeo da avó lá, e é o que você falou de não ligar nada pro mundo né?

Eu: Assim, sem nenhuma perspectiva de futuro sabe?

C: O que que acontece? Quando ele fala que a vó dele tentou criar ele certinho, mas o vó dele falou que o melhor da vida é bagunçar.

F: O homem é sempre, o homem né?

C: E no caso dele, o vó falou “não, você tem que ir pra curtição, pra balada que é o melhor que tá tendo”. Aí quando ele cresce e fica só na balada, aí o vó dele fica preocupado né? Ele fala isso, “meu vó tá preocupado.” Mas a questão toda é o seguinte, é o jeito que as pessoas são educadas. Isso reflete, porque se você não dá uma boa educação para a criança, você não pensa direito no que você tá falando pra ela e depois no futuro você vai se preocupar.

B: A música, ela reproduz a sociedade reflete perpetua, porque você tá andando.

C: E é esta coisa interessante que eu achei mesmo nesta música da vó, que o vó falou que da curtição e depois volta atrás

B: E foi pra curtição pra onde? No meio das mulheres

E: Só que eu acho feio, quero dizer, não é feio a palavra, esse negócio da gente se achar melhor porque nós estamos na universidade, e que eles são bobos porque eles tão escutando, porque a gente também escuta. Não exatamente...

C: Eles não são bobos, eles são incapazes de criticar o que estão ouvindo. Eu falo assim, porque tem gente na universidade que, tipo assim, eu gosto de sertanejo, mas eu não gosto só de sertanejo, mas tem gente que é tipo assim, muito “dahh” não reflete no que está ouvindo, independente de onde esteja

E: Mas aí é independente do que ela escuta também, não?

B: Mas a questão é seguinte, o problema não é quem ouve. a questão é quem ouve e acredita que tudo é verdade

C: E isso acompanha.

D: Sabe aqueles raps americanos? Só tem ostentação. Só. Mulher e carros e não sei o que. É uma relação assim, é só esses negócios de ostentação, de mulher cara. Ele na cama com cinco mulheres lá, é mesma coisa em muita música sertaneja aí.

B: Mas quem consome essas músicas lá, não são os ricos, ou o povo bem instruído. No Brasil, quem consome as músicas, nós consumimos, porque nós não ouvimos música clássica todo dia. A gente não vai a uma festa ouvir MPB.

F: Você tá falando disso aí agora, lembrei do Gustavo Lima com aquela música “vamos fazer beber agora, quer beber?”, gente...

B: É uns trocadilhos besta, mas que ficam na cabeça da gente

F: E a venda da cultura é tão forte que quem que o Gustavo Lima chama pra participar da música? O Neymar.

Eu: Justamente, o Neymar que está em todas as propagandas né?

D: Quando eu vou tomar cerveja ouvindo o Almir Sater, meus amigos ficam me zuando. Falam “pô, escutar Almir Sater?”. Mas eu gosto dele de uma maneira excepcional.

B: A música tá tão rasa, a vida tá tão rasa.

F: Tá mesmo.

B: As pessoas não querem falar do que é especial hoje.

C: Elas querem a repetição

F: Aí você tá numa academia, numa aula de zumba, aí você escuta uma música sertaneja, do vamos fazer beber, num tá nem ligando para o que a música tá falando. Hoje o cara postou lá as músicas de zumba, tá lá os “hits de 2013”, aí tinha lá, empinadinha do Cristiano Araújo pra aula de zumba. Eu fico assim “gente Cristiano Araújo para aula de Zumba?” mas você tá lá, queimando caloria vai pensar em quem tá tocando? Cê sobe desce, e vai e mexe, vai pensar que “a gata endoidou e deu empinadinha em mim?” num vai

Risos

E: Na verdade o que a gente mais consome é o ritmo, a batida, e se você não presta atenção é a mesma coisa, e uma frasesinha ali, que vai falar toda a música.

C: Isso é um problema, porque todas as músicas do sertanejo atual que eu conheço, são do tipo que são dançantes.

B: É o sertanejo universitário, músicas de festa

Eu: Tem passinho e tudo né?

C: Eu, de fato, se tiver tocando uma música, eu tiver numa festa todo mundo com tá dançando

F: Você vai num Torresmo, Cachaça e Viola, e ta ouvindo lá. Eu detesto tá gente, é a festa que eu mais odeio nessa cidade. Eu fui em duas e as duas que eu fui eu fui com ingresso ganho até. Na primeira que eu fui ano passado eu não aguentei ficar uma hora. A Janaina tava na segunda, ela me viu, foi a primeira vez que eu fui no multishow e sentei e fiquei lá sentado não aguentava certas músicas, eu não gosto disso.

B: Aí tem mais um problema né? Pelo menos aqui na universidade é assim, você vai nas festas, e são essas músicas que tocam, essa da pantera cor-de-rosa, a da vó, tô estourado e todo mundo sabe cantar e você não sabe. Aí você fica assim, se sentindo reprimido.

Risos

B: Mas é sério. Vem um te pergunta: “por que você tá assim?” você fala que não conhece a música ou não gosta ele logo te responde “você é um chato.” As festas são todas iguais: é um DJ que toca uns *funk*, aí depois vem uma dupla sertaneja ruim pra caralho, e canta essas músicas.

F: Tudo igual. E eu já falei: festa em Viçosa não vou mais pela música, eu vou pela cerveja.

B: É uai, o pessoal vai enche a cara e dá meia noite tá tudo de boa.

C: Eu gosto de dançar

E: Ah eu também, pelo menos isso

C: Então pra mim, as festas são boas enquanto eu puder dançar. Tem música, que eu não suporto ouvir em casa, mas se tocar eu vou dançar e vou cantar, porque eu já ouvi na festa anterior

F: Com certeza! Amanha tem Cabaré e a atração principal é *funk*. Com certeza na hora que o povo tiver chapado, na hora que o Hugo e Marangoni começar a tocar sertanejo, duvido que alguém não cantar. Duvido. Eu não gosto e vou estar cantando.

D: Na hora da cachaça lá vai mesmo

F: Eu que não que não gosto vou cantar com Hugo e Marangoni. E as vezes eu fico assim: como eu sei cantar isso?

C: É isso que eu te falo. Eu

B: É a tal da internalização

C: Isso, internalizar sem perceber. Ainda mais quando combina com esse ritmo, se você ouve uma música que o ritmo é assim, numa música mais romântica, que você presta tanta atenção na música e no contexto que as vezes você não memoriza. Agora quando a música é desse jeito, o negócio fica na sua cabeça.

F: Eu fico numa sala igual a essa e toca o faroeste caboclo e toca um sertanejo chiclete, qual você vai memorizar primeiro? O sertanejo.

B: Ninguém memoriza o faroeste caboclo assim né gente?

F: Não, não, eu tô dando um exemplo. O sentido de comparação não foi pejorativo, foi este de colocar uma música que tem letra e outra chiclete, não tem repetição. A primeira

B: Tem toda uma história.

F: Porque a letra é autêntica do início ao fim. E ainda mexe com a nossa infância né?

B: E num fica nem para para da música eu lembro do filme

E: E nem é para para é pada pada

D: Isso que ia falar, “pra dar”

B: Nossa, acabou com minha infância

F: É o pra dar eles vão alegar que é pra dar o que falar, rum. Como se ela fosse, na música sair de vestido curto pra dar o que falar, sei. Só

C: É, é

D: E fora que essa música mexe com a virgindade né? Tem toda essa questão do rosa.

F: Se eles tiverem a cara de pau de falar que não tiveram essa intenção

E: Mas eu acho que as músicas sertanejas de raiz tinham muito disso.

D: Do que?

E: Segundas intenções

B: Tipo Gino e Geno, são cheios de segundas intenções

D: Pois é, pensa só aquela lá do “mulher que num dá voa” se ele nunca viu mulher voando quer dizer o que? Que toda mulher dá

B: Roberto Carlos, com aquela música Cavalgada. Aquilo é uma relação sexual. A cavalgada não é no cavalo.

C: No caso de Gino e Geno, eu num gosto e não pago pra escutar, mas se tocar na festa eu sei cantar todas as músicas

F: E ainda vai ser puxada pra dançar e você vai dançar

C: E vou dançar mesmo, loucamente

D: Eu sou meio suspeito pra falar, porque eu gosto dos caras

F: Igual a gente tá discutindo aqui, alguém aqui quando chegar em casa vai escutar uma das músicas. Uma delas pelo menos.

D: Falando do Tião Carreiro e Pardinho, que cantavam a música do Rei do Gado, uma música famosa, que todo mundo conhece e essas músicas de antigamente tinha essa história né? E hoje não, eles tentam ficar na raiz, mas não consegue e num fica bom.

B: Hoje eles só falam das mulheres do dinheiro e das bebidas

Eu: E carros

B: Mas não falam como conseguiram isso. Esse sucesso. Tá bom, “senta lá.” Não é assim.

VOCÊS SE SENTEM, DE ALGUMA MANEIRA, ENQUANTO JOVENS, REPRESENTADOS POR ESSAS MÚSICAS?

F: Não, não perai, deixa eu mudar minha resposta

B: As músicas do sertanejo universitário, ou o sertanejo de uma maneira geral?

Eu: Sertanejo universitário.

B: Ai

F: Assim

E: Eu acho que sim, eu acho que sim, por exemplo, na verdade sim em partes. Se a gente pegar essa música do vó, tô estourado. Ela mostra uma festa, tipo viçosa. O pessoal vai na festa, eles nem pensam em ir na festa porque gostam de música, vai na festa beber, vai na festa pegar todo mundo. Beber, curtir e farrear.

A: Individualmente pode até não ser, mas é o geral, é o que acontece.

F: Eu lembro que quando eu vim pra cá, o que representou a minha vinda a Viçosa foi uma música do sertanejo universitário, aquela tô morando sozinho, esqueci de quem.

C: João Neto e Frederico

F: Isso, João Neto e Frederico. Gente essa música resume minha vida em viçosa. Eu ia fazer o que se a música tá falando que eu vivo de miojo, sem dinheiro e que preciso ligar pro pai? Ligo falando que preciso de um livro que custa 100 reais.

C: Eu me sinto representada principalmente por aquilo que eu falei já, eu acho que, na verdade eu não gosto e não concordo com essa parte que eles falam que as mulheres ficam atrás dos homens ricos não, eu acho isso terrível, isso não me representa. Mas o resto, assim, em vista do meu comportamento, eu acho que tem muito a ver com algumas músicas sim. E é assim, aquelas que falam da vida de universitário mesmo, eles falam mesmo o que acontece.

E: Tira até assim, aquelas coisas que eles falam que não estão preocupados com nada que vai acontecer, que não é o nosso caso, já que a gente ta numa universidade devemos estar preocupados com alguma coisa, mas a maioria

F: E, por exemplo, para a pessoa que não é universitário, a representação é de que nossa vida é um mar de rosas, aí você chega na sua terra natal, ele vem: “gente mas eu vi sua foto naquela festa”, mas eles

não sabem como é vida na universidade fora daquelas horas. Quando você está na sala de aula, como que vai ficar postando foto?

C: O que você estuda durante a semana pra poder ir nessa festa ninguém vê.

E: Eu acho que acaba influenciando em outras coisas. Por exemplo, eu não gosto muito de bebida, então se eu for numa festa, e a música diz isso, e todas as pessoas da universidade fazem isso, eu tenho eu beber pra me adaptar. Acaba mais influenciando do que ...

C: Tipo assim, eu sinto falta de uma festa, todo sábado mereço. Mas primeira coisa é assim: “você bebe?”, se você fala que não, eu não vou oferecer bebida pra quem não bebe, mas tem gente que não é assim. Fica assim: “ah bebe, boba é bom!”

E: Então quando você vai ouvindo muito isso nas músicas, eu acho que acaba influenciando muita gente que já é assim, fácil de influenciar.

