

**Faculdade Souza Lima  
Curso de Bacharelado em Música Popular**

**André Mallet de Menezes Chico**

**FS Produções Artísticas: modelo de negócios e atuação no  
mercado da música sertaneja**

**SÃO PAULO**

**2019**

**André Mallet de Menezes Chico**

**FS Produções Artísticas: modelo de negócios e atuação no mercado da  
música sertaneja**

Orientadora:

Prof<sup>a</sup> Dra. **MARIA CECÍLIA DO AMARAL CAMPOS DE  
BARROS SANTIAGO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como  
parte dos requisitos para obtenção do título de:

Bacharel em Música Popular

**SÃO PAULO**

**2019**

Aos meus amados avós, Tinho, Lucy, Luiz e Maria.

Hoje e sempre.

*'The slogan "press on" has solved and  
always will solve the problems of the  
human race.'*

Calvin Coolidge

## RESUMO

A música sertaneja é um gênero de grande sucesso atualmente, mesmo em se tratando de um gênero antigo que perpassa gerações. Desde os “causos” imortalizados por Cornélio Pires em 1929 aos shows de artistas contemporâneos que lotam estádios, muita coisa mudou. Do contexto simples do campo ao topo das paradas de sucesso, este estudo reflete sobre como a música sertaneja, em especial a gravadora FS Produções Artísticas, cujo modelo de negócios é analisado, conseguem ano após ano manter-se em alta no mercado fonográfico. Por meio de pesquisa qualitativa de caráter documental, mediante estudo de acervos e entrevistas, o estudo buscou responder a pergunta de como isso se deu, além de recuperar a história da música sertaneja no Brasil. Muitas são as hipóteses levantadas acerca das causas que tornam a gravadora um nome de referência no meio, mas sem dúvidas a versatilidade do gênero somada à personalidade profissional inovadora de Sorocaba (primeira voz da dupla Fernando & Sorocaba e proprietário da FS Produções Artísticas), contribuem imensamente para todo este sucesso.

Palavras-chave: Música Sertaneja, FS Produções Artísticas, Mercado Fonográfico.

## **ABSTRACT**

Brazilian country music is currently a very successful style, even when one considers it is an ancient genre that spans over generations. From the 'causes' immortalized by Cornelio Pires in 1929 to the shows of contemporary stadium-packed artists, much has changed. From the simple life of the country to the top of the charts, this study ponders on how country music, in particular, the label FS Produções Artísticas can, year after year, keep up the recording market. Through qualitative documentary research, and through exploration of collections and interviews, the study sought to answer how such a success came to be, as well as to recover the history of Brazilian country music. There are many hypotheses raised about the causes that make the label a reference name in the environment, but undoubtedly the versatility of the genre added to Sorocaba's (lead vocalist of the duet Fernando & Sorocaba) innovative professional personality, contribute greatly to all this success.

Keywords: Brazilian Country Music, FS Produções Artísticas, Recording Market.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	8
1 A HISTÓRIA DA MÚSICA SERTANEJA.....	9
1.1 O CAIPIRA E SUA MÚSICA .....	9
1.2 A IMPORTÂNCIA DE CORNÉLIO PIRES PARA A MÚSICA CAIPIRA .....	10
1.3 A MÚSICA SERTANEJA.....	13
1.4 AS TRANSFORMAÇÕES DOS ANOS 60 E 70.....	15
1.5 ANOS 80 E 90 .....	18
1.6 O BERÇO DO SERTANEJO.....	25
1.7 TRANSIÇÃO PARA O SERTANEJO UNIVERSITÁRIO .....	26
2 FERNANDO & SOROCABA .....	28
3.1 INOVAÇÕES “SOROCABANAS” .....	28
3.2 DE HOBBY À PROFISSÃO.....	30
3.3 EMPREENDEDOR NATO.....	32
3.4 A FORMAÇÃO QUE GANHOU O BRASIL .....	33
3.5 ESTRATEGISTA .....	36
3 FS PRODUÇÕES ARTÍSTICAS .....	38
3.1 SURGE UMA IDEIA.....	38
3.2 LUAN SANTANA .....	39
3.3 O ANO DE 2010 .....	41
3.4 NOVA SEDE E PARCERIAS.....	43
3.5 MODELO DE NEGÓCIOS .....	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	46
REFERÊNCIAS.....	50
APÊNDICE .....	52

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

### FIGURAS

Figura 1 - Cornélio Pires .....	11
Figura 2 - Turma Caipira Cornélio Pires.....	12
Figura 3 - Pedro Bento e Zé da Estrada.....	14
Figura 4 - Tonico e Tinoco.....	15
Figura 5 - Léo Canhoto e Robertinho .....	17
Figura 6 - Milionário e José Rico .....	18
Figura 7 - Chitãozinho e Xororó, CD “Somos Apaixonados” .....	20
Figura 8 - Capa do CD Chrystian e Ralf vol. 7 .....	21
Figura 9 - Capa do disco Leandro & Leonardo vol. 5 .....	22
Figura 10 - Capa do disco Zezé Di Camargo & Luciano - 1991 .....	24
Figura 11 - Capa CD Bruno & Marrone Acústico.....	26
Figura 12 - Sorocaba na bolha durante um show.....	30
Figura 13 - Sorocaba lavando a louça na república onde morou nos tempos de faculdade em 2004.....	31
Figura 14 - Fernando & Sorocaba durante apresentação .....	34
Figura 15 - Capa do DVD Bala de Prata - Fernando & Sorocaba .....	35
Figura 16 - Capa do CD Tô de Cara – Luan Santana .....	40
Figura 17 - Capa do CD Acústico – Fernando & Sorocaba, álbum que contém a música “Madri” .....	42
Figura 18 - Logotipo FS Produções Artísticas .....	43
Figura 19 - Gêneros mais tocados no Brasil entre os anos de 2016 e 2018.....	47

### TABELAS

Tabela 1 - Balanço da presença da FS Produções Artísticas entre as dez músicas mais tocadas no Brasil entre os anos de 2010 e 2016. ....	48
--	----

## INTRODUÇÃO

O Mercado da música Sertaneja é um dos grandes pilares da música brasileira do século XXI. Produzida desde meados do século anterior, a música caipira nesta época, era composta de maneira simples pelos caipiras contadores de “causos” que expressavam no seu cantar simples, histórias sofridas da vida no campo.

O gênero, ao longo do tempo, passa por ramificações, inserção de novos instrumentos musicais, bem como influências de outros estilos.

Com o passar das décadas, o gênero se desenvolve a partir de estratégias e planejamentos complexos que envolvem desde grandes empresários a grandes produtoras. O gênero que no passado representava os lamentos do caboclo, passa a ser uma forma de aproximação entre a cidade e o campo.

A pesquisa tem como objeto a produtora FS Produções Artísticas. A hipótese que levanto é: Como a FS conseguiu tamanho sucesso no segmento da música sertaneja.

Os objetivos gerais são constituídos pelo percurso traçado ao longo da existência da produtora FS. Objetivos específicos:

- Analisar as mudanças da música sertaneja.
- Entender como se chegou ao sertanejo dos dias atuais.
- Identificar as estratégias usadas pela produtora para o alcance do sucesso.

Metodologia: A pesquisa tem um caráter documental com trabalho de campo em uma entrevista estruturada.

- No primeiro capítulo trago uma breve história sobre o gênero musical sertanejo.
- No segundo capítulo a história da formação da dupla Fernando & Sorocaba.
- No terceiro capítulo a criação da produtora FS e suas estratégias de negócios.

Nas considerações finais foi retomada a hipótese que abre a possibilidade para uma reflexão sobre uma carreira musical planejada de forma mais estratégica.

## 1 A HISTÓRIA DA MÚSICA SERTANEJA

Esse capítulo é dedicado a contextualização e entendimento da história da música sertaneja, desde o seu início até os dias atuais, expondo as mudanças que ocorreram desde então, culminando no business chamado sertanejo universitário.

### 1.1 O CAIPIRA E SUA MÚSICA

É impossível falar sobre a música sertaneja sem citar a palavra caipira. Afinal, o que é caipira? Para Amadeu Amaral, o vocábulo é traduzido como “habitante da roça, rústico” (AMARAL, 1976), já para Luís da Câmara Cascudo, caipira é “Homem ou mulher de pouca instrução que não mora nos centros urbanos. Trabalhador rural, de beira-rio ou beira-mar, ou de sertão. É chamado também de caboclo, jeca, matuto, roceiro, tabaréu, caiçara, sertanejo, dependendo da região onde habita” (CASCUDO, 2001). Em música, entende-se música caipira como ‘expressão musical’ do caipira.

A nacionalização da viola se deu a partir dos caboclos que construíram cópias de instrumentos de Portugal, dando início a uma nova tradição musical. “O caboclo e a viola andavam de mãos dadas” (ANTUNES, 2012)

Os tropeiros foram peça importante para a disseminação da cultura da viola caipira pelo interior do país, já que nessa época a comunicação entre as vilas quase não existia, e os tropeiros em suas andanças tiveram grande papel cultural, sempre com a viola nas costas.

Com o crescimento da elite paulistana e seus valores europeus, o caipira era desdenhado, a elite negava o homem simples do campo, tratando-o de forma inferior, como um bobo e/ou atrasado, ideia que viria a ser desmistificada pelo estudioso e ativista Cornélio Pires e o seu vasto conhecimento folclórico, sempre valorizando as riquezas do homem do campo.

Com a chegada da rádio, segundo (ANTUNES, 2012), as pessoas passaram a olhar diferente para o caipira, passaram a vê-lo com um olhar mais cultural e com mais maturidade, e esse olhar aos poucos se popularizou.

Na década de 20 a rádio foi muito importante para a expansão da música caipira. O som rural dos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul, Goiás e Paraná, foi grandemente difundido, se adaptando com o passar dos anos e após algumas décadas tomando para si o termo ‘música sertaneja’. Porém não foi tão simples assim. No início, a rádio era instrumento apenas da elite, que controlava a sua programação.

Foi a partir de um decreto de 1932 que as rádios passaram a procurar produtores e artistas para adicioná-los em suas programações. Os aparelhos de rádio passaram a ser vendidos de forma mais acessível em 1936, colaborando mais ainda para a popularização da música caipira.

Outro marco importante para o caminho de sucesso do gênero foi o surgimento do mesmo nas gravadoras. A partir de então, a música e a cultura caipira se espalharam por todo o Brasil.

A música sempre simples, que contava a vida do caipira do campo, sofreu uma importante mudança com a chegada da guitarra elétrica. Segundo Zan “[...] uma nova modalidade de música sertaneja começa a ser produzida a partir de então[...].” (ZAN, 2005).

Milionário e José Rico foi uma das duplas de maior destaque nesse período, com suas influências norte-americanas a dupla estabeleceu uma proposta um pouco diferente dos outros artistas da época que já atuavam em um mesmo segmento: o sertanejo romântico.

## **1.2 A IMPORTÂNCIA DE CORNÉLIO PIRES PARA A MÚSICA CAIPIRA**

Chamado por Edvan Antunes de “o doutor caipira”, Cornélio Pires foi pioneiro na disseminação do estilo caipira no Brasil. Nascido em Tietê – SP e descendente de bandeirantes, Cornélio era um profundo conhecedor dos costumes populares, principalmente os costumes interioranos. Além de lançar 24 livros voltados para a temática Caipira, o estudioso acabou tornando-se figura importante na história do gênero.

Em 1910, organizou um final de semana cultural no colégio Mackenzie em São Paulo, em que o foco eram as riquezas do universo dos caipiras, valorizando seu saber e sua cultura, começando aos poucos a desmistificar a imagem ruim que a elite paulistana tinha sobre os mesmos.

Com a popularização do Rádio no Brasil, Cornélio pensou em algo genial que mudaria para sempre os rumos da música sertaneja, transformando-a em um produto de grande aceitação popular e que, ao longo do tempo, revelaria grandes talentos como cantores e compositores, além de vender milhões de discos.

Figura 1 - Cornélio Pires



Fonte: Rádio Paz Sertaneja (2018)

Em 1929, fez uma proposta para a gravadora Columbia Records, em que sugeriu a gravação de uma série de discos com músicas e causos caipiras, porém a resposta não foi a esperada pelo mesmo. A gravadora não queria apostar em algo incerto, não acreditava no potencial de venda da cultura caipira. Foi então que Cornélio decidiu bancar do próprio bolso a gravação de cinco discos diferentes, e passou a vendê-los no boca a boca.

Felizmente o tiro foi certo, Cornélio produziu 25 mil discos e as pessoas faziam fila para comprá-los. Com essa jogada de mestre, inaugurou um novo segmento musical, tornando-se o primeiro produtor de discos independentes do país, prática comum nos dias atuais.

Após tamanho sucesso, decidiu lançar ainda em 1929, uma nova série de discos, a qual trazia em seu conteúdo a primeira moda de viola gravada no Brasil:

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://radiopazsertaneja.com/noticia/268772/cornelio-pires-o-pai-da-musica-caipira>> Acesso em nov. 2019.

“Jorginho do Sertão”, interpretada pela dupla Mariano e Caçula. Em pouco mais de um ano, Cornélio gravou 104 músicas em 52 discos de 78 rotações.

O desbravador foi, ainda, o responsável pela organização da famosa “Turma Caipira Cornélio Pires”, composta por algumas duplas que faziam apresentações de música e humor e eram grande sucesso de público na capital e no interior.

Figura 2 - Turma Caipira Cornélio Pires



Fonte: Sertanejo Oficial (2014)

Ainda segundo Antunes, é por esses e outros motivos que não se pode falar sobre música sertaneja sem mencionar Cornélio Pires e suas grandes contribuições ao meio. Sua dedicação e esforço foram altamente responsáveis pela disseminação da cultura caipira no Brasil e seu nome entrou para a história como o ‘Bandeirante do Folclore Paulista’.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.sertanejooficial.com.br/2014/historia-do-sertanejo-raiz-os-pioneiros-da-musica-sertaneja/turma-caipira/>> Acesso em nov. 2019.

### 1.3 A MÚSICA SERTANEJA

Segundo Walter Sousa, foi a partir da década de 50 que se deu a divisão entre música caipira e música sertaneja. O termo 'música sertaneja' foi inicialmente atribuído ao bolero romântico cantado por duplas com abertura de vozes em terças, ou seja, a configuração própria do cantar caipira. (SOUSA, 2005)

Com os esforços e o sucesso de Cornélio Pires entre outros nomes, a música caipira sobreviveu às décadas de 30 e 40 e, na década de 50 passou a sofrer influências estrangeiras, passando por algumas transformações. A indústria fonográfica que antes não acreditava no potencial da música do campo, passa a olhar essas transformações com bons olhos, apostando na produção dessa nova música no mercado, obrigando assim, a migração do sertanejo para os grandes centros urbanos onde estavam concentradas as gravadoras e o público em geral.

Os empresários acreditavam na ideia de que se colocassem algo um pouco mais urbano junto dessa música sertaneja, alcançariam também um novo nicho do mercado. Foi com essa nova visão que a música sertaneja passou a falar de amor, atingindo assim o público jovem dos centros urbanos.

Foi a partir de todas essas transformações que produtores e empresários passaram a enxergar, de fato, a música sertaneja como um mercado.

“Um dos motivos que levaram a música sertaneja a, quieta e mansamente, conquistar mais público, mesmo disputando a atenção com vários outros gêneros, foi a versatilidade de seus artistas, que nunca tiveram preconceitos contra ritmos vindos de outros países” (ANTUNES, 2012). Estilos como o mariachi mexicano e o próprio bolero já citado anteriormente, fizeram parte do desenvolvimento da música sertaneja, e duplas como Pedro Bento e Zé da Estrada, Belmonte e Amaraí e, mais tarde Milionário e José Rico, beberam muito dessas fontes, tanto na forma de cantar, quanto na instrumentação de suas músicas, com o uso de violinos e trompetes por exemplo.

Figura 3 - Pedro Bento e Zé da Estrada



Fonte: Letras (2019)

Essa versatilidade e facilidade da música sertaneja em incorporar e misturar novos ritmos, não se limitou apenas a ritmos estrangeiros. Das mãos de José Dias Nunes, o Tião Carreiro, surgiu o Pagode, espécie de mistura de samba, coco e calango de roda. O primeiro símbolo musical do novo estilo foi a música ‘Pagode em Brasília’ composta por Lourival dos Santos e Teddy Vieira, gravada em seguida por Tião Carreiro e Pardinho. “Juntos, Tião Carreiro e Pardinho gravaram 30 LPs, ficaram conhecidos como os ‘Reis do Pagode’ e até hoje são reverenciados pelas novas gerações” (ANTUNES, 2012). É inegável a grande contribuição de Tião Carreiro para a música sertaneja, e é por isso que o seu nome entrou, com todos os méritos, para a história não só do gênero musical, mas também da cultura brasileira.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/pedro-bento-ze-da-estrada/1503383/>> Acesso em nov. 2019.

Figura 4 - Tonico e Tinoco



4

Fonte: Letras (2019)

#### 1.4 AS TRANSFORMAÇÕES DOS ANOS 60 E 70

Com a chegada dos anos 60 e as novas tecnologias como a televisão, somada a velocidade com que as coisas aconteciam, o sertanejo perdeu espaço. O Rock de Elvis Presley, Beatles e Rolling Stones foram sucesso mundial e tiveram grande influência não só na produção fonográfica brasileira, como também em sua sociedade. Tamanho sucesso acabou gerando um novo movimento chamado 'Jovem Guarda',

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/tiao-carreiro-e-pardinho/fotos.html>> Acesso em nov. 2019.

em que surgiram nomes como Roberto e Erasmo Carlos, que dividiam espaço com a também novíssima “Bossa-Nova” de João Gilberto e Tom Jobim.

Com tantas novidades, os anos 60 foram um período de estagnação da música sertaneja. “O surgimento da Bossa Nova e da Jovem Guarda, aliado ao crescimento da televisão, diminuiu a força do Rádio, que era até então o grande espaço de divulgação da música sertaneja.” (ANTUNES, 2012)

Enquanto a Jovem Guarda aderiu com força total o uso de instrumentos eletrônicos e os cabelos longos dos *rockstars* internacionais, as duplas sertanejas ainda mantinham o mesmo visual, praticamente inalterado.

Com toda essa concorrência dentro de um cenário cada vez mais urbano, a estética caipira precisava de mudanças, pois estava longe de conquistar novas classes sociais e mais espaço nas mídias. O gênero estava definitivamente estagnado até a chegada da dupla Léo Canhoto e Robertinho que nada tinham de tradicional. Com um visual e uma estética musical totalmente ‘americanizada’, além de serem produzidos pelo roqueiro Tony Campello e acompanhados pela banda ‘Os Incríveis’, gravaram em 1969, pela RCA Victor, seu primeiro disco e o resultado foi além do esperado, 500 mil cópias vendidas, sem muita divulgação e zero acesso à televisão. Além de se tornarem a dupla mais popular dos anos 70, segundo Antunes, sagraram-se como a primeira dupla a ganhar um disco de ouro. A dupla foi um marco na história da música sertaneja, pois partiu deles a ousadia de arriscar, de renovar e revigorar o gênero. “Sofreram críticas de alguns conservadores, mas o sucesso comercial e de público mostrou que estavam no caminho certo.” (ANTUNES, 2012)

Figura 5 - Léo Canhoto e Robertinho



Fonte: Maxpress (2017)

Ainda por volta dos anos 70, em mais um capítulo da grande versatilidade da música sertaneja, houve uma tentativa de aproximá-la do *country* americano. Tal iniciativa partiu do pesquisador musical Rogério Duprat (1932-2006) com o projeto do LP *Nhô Look*, que unia músicas de Tônico e Tinoco aos teclados e guitarras da banda Os Mutantes. Sem a participação da dupla, o LP não obteve o sucesso esperado e, somente muito tempo depois, o sertanejo voltou a flertar com a música *country*, dessa vez pra valer.

Mesmo após essa renovação da música sertaneja, ainda faltava muito para o gênero romper os preconceitos da elite e melhorar o seu *status*. Grandes duplas que surgiram nos anos 70, como Matogrosso e Mathias, Gino e Geno, João Mineiro e

---

<sup>5</sup> Disponível em:

<[https://www.maxpress.com.br/Conteudo/1,890791,Leo\\_Canhoto\\_e\\_Robertinho\\_se\\_apresentam\\_no\\_Sesc\\_Santana,890791,1.htm](https://www.maxpress.com.br/Conteudo/1,890791,Leo_Canhoto_e_Robertinho_se_apresentam_no_Sesc_Santana,890791,1.htm)> Acesso em nov. 2019.

Marciano e Milionário e José Rico, além do Trio Parada Dura e Duduca e Dalvan, sobreviviam de apresentações em circos armados na periferia dos grandes centros, com pouco luxo e uma estrutura precária. Não havia espaço na TV para os astros sertanejos da época, e sim muita dedicação, esforço e trabalho duro, pois eram tempos difíceis para o gênero.

Figura 6 - Milionário e José Rico



Fonte: Terra (2015)

## 1.5 ANOS 80 E 90

Com a chegada dos anos 80, veio também a esperança de dias melhores para a música sertaneja. Segundo Antunes, nitidamente iniciou-se um processo de divisão

---

<sup>6</sup> Disponível em: < <https://www.terra.com.br/diversao/musica/veja-fotos-da-vida-e-carreira-de-jose-rico,4f9c63e00f0eb410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html> > Acesso em nov. 2019.

da música sertaneja entre sertanejo romântico e sertanejo raiz. Em 1981, com o lançamento do programa *Som Brasil* de Rolando Boldrin pela TV Globo, as duplas sertanejas passam a ter seu espaço na televisão, principalmente aquelas ainda ligadas à música de raiz. Já a corrente romântica, que tem uma temática mais urbana, foi rumo às grandes metrópoles, muito em função da grande migração de pessoas do campo para a cidade, e esse público mais jovem, já não queria mais ser visto como 'caipira'. A música sertaneja agora ganhara um algo a mais já que a abordagem urbana era completamente diferente daquela tradicional, que falava apenas sobre as belezas do campo, da natureza e da vida tranquila do interior. Agora, o público queria mais do que isso, iniciou-se então um novo ciclo da música sertaneja. Já no início dos anos 80, a música 'Fuscão Preto' gravada por Almir Rogério, foi um sucesso e vendeu 1,5 milhão de LPs. Após tamanho sucesso, Almir, que era um cantor de baladas românticas, aderiu o estilo sertanejo e abriu assim, espaço para o gênero nas FMs. Esse foi, então, mais um grande passo dado pela música sertaneja, que deu um passo ainda maior e quebrou de vez as barreiras em 1982, quando a dupla Chitãozinho e Xororó 'explodiu' nas paradas com a música 'Fio de Cabelo', composta por Darci Rossi e Marciano. A partir disso, Chitãozinho e Xororó tornaram-se os embaixadores desse novo momento da música sertaneja. É inegável o sucesso da dupla, que hoje tem mais de 35 milhões de discos vendidos, mais de 30 álbuns lançados, 6 DVDs e 2 prêmios Grammy, mas que na época passou por muitas dificuldades e enfrentou muito preconceito para atingir o sucesso, encorajando assim muitas outras duplas a carregarem a bandeira da música sertaneja.

Figura 7 - Chitãozinho e Xororó, CD “Somos Apaixonados”



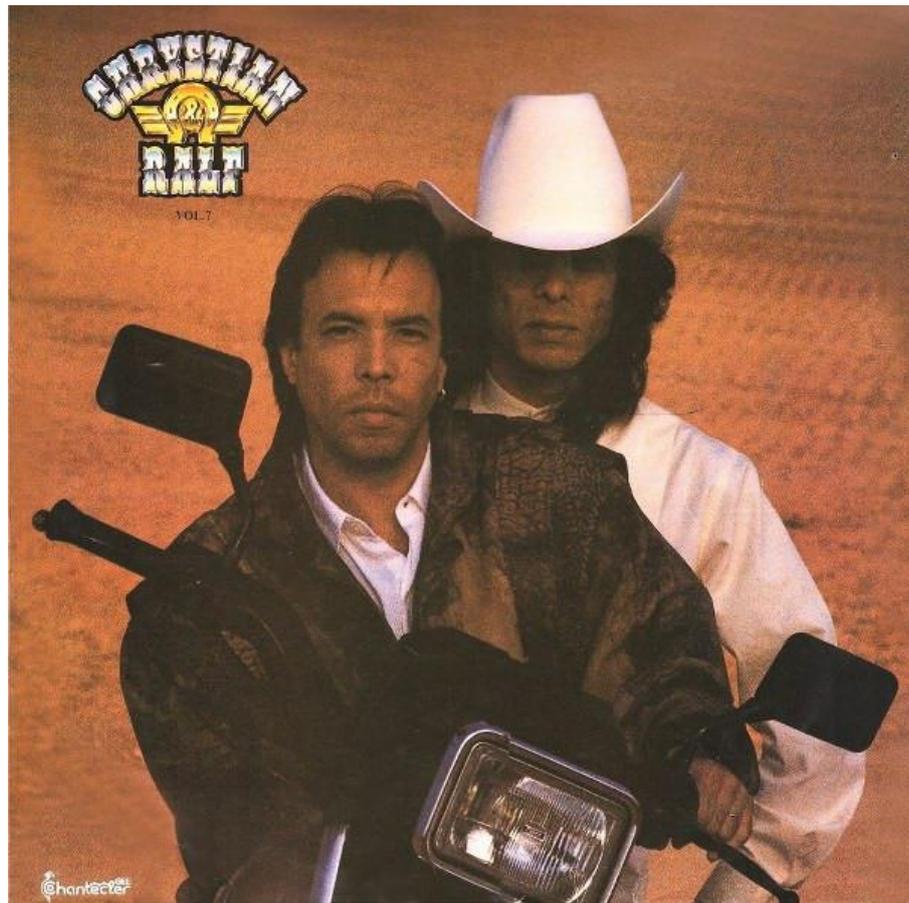
Fonte: Coleção de Sertanejo (2017)

Além de Chitãozinho e Xororó, outras duplas também conquistaram seu espaço, tornando o gênero sertanejo cada vez mais forte, como é o caso de Matogrosso e Mathias com a música “De igual pra igual” e da dupla Chrystian & Ralf, a primeira a gravar um CD, que era até então uma novidade.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://colecciondesertanejo.blogspot.com/2017/08/chitaozinho-xororo-somos-apaixonados.html>> Acesso em nov. 2019.

Figura 8 - Capa do CD Chrystian e Ralf vol. 7



Fonte: Discogs (2019)

O sertanejo caminhava rumo aos anos 90 e o número de boas duplas que surgiam no final dos anos 80 só aumentava. Gian e Giovani por exemplo, lançaram seu primeiro trabalho em 1988 e, João Mineiro e Marciano, apesar de possuírem já algum tempo de estrada, foi no final dos anos 80 que estouraram sucessos como “Seu amor ainda é tudo” e “Ainda ontem chorei de saudade”, ambas compostas por Moacyr Franco.

Ainda sobre o final dos anos 80, não há como deixar de citar a dupla Leandro & Leonardo que, segundo Antunes, conquistou o país com seu carisma, simplicidade e um grande talento musical, vencendo preconceitos e tornando-se uma verdadeira febre nacional. Foi uma espécie de beatlemania sertaneja, por onde passavam

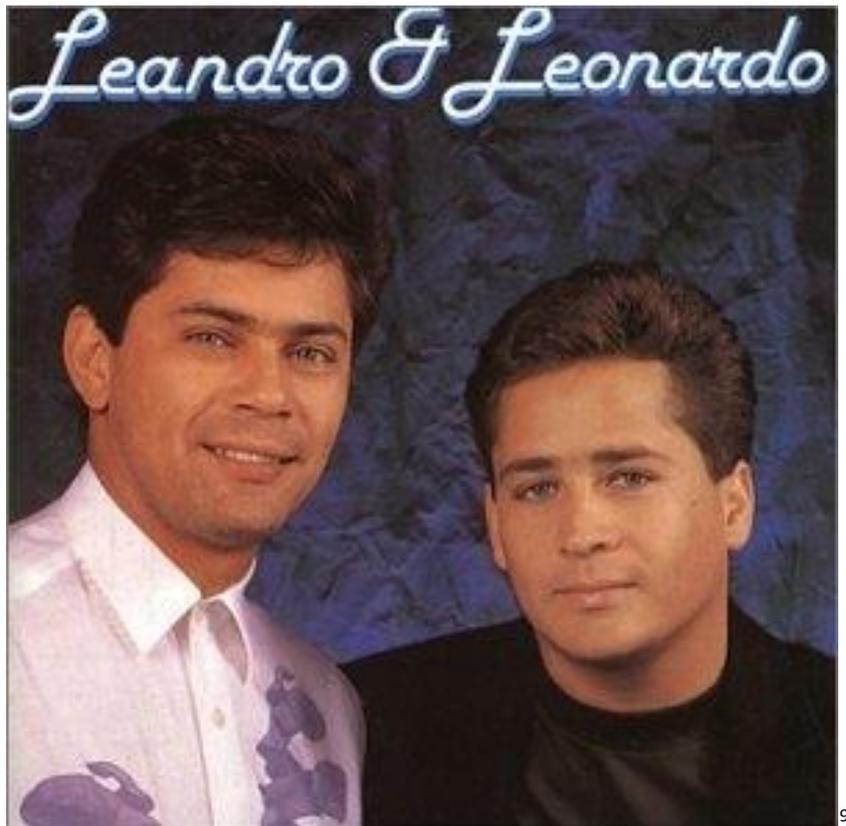
---

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://www.discogs.com/Chrystian-Ralf-Chrystian-Ralf-Vol-7/release/4872831>> Acesso em nov. 2019.

arrastavam multidões em meio a gritos, choro e desmaios com o *hit* 'Entre Tapas e Beijos'. (ANTUNES, 2012)

Já no início dos anos 90, arrebataram a mídia e o público com seu álbum 'Leandro & Leonardo' contendo os sucessos 'Talismã' e 'Pense em mim', vendendo 3.145.814 de cópias e tornando-se assim os únicos sertanejos a figurarem na lista dos dez discos mais vendidos no Brasil. A dupla construiu uma carreira sólida com enorme sucesso nacional e internacional, fazendo turnês pelo Chile, Argentina, Equador, Estados Unidos e até Japão. Em 25 anos de carreira, venderam 25 milhões de discos e têm até hoje um grande reconhecimento de seus feitos por parte dos fãs. Leandro faleceu em 1998, aos 36 anos, vítima de um câncer no pulmão.

Figura 9 - Capa do disco Leandro & Leonardo vol. 5



Fonte: Vagalume (2019)

Os anos 90 foram anos de fartura para a música sertaneja, pois além do surgimento de grandes nomes do gênero, passou a ganhar espaço na mídia, até

---

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/leandro-leonardo/>> Acesso em nov. 2019.

mesmo com programas de televisão, como era o caso do programa *Sabadão Sertanejo* do SBT, e do *Especial Sertanejo* da TV Record.

A fonte de onde brotavam duplas de qualidade parecia inesgotável nos anos 1990 e revelou também o talento fora de série de Zezé Di Camargo e seu irmão Luciano, que em pouco tempo se tornaram superestrelas. (ANTUNES, 2012)

Em 1991, a dupla Zezé Di Camargo & Luciano emplacaram o *hit* 'É o amor', que vendeu mais 1 milhão de cópias. A música entrou para um seleto grupo de grandes sucessos do sertanejo e ainda está viva na memória de grande parte do povo brasileiro.

Assim como Leandro & Leonardo, a dupla caiu nas graças do público e bateu recordes a cada novo álbum lançado. Zezé Di Camargo & Luciano são até os dias atuais, um marco para a música sertaneja, pois foi a partir do surgimento da dupla, que o gênero alcançou um patamar nunca antes imaginado. Os irmãos conquistaram dois Grammy Latinos consecutivos (2004 – 2005), além do prêmio de melhor dupla sertaneja concedido pela Academia Brasileira de Letras (ABL). Seus números anuais de vendas de Cds, DVDs e shows, além de espetaculares, vem se mantendo ano após ano e a dupla é singular no sentido de manutenção e renovação de público até hoje. Atualmente, com 28 anos de carreira, já ultrapassaram a marca de 40 milhões de discos vendidos.

Figura 10 - Capa do disco Zezé Di Camargo & Luciano - 1991



Fonte: Wikipédia (2019)

O *boom* da música sertaneja nos anos 90 foi tão grande que acabou gerando o encolhimento de outros gêneros musicais, o que foi uma grande mudança no mercado musical brasileiro.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Zez%C3%A9\\_Di\\_Camargo\\_%26\\_Luciano\\_\(%C3%A1lbum\\_de\\_1991\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Zez%C3%A9_Di_Camargo_%26_Luciano_(%C3%A1lbum_de_1991))> Acesso em nov. 2019.

## 1.6 O BERÇO DO SERTANEJO

O estado de Goiás, conhecido como a capital sertaneja é considerado o principal berço do gênero em função de grandes nomes que saíram de lá, como os próprios Zezé Di Camargo & Luciano, Chrystian & Ralf, Leandro & Leonardo e mais recentemente João Neto & Frederico e Jorge & Mateus.

Segundo Antunes, o estilo goiano de cantar música sertaneja é mais 'apaixonado' e seus cantores vivem essa música com intensidade.

Outra dupla que iniciou sua trajetória na capital sertaneja ainda nos anos 90, foi a dupla Bruno & Marrone. Os dois sobreviviam fazendo pequenos shows em bares, restaurantes e festas agropecuárias e, estrearam seu primeiro disco em 1994, porém foi no ano de 2001 com o sucesso 'Dormi na praça' que a dupla 'explodiu' nacionalmente e, desde então, emplacaram vários outros *hits* e se mantém até os dias atuais como uma das melhores duplas do país, vendendo mais de 10 milhões de discos no Brasil e fazendo turnês internacionais por países como Estados Unidos, Inglaterra e Japão.

Figura 11 - Capa CD Bruno &amp; Marrone Acústico



Fonte: Wikipédia (2018)

Dentro da retrospectiva apresentada neste capítulo, podemos notar que a música de raiz do sertão evoluiu para uma música romântica com nomes como Chitãozinho e Xororó e Leandro & Leonardo, porém a música intitulada caipira não acabou, e sim caminhou paralelamente a esse novo estilo.

## 1.7 TRANSIÇÃO PARA O SERTANEJO UNIVERSITÁRIO

A música sertaneja enfim gozava de um dos melhores momentos de sua história. Com o *boom* dos anos 90 e o encolhimento de outros gêneros, o sertanejo nadava de braçadas no mercado. Afinal, o que mais poderia surgir?

Com a melhora nas condições econômicas do país, muitos jovens do interior passaram a viver em grandes centros para cursar uma faculdade. “Vivendo em repúblicas e longe de suas famílias, esses jovens traziam seus violões para o *campus*

<sup>11</sup> Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Bruno\\_%26\\_Marrone\\_Ac%C3%BAstico.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Bruno_%26_Marrone_Ac%C3%BAstico.jpg)> Acesso em nov. 2019.

e se reuniam em barzinhos para cantar, dançar e tocar velhos clássicos sertanejos (ANTUNES, 2012). Segundo Antunes, do ponto de vista do *marketing*, havia uma lacuna a ser preenchida, já que não haviam novidades no cenário da música brasileira, e esses jovens tinham um certo poder de compra para consumir 'entretenimento'. Com o passar do tempo, alguns estudantes passaram a destacar-se no cenário musical dentro das próprias faculdades, e com o apoio muitas vezes dos colegas de curso, passavam a dividir o seu tempo entre os estudos e a carreira musical. Formava-se aí um circuito universitário de duplas sertanejas e, a partir de então, surgia um novo gênero no mercado, o 'Sertanejo Universitário'.

Dentre essas duplas do circuito universitário, algumas alcançaram a fama ainda no início desse novo ciclo, como João Bosco & Vinícius, João Neto & Frederico, Jorge & Mateus, e a dupla que é parte fundamental do objeto de estudo deste trabalho: Fernando & Sorocaba.

Com tamanho sucesso do novo gênero universitário, somado ao crescimento da tecnologia, os aparelhos celulares e o *streaming*, as gravadoras que até então dominavam o mercado, começaram a perder espaço, passando assim a traçar novas estratégias para se reinventar e conseguir se manter dentro desse mercado. A partir dessa mudança de cenário, empresários e até cantores criaram as suas próprias gravadoras e produtoras, muitas hoje de grande porte e até projeção internacional, como é o caso da FS Produções Artísticas.

## 2 FERNANDO & SOROCABA

O seguinte capítulo conta a história da dupla Fernando & Sorocaba, desde sua formação, até o crescimento individual de cada um dos integrantes, retratando um pouco de sua infância e adolescência. Neste capítulo também são citadas inovações trazidas pela dupla, inovações essas que foram muito importantes para desenvolvimento do sertanejo universitário tanto como música quanto como mercado, o que os transforma em um dos pilares desse novo gênero.

### 3.1 INOVAÇÕES “SOROCABANAS”

Uma das maiores produtoras do Brasil e objeto de análise do presente trabalho, a FS Produções Artísticas pertence ao cantor Sorocaba, da dupla Fernando & Sorocaba. Fernando Fakri de Assis é nascido em São Paulo no dia 15 de setembro de 1980, mas criado na cidade de Sorocaba, de onde vem seu apelido. Segundo sua assessoria, ele completou 10 anos de carreira ao lado de seu parceiro Fernando Zorzanello Bonifácio (Ji-Paraná, 21 de abril de 1984).

Para o crítico e jornalista José Flávio Júnior, a dupla Fernando & Sorocaba tem um imenso papel nessa nova realidade da música sertaneja, muito em função das práticas instituídas por eles em seus primeiros anos de carreira, práticas essas que colocaram fogo em um mercado que já estava aquecido. Sorocaba inovou em organização, divulgação e no uso de novas tecnologias nos shows, além de ampliar as possibilidades para seus pares, investindo em talentos emergentes como foi o caso da parceria com Luan Santana, uma das tantas do cantor e empresário.

Em termos musicais, Sorocaba manteve suas referências da música *country* e do *Hard Rock* como conceito da dupla, mesclando-as com letras que buscavam identidade com o público jovem das universidades, incorporando gírias urbanas e expressões em alta nas redes sociais.

Outro fator que coloca Sorocaba como um dos gigantes da nova fase da música sertaneja é a sua inquietação. Ainda segundo José Flávio Júnior, o músico sempre teve as antenas levantadas para o restante da cadeia produtiva, e com sua

capacidade empreendedora, não conseguiria atuar no universo musical sem lançar outros artistas. Tal inquietação é confirmada em entrevista feita com sua irmã e assessora Juliana Sagnori<sup>12</sup>, que quando perguntada sobre o modelo de negócios usado pela produtora do cantor, diz: “Sorocaba aprendeu desde pequeno com o avô materno a liderar seus negócios. Por isso, não temos um modelo certo. Vamos nos adaptando às necessidades de mercado [...]” (SAGNORI, 2019)

É necessário lembrar que mesmo após anos de carreira, Sorocaba não perdeu a vontade de agitar o mercado, criando novas situações a cada dia e fazendo com que o mesmo avance. Em uma das respostas da entrevista, Juliana diz: “Criamos um conceito novo para cada projeto, que procuramos levar para a nossa turnê, para todos os fãs e público poderem ter uma experiência completa em nossos shows.” (SAGNORI, 2019). Durante a carreira da dupla, podemos citar inúmeros conceitos diferentes que Sorocaba trouxe para dentro dos projetos da dupla, como foi o caso das bolhas de ar, onde os cantores eram literalmente carregados pelo público, dos discos voadores, e até do “cine-show”, uma forma de apresentar suas músicas mesclando os conceitos de dramaturgia e *performance* filmada.

---

<sup>12</sup> A entrevista com Juliana Sagnori encontra-se disponível no apêndice deste trabalho (p. 51).

Figura 12 - Sorocaba na bolha durante um show



Fonte: Bom Dia Online (2014)

Essa inquietação e preocupação de Sorocaba com a repetição de padrões se escancara a cada novo projeto lançado por ele, sempre com inovações e grandes diferenciais, diferenciais esses que mantêm a dupla no topo do mercado a cada ano que passa, mas nem sempre foi assim.

### 3.2 DE HOBBY À PROFISSÃO

Sorocaba é autodidata, passou a infância com a família entre idas e vindas de São Paulo a Sorocaba, onde tinham fazenda. O cantor nunca imaginou que a música pudesse virar uma profissão e, segundo ele, foi quando se mudou para Londrina no estado do Paraná para cursar agronomia na Universidade Estadual de Londrina (UEL), que deixou de encarar a música como um passatempo. Já no início do curso,

---

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://www.bomdiaonline.com/noticia/24274/fernando-e-sorocaba-inovam-em-show>> Acesso em nov. 2019.

Sorocaba cantava em festas e churrascos da turma, o que acabava rendendo segundo ele, uns duzentos ou trezentos reais.

Figura 13 - Sorocaba lavando a louça na república onde morou nos tempos de faculdade em 2004.



Fonte: Tudo em Dia (2017)

Dentre tantos diferenciais de Sorocaba, está sua voz. Quando ainda cursava a faculdade, o cantor aprendeu a lidar com seu timbre um tanto quanto diferente das duplas sertanejas de sucesso da época, desenvolvendo mais uma das habilidades que o colocam no patamar atual, a habilidade de compor. Para ele, cantar músicas de outras duplas não era o caminho, já que ainda segundo ele, sua voz o atrapalhava nesse quesito. Atualmente, seu timbre de voz único, é marca registrada de sua dupla com Fernando, inconfundível aos ouvidos do público.

---

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://www.tudoemdia.com/2017/07/10/cantor-sorocaba-posta-foto-antiga-da-epoca-da-faculdade-lavando-louca/>> Acesso em nov. 2019.

### 3.3 EMPREENDEDOR NATO

Durante o período de faculdade, Sorocaba teve algumas parcerias que não duraram por muito tempo, até que resolveu que deveria tomar as rédeas da situação e planejar um projeto de longo prazo. O então estudante não queria arrumar outro parceiro que gastasse o dinheiro dos trabalhos da dupla com sua vida pessoal, para ele, o projeto deveria ir além. Era necessário ter a liberdade para reinvestir a quantia que ganhava com a música:

[...] então comecei [Sorocaba] a pensar em contratar alguém para cantar comigo, que seria um músico assalariado. Algo que, de certa forma, quebrou os paradigmas da música sertaneja. (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

Foi então que, através de um amigo, conheceu Santiago, que veio a ser o primeiro “Fernando”. Com suas habilidades empreendedoras e artísticas, Sorocaba elevou o patamar da dupla e, segundo ele, ao final do curso de agronomia em 2005 já ganhava cerca de 7 mil reais com a música. Em 2006 resolveu utilizar suas economias para a realização da gravação de seu primeiro DVD. Após o lançamento do DVD *Ao vivo em Londrina*, a agenda de shows da dupla bombou. Os cantores passaram a fazer 15 apresentações por mês, com valores chegando à casa dos 30 mil reais por show. A partir daí, Sorocaba usou todo o seu tato empreendedor para a divulgação do trabalho, já que para ele, a música é um vírus que se espalha espontaneamente se você souber divulgar.

Outra estratégia muito usada, era a permuta com as rádios, que tocavam suas músicas em troca de um show na cidade da rádio em questão. Sorocaba tratava a divulgação como a alma do negócio, e a fazia com voracidade. Ainda segundo ele, os CDs e DVDs nunca foram fonte de renda, e sim divulgação. Foi então que colocou o pé na estrada mais uma vez em uma estratégia diferente. No final de 2006, a dupla foi aos litorais catarinense e paranaense e distribuiu CDs e DVDs em grandes quantidades, o que era para Sorocaba, uma forma de espalhar o ‘vírus’, já que em sua visão, o momento em que as pessoas estão mais abertas a ouvirem algo novo, é justamente nas viagens de fim de ano para a praia, curtindo e relaxando com a família. Essas pessoas voltariam às suas cidades ouvindo suas músicas e acabariam repassando para amigos e conhecidos.

### **3.4 A FORMAÇÃO QUE GANHOU O BRASIL**

Em 2007, Fernando morava em Cuiabá e seguia carreira solo se apresentando em barzinhos da cidade. Sua maior apoiadora era a namorada Mikelly que além de cursar faculdade, o ajudava muito na logística de suas apresentações. A fase era difícil e a carreira de Fernando não prosperava até que, segundo ele, em setembro de 2007, recebeu uma ligação. Era o convite para fazer um teste para segunda voz de uma dupla de Londrina que acabara de ficar sem um integrante, a dupla Fernando & Sorocaba. Fernando ainda conta que, na situação em que se encontrava, o salário de 4 mil reais que ganharia na dupla, seria sua grande salvação.

Após o teste, o cantor voltou para Cuiabá ainda sem resposta, e durante um mês ficou esperando um retorno que tardou, mas chegou via Orkut. A dupla estava formada e já com show marcado para o dia seguinte na cidade de Curitiba no Paraná. Para Fernando, a partir de então foi como um casamento e, no ano de 2019, a dupla completa 12 anos de uma parceria de muito sucesso, inclusive nos negócios, já que atualmente Fernando é um dos sócios de Sorocaba na FS Produções Artísticas.

Figura 14 - Fernando &amp; Sorocaba durante apresentação



15

Fonte: Pioneiro Clic RBS (2019)

Menos de um mês após a formação da dupla, Fernando & Sorocaba gravaram seu primeiro CD e DVD juntos, intitulado *Bala de Prata*, nome da música que os tornou um sucesso nacional. Com a agenda de shows lotada e com show marcado em Barretos na maior festa do peão do país, tudo parecia caminhar a passos largos, quando Sorocaba descobriu o câncer na tireoide. O cantor conta que por muitas vezes pensou que teria de mudar de profissão e que tudo o que conquistou iria por água abaixo, mas não foi assim que aconteceu. Sorocaba venceu o câncer e a partir de então é um dos grandes patrocinadores de hospitais do câncer como o de Barretos. (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

---

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-tendencias/noticia/2019/03/dupla-fernando-sorocaba-retorna-a-caxias-do-sul-para-show-na-festa-da-uva-10812559.html>> Acesso em nov. 2019.

Figura 15 - Capa do DVD Bala de Prata - Fernando &amp; Sorocaba



16

Fonte: Capas de DVD (2010)

Para Fernando, a dupla responsável pelo alcance nacional do sertanejo universitário foi César Menotti & Fabiano, e logo após eles, os mineiros Victor & Léo. Ainda segundo o cantor, as duplas sertanejas sempre tiveram uma relação muito boa entre si, e o sucesso de uma ajudava no crescimento da outra. Ele conta que quando entrou para a dupla Fernando & Sorocaba, já eram vendidos shows de 25 a 35 mil reais, mas foi através de uma sacada de Sorocaba que mudaram de patamar. A dupla vendeu seu primeiro show de 50 mil reais em Maringá, no Paraná, onde controlaram a bilheteria. Sorocaba entendeu que se controlasse a bilheteria, os shows passariam a ser mais rentáveis. Era uma nova forma de ganhar dinheiro já que, até então, o modelo do sertanejo era apenas receber cachê. Além do controle da bilheteria, a dupla

<sup>16</sup> Disponível em: <<https://capadedvd.wordpress.com/2010/04/28/fernando-e-sorocaba-bala-de-prata-ao-vivo/>> Acesso em nov. 2019.

fazia ainda por muitas vezes, parcerias com os contratantes, chegando até a bancar a produção dos shows.

Na visão de Fernando, a ascensão da nova geração sertaneja tem muita ligação com o crescimento econômico do Brasil, já que em 2008, 45% da população brasileira estava na classe média, 11% a mais do que em 2005.

Em 2016, todas as dez músicas brasileiras mais tocadas pertenciam ao gênero. Em 2011, 2013 e 2014, foram oito das dez. Em 2010 e 2012, nove das dez. Em 2009, cinco das dez. O último ano em que o sertanejo foi “minoría” foi 2008, justamente o ano em que Fernando & Sorocaba estouraram. (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

### 3.5 ESTRATEGISTA

Na visão de Sorocaba, existem duas principais formas de se alcançar o sucesso no Brasil. A primeira é emplacar uma música, um *hit* certo, e a segunda que para ele é onde sua dupla se enquadra, é escalar degrau por degrau, estourando primeiro na sua cidade, depois na sua região, em seguida no resto do estado e assim por diante. Nesse contexto, segundo o cantor, errar a dimensão do próprio sucesso e pular degraus, pode ser um tiro no pé. Desde o início a dupla Fernando & Sorocaba teve como marca suas músicas autorais, já que para Sorocaba, ao cantar música de outras duplas você causa a impressão no público de que é apenas mais uma igual entre tantas outras, mas não bastava só o repertório autoral, era preciso cantar suas músicas nas cidades onde seu trabalho era conhecido, seguindo o ideia de escalada dos degraus, já citada acima.

Acredito que o segredo do sucesso é ter um diferencial que seja reconhecido com facilidade – no nosso caso, minha voz, os arranjos country e as letras das músicas. Depois de desagradar uma plateia, é preciso gastar o dobro de dinheiro e esforço para reconquistá-la. [...]

Para evitar esse desgaste tivemos desde o início da carreira um cuidado especial com a divulgação do nosso trabalho. Tínhamos funcionários que viajavam com dois ou três meses de antecedência para região onde havia um show agendado. Lá, eles distribuíam os CDs e reforçavam a marca identidade visual da dupla. É uma tarefa muito importante, principalmente quando se está começando na carreira. Na maioria das vezes, o público conhece uma música, como “Bala de Prata”, por ouvir no rádio, na TV ou quando um amigo toca no churrasco, mas nem sempre sabe quem são os artistas e muito menos qual a cara deles. Esse trabalho reforça a identidade e faz com que o fã tenha vontade de ir ao show.

Sorocaba diz ainda que em qualquer feira ou praça da cidade onde aconteceria o show, havia um responsável por vender o CD da dupla por cinco reais, e que a cada 30 mil reais de lucro, cerca de 20 mil bancavam a produção desses CDs, assim ele tinha o controle dos lugares onde seu material estava chegando.

Fomos os pioneiros nesse tipo de trabalho, ao lado do Jorge & Mateus, a única outra dupla que espalhava divulgadores com esse material pelo Brasil. Os primeiros estados em que trabalhamos esta estratégia, depois de lançar Bala de Prata, foram São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. Aos poucos, conforme o disco ia estourando, aumentamos nosso raio de ação, chegando ao Nordeste e avançando por Mato Grosso. [...]

Ao todo, gastávamos cerca de 10 a 12 mil reais por mês com a operação. Nós compramos uma van Ducato Minibus de dezesseis lugares para o pessoal da divulgação e fizemos algumas adaptações. [...]

Ao chegar a uma nova cidade, a primeira pessoa que um divulgador procurava era o contratante do show. Ele indicava os pontos de maior movimento do nosso público e, a partir daí, começava o trabalho pesado de divulgação. [...] Às 6h30, nosso pessoal já estava na porta de uma faculdade com o som ligado, esperando a galera chegar para as aulas. Depois do período de entrada, tinham que correr para outra faculdade da cidade, para pegar o horário do intervalo, e depois seguiam para mais uma na hora da saída.

O divulgador cobria o maior número possível de locais nos dois ou três dias em que ficava em cada cidade. Ele parava na frente de mercados, lojas de eletrodomésticos, porta de balada e bares. Shows de outros artistas eram uma ótima oportunidade também. Uma apresentação de César Menotti & Fabiano, que já tinham atingido outro patamar de sucesso nacional, reunia no mínimo 20, 30 mil pessoas. Logo, se você parasse o carro na saída do show e distribuísse 5 mil CDs, teria feito um ótimo negócio. Caso o material acabasse, era só avisar o escritório em Londrina para que um novo estoque fosse entregue na próxima cidade do itinerário.

Foi uma estratégia que deu tão certo que todos os artistas que já passaram pelo escritório da FS Produções seguiram o mesmo esquema em algum momento da carreira. Antes de estourar, o Luan Santana também tinha o material distribuído pelo nosso pessoal – e os fãs, em geral, recusavam o CD dele porque não acreditavam que aquele cantor com cara de menino fosse bom. Um ano depois, quando os divulgadores voltavam às mesmas cidades, escutavam “Pô, aquele garotinho do CD do ano passado estourou, hein?” (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

### 3 FS PRODUÇÕES ARTÍSTICAS

O presente capítulo é dedicado a contextualização e entendimento de como surgiu a FS Produções artísticas, bem como seu modelo de negócios e as parcerias firmadas no decorrer de sua existência.

#### 3.1 SURGE UMA IDEIA

Quando perguntada na entrevista sobre como surgiu a ideia da criação da produtora, Juliana diz:

Com o passar do tempo, vimos um déficit comercial no mercado de atender o contratante sempre que solicitado. Por exemplo: Um contratante ligava querendo Fernando & Sorocaba para uma data, que já estava vendida. Nessa, acabávamos “perdendo” o show. Então, resolvemos funcionar como uma cooperativa, trazendo mais artistas para dentro do nosso escritório, com a nossa estrutura, e passamos a oferecer outros shows nas datas que já estavam preenchidas. (SAGNORI, 2019)

No décimo capítulo do livro “Ainda Existem Caubóis” que conta a história da dupla, Sorocaba diz que no início, quando a dupla começou a dar certo ainda com seu primeiro parceiro Santiago, já pensava em ter um escritório que pudesse cuidar da carreira de outros artistas, e após o sucesso do CD e DVD Bala de Prata já com seu novo parceiro Fernando, esse pensamento se tornou realidade, inicialmente com a criação do escritório Bala de Prata Produções Artísticas, seguindo exatamente a mesma ideia citada por Juliana na entrevista.

Nós recebíamos muitos pedidos de shows e, várias vezes, ficávamos mal por não poder nos apresentar devido a outros compromissos já pré-agendados. A solução seria ter outros nomes para oferecer quando não conseguíssemos atender à solicitação de algum contratante. Para isso, criamos o escritório Bala de Prata Produções Artísticas. E o primeiro nome com quem trabalhamos foi o Luan Santana. (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

### 3.2 LUAN SANTANA

A parceria de Sorocaba com Luan Santana, é de suma importância na carreira do músico e empresário, já que foi a primeira e a partir daí, passou a investir e acreditar em outros projetos. Quando perguntada sobre como o músico decidiu conciliar a carreira de cantor com a carreira de empresário de outros artistas, Juliana cita a primeira parceria com Luan: “Isso surgiu com a primeira parceria empresarial dele, que foi com o Luan Santana no início da carreira dele. De lá pra cá. Sorocaba investiu em mais alguns projetos.” (SAGNORI, 2019)

Para Sorocaba, o investimento na carreira de Luan Santana foi um dos melhores que já fez em sua vida e um dos motivos de essa parceria ter dado tão certo, foi a similaridade de pensamentos, e o fato de compartilharem da mesma ideia de que nada resiste ao trabalho duro e focado. Em sua visão, Luan possuía também, um apelo diferente e o fato de ter um artista que falasse com o público *teen* das feiras agropecuárias, preencheria uma lacuna deixada pela música sertaneja no geral.

Como já citado anteriormente, as mesmas estratégias de divulgação usadas para a dupla Fernando & Sorocaba, foram também usadas para o Luan Santana: “Onde houvesse um funcionário do Fernando & Sorocaba distribuindo material, lá estaria um CD do Luan sendo entregue.” (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

Figura 16 - Capa do CD Tô de Cara – Luan Santana



Fonte: Capas de DVD (2009)

Segundo o empresário, os primeiros shows do Luan eram vendidos de 15 a 20 mil reais, e, quando estourou, com a música *Meteoro*, lançada em 2009 junto ao álbum “Tô de Cara”, esse valor subiu muito rapidamente para mais de 100 mil.

Torcer o nariz para o sucesso de qualquer artista é um erro gigante. O Luan foi muito benéfico para o sertanejo, porque trouxe públicos que até então não ouviam o gênero. As crianças, por exemplo, em sua maioria, odiavam o estilo. Ouviam por causa dos pais. Com o Luan, o panorama mudou. E esse novo fã que o ouve acaba descobrindo aos poucos Fernando & Sorocaba, Chitãozinho & Xororó etc.

Até mesmo o público das rádios se tornou outro depois do Luan. Os ouvintes que ligavam para pedir música quando ele estourou eram adolescentes e crianças. Uma rádio que não o tocasse estava frita. Elas se obrigaram a

<sup>17</sup> Disponível em: <<https://capadedvd.wordpress.com/2009/11/14/luan-santana-to-de-cara-47/>> Acesso em nov. 2019.

executar as canções dele para poder ampliar o público, o que diversificou os anúncios e aumentou a publicidade. Foi uma bola de neve que só trouxe benefícios para o mercado. O sertanejo universitário já tinha aberto caminho para uma nova tendência e renovado um pouco sua audiência, mas o Luan agregou uns 20% a 25% do público que hoje curte o gênero. Sozinho! O talento do Luan é realçado pelos resultados: desde 2010, ele emplaca ao menos uma música entre as dez mais tocadas nas rádios ao longo de um ano no Brasil. Nossa união foi a prova de que era possível um artista ajudar o outro e ambos terem êxito, algo inédito no sertanejo. Até então, esse era um movimento restrito a empresários, que tentavam emplacar parcerias, muitas vezes forçadas. Os artistas também não se engajavam, pois rolava muito ciúme. Davam a mão para levantar, mas não abraçavam para ajudar a caminhar. Fomos os primeiros, pelo menos na nossa geração, a ter essa atitude. O resultado é bem claro: ajudamos a criar o maior artista sertanejo do Brasil. (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

### 3.3 O ANO DE 2010

O ano de 2010 foi um marco para a dupla Fernando & Sorocaba. Em janeiro, lançaram o álbum “Acústico” que continha dentre outros *hits*, a música “Madri”, que para Fernando é até hoje o maior sucesso dos cantores, a música que deixou claro que haviam entrado para a elite da música sertaneja.

Para a entrevistada Juliana, não foi diferente. Ao responder qual música teria elevado o patamar dos sertanejos, citou com convicção a música “Madri”.

“Durante os 12 anos de carreira da dupla, graças a Deus tivemos grandes sucessos em todos os projetos, músicas que se destacaram no mercado. Mas, se for pra escolher um grande hit de Fernando & Sorocaba, com certeza seria “Madri”. (SAGNORI, 2019)

Figura 17 - Capa do CD Acústico – Fernando & Sorocaba, álbum que contém a música “Madri”



Fonte: Wikipédia (2019)

No segundo semestre, mudaram o escritório para São Paulo, fundando assim a FS Produções Artísticas, dos sócios Fernando, Sorocaba, Fábio Fakri (primo de Sorocaba) e Fábio Elias, o “Da Lua”, um dos primeiros contratantes da dupla. Inicialmente, o escritório foi montado em uma sala alugada em um prédio empresarial em Moema, zona sul da capital paulista. Em menos de um ano, devido ao crescimento exponencial dos negócios, a produtora já ocupava um andar inteiro do edifício, foi então que Sorocaba e seus sócios decidiram montar uma sede própria com sua identidade, pensada nos mínimos detalhes.

---

<sup>18</sup> Disponível em:

<[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ac%C3%BAstico\\_\(%C3%A1lbum\\_de\\_Fernando\\_e\\_Sorocaba\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ac%C3%BAstico_(%C3%A1lbum_de_Fernando_e_Sorocaba))> Acesso em nov. 2019.

Figura 18 - Logotipo FS Produções Artísticas



Fonte: FS Produções Artísticas (2019)

### 3.4 NOVA SEDE E PARCERIAS

Em julho de 2013, inauguraram a nova sede, em um imóvel que pertencia a mãe de Sorocaba, onde estão até os dias atuais. Também localizado em Moema, na avenida Jandira, o prédio possui recepção, sala de reuniões e um estúdio com equipamentos de última geração, onde Fernando passa a maior parte do tempo fazendo suas produções. Segundo eles, a localização é muito favorável pela proximidade com o aeroporto de Congonhas. Sendo assim, qualquer pessoa que venha para uma reunião no escritório, tem muita facilidade ao chegar e sair da cidade.

A FS funciona como uma cooperativa de artistas. Cada um dos contratados possui um empresário responsável dentro da nossa estrutura, com um projeto próprio desenvolvido de acordo com suas características. Eles compartilham as equipes de marketing – digital e off-line –, de divulgação e atendimento a fãs-clubes e os departamentos financeiro e administrativo. A vantagem é encurtar o caminho: cada empresário aprende a gastar menos e obter mais resultado a partir das experiências e dos erros e acertos dos outros. (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

---

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://www.fspa.com.br/site/>> Acesso em nov. 2019.

Para o proprietário e cantor Sorocaba, a busca é sempre por artistas diferentes, artistas que preencham espaços deixados pela música no geral, como cita no trecho abaixo:

Estamos constantemente em busca de novos nomes que possam preencher lacunas do mercado. Ao analisar o potencial de um novo contratado, o mais importante é verificar se o artista possui conceito e equilíbrio. É necessário que ele tenha uma linguagem própria, que é o que vai diferenciá-lo dentro da indústria musical. (FERNANDO & SOROCABA, 2017)

Nota-se que após a primeira faísca que aconteceu com Luan Santana, a inquietação de Sorocaba já citada anteriormente, fez com que ele se tornasse figura singular como empresário no mercado da música sertaneja. Com tamanho sucesso de Luan e o estabelecimento da FS Produções Artísticas em São Paulo, o cantor fez muitas parcerias de sucesso inegável com artistas como Lucas Lucco, um fenômeno na internet, nos palcos e até em atuações na televisão, Henrique & Diego, dupla que na visão de Sorocaba, faz um sertanejo pra cima, com a mistura de elementos do axé e de outros ritmos dançantes, Thaeme & Thiago, dupla de sucesso e com números astronômicos de *views* no Youtube com *hits* como “Coração Apertado” e “Ai que dó”, Marcos & Belutti que têm média de 20 shows por mês e até o ano de 2017, já haviam vendido mais de 300 mil cópias, número altíssimo para os padrões atuais, visto que estamos na era da tecnologia, internet e streaming e, Milionário & Marciano com o projeto “Lendas” que segundo Sorocaba, é um dos projetos de que mais se orgulha, pois são dois cantores fundamentais para a história do sertanejo no Brasil.

Dos nomes citados acima, apenas Henrique & Diego e Marcos & Belutti não fazem parte do *casting* da FS nos dias atuais.

### 3.5 MODELO DE NEGÓCIOS

Por trás de qualquer negócio existe um sistema constituído por várias partes interligadas entre si. Teoricamente, para que o negócio seja bem-sucedido, todas as partes devem trabalhar em harmonia. Desta forma, o pesquisador pôde perceber com a experiência da leitura e da entrevista, alguns itens específicos que identificam

estratégias da FS. A soma destas estratégias formam possivelmente seu modelo de negócios, pois como diz a entrevistada Juliana Sagnori “Temos bolo, mas não passamos a receita, risos”.

- Repertório autoral bem elaborado (Identidade própria)
- Escalada dos degraus (cidade, região, estado e país)
- A venda dos CDs a um preço baixo nos locais dos shows (divulgação)
- Marketing digital e off-line (divulgação)
- A arrecadação com a venda dos CDs é utilizada para pagar sua fabricação (sustentabilidade)
- Controle de bilheterias
- Localização estratégica da produtora para facilitar negociações com clientes. (Planejamento)
- Sistema de cooperativa de artistas (maior diversidade de ‘produtos’)
- Estudo de mercado (preenchimento de lacunas)

Todas as estratégias citadas acima, fazem parte de um sistema organizado para que a venda de shows se mantenha em alta, já que segundo a entrevistada, a fonte maior de renda vem deles.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma visão panorâmica da música sertaneja, é importante observar que assim como em outras áreas e outros movimentos artísticos, o gênero sempre teve em cada uma de suas fases, nomes importantes de pessoas que foram pioneiras naquilo que fizeram, e que de alguma forma carregaram sua bandeira.

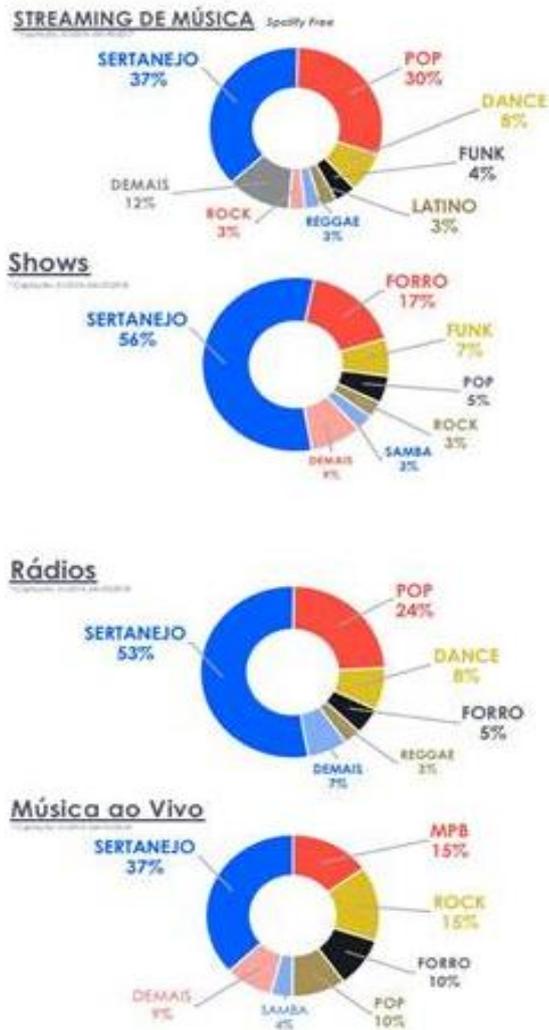
Nomes como Zezé Di Camargo & Luciano, Leandro & Leonardo, Tonico e Tinoco e lá atrás o próprio Cornélio Pires (precursor da divulgação da cultura caipira), foram figuras importantíssimas para o gênero. Talvez, sem alguns desses nomes e tantos outros que não foram citados acima, não teríamos o sertanejo hoje como uma das referências do cenário musical brasileiro.

Outro ponto a ser observado é a versatilidade do gênero e sua facilidade histórica de se misturar com outros, de absorver novas culturas e incorporar tudo isso de forma natural.

Em se tratando de mercado, essa versatilidade faz com que o sertanejo preencha todos os dias uma nova lacuna. Basta surgir uma brecha na indústria, e lá está o sertanejo com alguma inovação para ocupar esse espaço, e ocupa mesmo! O gênero é disparado o mais tocado no Brasil, segundo levantamento feito pelo ECAD entre os anos de 2016 e 2018. Abaixo, os gráficos divulgados pelo órgão:

Figura 19 - Gêneros mais tocados no Brasil entre os anos de 2016 e 2018.

## 100+, obras musicais por GÊNERO



20

Fonte: ECAD (2018)

<sup>20</sup> Disponível em: <<https://www.ecad.org.br/em-pauta/Paginas/ecad-comprova-sertanejo-e-o-ritmo-mais-ouvido-no-brasil.aspx>> Acesso em nov. 2019.

Entre os anos de 2010 e 2016, a FS Produções Artísticas figurou na lista das dez músicas mais tocadas no Brasil com ao menos um de seus artistas. Abaixo, uma tabela ilustrando a presença dos artistas no *top 10*:

Tabela 1 - Balanço da presença da FS Produções Artísticas entre as dez músicas mais tocadas no Brasil entre os anos de 2010 e 2016.

<b>ANO</b>	<b>MÚSICA</b>	<b>ARTISTA</b>
<b>2010</b>	Você não sabe o que é amor	Luan Santana
	Madri	Fernando&Sorocaba
<b>2011</b>	Amar não é pecado	Luan Santana
	Um Beijo	
	As Lembranças vão na mala	
<b>2012</b>	Te vivo	Luan Santana
	Incondicional	
<b>2013</b>	Te esperando	Luan Santana
	Sogrão Caprichou	
<b>2014</b>	Domingo de Manhã	Marcos & Belutti
	Cê Topa	Luan Santana
	Mozão	Lucas Lucco
<b>2015</b>	Escreve Aí	Luan Santana
	Aquele 1%	Marcos & Belutti
	Vai vendo	Lucas Lucco
<b>2016</b>	Romântico Anônimo	Marcos & Belutti

Fonte: Fernando & Sorocaba (2017)

Em uma visão voltada para Fernando & Sorocaba, não há como negar que a dupla seja um marco na história recente da música sertaneja, e que Sorocaba é um dos precursores desse movimento universitário, além de ser figura singular em várias vertentes do mercado. Cantor e empresário bem-sucedido, Sorocaba também é um dos maiores compositores dessa nova era do gênero. Em 2015, foi o maior arrecadador em direitos autorais em shows no Brasil. Já liderou também o ranking do ECAD nos anos de 2011 e 2012, além de figurar a segunda colocação nos anos de 2010, 2013 e 2014. (FS, 2019)

Durante a pesquisa e buscando responder minha hipótese, pude perceber que o empresário encontrou um modelo de negócios baseado em divulgação em massa,

sustentabilidade, músicas autorais bem elaboradas, estudo de mercado e preenchimento de lacunas usando a produtora como uma cooperativa de artistas.

Analisando a trajetória de Sorocaba podemos perceber que se trata de um empreendedor nato que pensa sempre a frente, e está sempre buscando inovações para o mercado.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, A. **O Dialeto Caipira**. São Paulo: Hucitec, 1976.

ANTUNES, E. **De Caipira a Universitário**. São Paulo: Matrix, 2012.

ARTÍSTICAS, F. P. Biografia. **Fernando & Sorocaba**, 2019. Disponível em: <<https://www.fernandoesorocaba.com.br/site/biografia>>. Acesso em: 15 Novembro 2019.

ARTÍSTICAS, F. P. Site. **FS Produções Artísticas**, 2019. Disponível em: <<https://www.fspsa.com.br/site/>>. Acesso em: 17 Novembro 2019.

BUENO, R. Cultura e Tendências. **Pioneiro Clic RBS**, 2019. Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-tendencias/noticia/2019/03/dupla-fernando-sorocaba-retorna-a-caxias-do-sul-para-show-na-festa-da-uva-10812559.html>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

CASCUDO, L. D. C. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. 11<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Global, 2001.

DISCOGS. Chrystian & Ralf - Chrystian & Ralf Vol. 7. **Discogs**, 2019. Disponível em: <<https://www.discogs.com/Chrystian-Ralf-Chrystian-Ralf-Vol-7/release/4872831>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

DISTRIBUIÇÃO, E. C. D. A. E. Ecad comprova: sertanejo é o ritmo mais ouvido no Brasil. **ECAD: Para manter a música viva**, 2018. Disponível em: <<https://www.ecad.org.br/em-pauta/Paginas/ecad-comprova-sertanejo-e-o-ritmo-mais-ouvido-no-brasil.aspx>>. Acesso em: 15 Novembro 2019.

DVD, C. D. Luan Santana - Tô de Cara. **Capas de DVD**, 2009. Disponível em: <<https://capadedvd.wordpress.com/2009/11/14/luan-santana-to-de-cara-47/>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

DVD, C. D. Fernando e Sorocaba - Bala de Prata - Ao Vivo. **Capas de DVD**, 2010. Disponível em: <<https://capadedvd.wordpress.com/2010/04/28/fernando-e-sorocaba-bala-de-prata-ao-vivo/>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

FERNANDO & SOROCABA. **Ainda Existem Caubóis**. 1<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Paralela, 2017.

JORNALISMO, C. D. Cantor Sorocaba posta foto antiga da época da faculdade lavando louça. **Tudo em Dia - O conhecimento nos conecta**, 2017. Disponível em: <<https://www.tudoemdia.com/2017/07/10/cantor-sorocaba-posta-foto-antiga-da-epoca-da-faculdade-lavando-louca/>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

LETRAS. Pedro Bento e Zé da Estrada. **Letras**, 2019. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/pedro-bento-ze-da-estrada/1503383/>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

LETRAS. Tião Carreiro e Pardinho - Fotos. **Letras**, 2019. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/tiao-carreiro-e-pardinho/fotos.html>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

ONLINE, B. D. Fernando e Sorocaba inovam em show. **Bom dia Online**, 2014. Disponível em: <<http://www.bomdiaonline.com/noticia/24274/fernando-e-sorocaba-inovam-em-show>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

ORTEGA, A. Turma Caipira de Cornélio Pires. **Sertanejo Oficial**, 2014. Disponível em: <<http://www.sertanejooficial.com.br/2014/historia-do-sertanejo-raiz-os-pioneiros-da-musica-sertaneja/turma-caipira/>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

SAGNORI, J. **FS: Modelo de Negócios e Atuação no Mercado da Música Sertaneja**. [Entrevista concedida a] André Mallet de Menezes Chico. São Paulo: 28 Agosto, 2019.

SANTANA, S. Léo Canho e Robertinho se apresentam no Sesc Santana. **Maxpress**, 2017. Disponível em: <[https://www.maxpress.com.br/Conteudo/1,890791,Leo\\_Canhoto\\_e\\_Robertinho\\_se\\_apresentam\\_no\\_Sesc\\_Santana,890791,1.htm](https://www.maxpress.com.br/Conteudo/1,890791,Leo_Canhoto_e_Robertinho_se_apresentam_no_Sesc_Santana,890791,1.htm)>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

SERTANEJA, C. Chitãozinho & Xororó - Somos Apaixonados. **Coleção Sertaneja**, 2017. Disponível em: <<http://colecaodesertanejo.blogspot.com/2017/08/chitaozinho-xororo-somos-apaixonados.html>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

SERTANEJA, R. P. Cornélio Pires o Pai da música Caipira. **Rádio Paz Sertaneja**, 2018. Disponível em: <<https://radiopazsertaneja.com/noticia/268772/cornelio-pires-o-pai-da-musica-caipira>>. Acesso em: 15 Novembro 2019.

SOUSA, W. **Moda Inviolada: uma história da música caipira**. 1ª. ed. São Paulo: Quiron, 2005.

TERRA. Música - Veja fotos da vida e carreira de José Rico. **Terra**, 2015. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/musica/veja-fotos-da-vida-e-carreira-de-jose-rico,4f9c63e00f0eb410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

VAGALUME. Leandro e Leonardo. **Vagalume**, 2019. Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/leandro-leonardo/>>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

WIKIPÉDIA. Ficheiro: Bruno & Marrone Acústico. **Wikipédia**, 2018. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro: Bruno\\_%26\\_Marrone\\_Ac%C3%BAstico.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro: Bruno_%26_Marrone_Ac%C3%BAstico.jpg)>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

WIKIPÉDIA. Acústico (álbum de Fernando e Sorocaba). **Wikipédia**, 2019. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ac%C3%BAstico\\_\(%C3%A1lbum\\_de\\_Fernando\\_e\\_Sorocaba\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ac%C3%BAstico_(%C3%A1lbum_de_Fernando_e_Sorocaba))>. Acesso em: 17 Novembro 2019.

WIKIPÉDIA. Zezé Di Camargo & Luciano (álbum de 1991). **Wikipédia**, 2019. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Zez%C3%A9\\_Di\\_Camargo\\_%26\\_Luciano\\_\(%C3%A1lbum\\_de\\_1991\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Zez%C3%A9_Di_Camargo_%26_Luciano_(%C3%A1lbum_de_1991))>. Acesso em: 16 Novembro 2019.

ZAN, J. R. (DES)TERRITORIALIZAÇÃO E NOVOS HIBRIDISMOS NA MÚSICA. **Revista Sonora**, Campinas, 2005. ISSN 1809-1652.

## APÊNDICE

Entrevista realizada via internet no dia 28 de agosto de 2019 com Juliana Sagnori, assessora da dupla Fernando & Sorocaba:

**André:** Quando e por que surgiu a ideia da produtora “FS Produções Artísticas”?

**Juliana:** A FS Produções Artísticas surgiu da necessidade de termos um escritório de gestão de carreira que pudesse cuidar da marca Fernando e Sorocaba como um todo. Com o passar do tempo, vimos um déficit comercial no mercado de atender o contratante sempre que solicitado. Por exemplo: um contratante ligava querendo Fernando e Sorocaba para uma data, que já estava vendida. Nessa, acabávamos “perdendo” o show. Então, resolvemos funcionar como uma cooperativa, trazendo mais artistas para dentro do nosso escritório, com a nossa estrutura, e passamos a oferecer outros shows nas datas que já estavam preenchidas.

**André:** Você considera o surgimento da produtora como um marco de alavancagem na carreira da dupla?

**Juliana:** O surgimento da FS Produções Artísticas consolidou ainda mais a marca Fernando e Sorocaba.

**André:** Em que momento o cantor Sorocaba decidiu conciliar a carreira de cantor com a de empresário de outras duplas?

**Juliana:** Isso surgiu com a primeira parceria empresarial dele, que foi com o Luan Santana no início da carreira dele. De lá pra cá, Sorocaba investiu em mais alguns projetos.

**André:** Qual foi a música ou o divisor de águas que alavancou o nome da produtora, elevando-a a nível nacional e internacional?

**Juliana:** Durante os 12 anos de carreira da dupla, graças a Deus tivemos grandes sucessos em todos os projetos, músicas que se destacaram no mercado. Mas, se for para escolher um grande hit de Fernando e Sorocaba, com certeza seria “Madri”.

**André:** Como a produtora enxerga o momento atual do mercado da música sertaneja?

**Juliana:** Estamos em um momento muito especial no mercado sertanejo. Temos artistas muito bons, músicas muito boas, shows impecáveis, projetos incríveis. Somos muito gratos por poder viver isso de perto.

**André:** Nos dias atuais, a fonte de sucesso financeiro da dupla Fernando & Sorocaba encontra-se na venda de discos e/ou 'streaming', ou na venda de shows?

**Juliana:** Atualmente, o Streaming e o Youtube substituíram o CD físico, que não existe mais. Com a evolução da tecnologia, ficou muito mais fácil o consumo de música. Hoje, todo mundo tem acesso aos álbuns, clipes, até DVD's na íntegra, somente através da tela do celular ou do computador. Mas, para a dupla Fernando e Sorocaba, a fonte maior vem dos nossos shows.

**André:** Como a dupla planeja sua carreira do futuro?

**Juliana:** O objetivo da dupla é se manter sempre no mercado. Todos os anos procuramos vir com um projeto novo, músicas inéditas, turnê nova. Criamos um conceito novo para cada projeto, que procuramos levar para a nossa turnê, para todos os fãs e público poderem ter uma experiência completa em nossos shows.

**André:** A "FS" segue um modelo de negócios? Se sim, fale um pouco sobre.

**Juliana:** A FS é uma empresa familiar, e o Sorocaba aprendeu desde pequeno com o avô materno a liderar seus negócios. Por isso, não temos um modelo certo. Vamos nos adaptando as necessidades de mercado, sempre visando o melhor para a dupla Fernando e Sorocaba.

**André:** Quais as estratégias adotadas pela mesma para manter-se durante tanto tempo no topo do mercado sertanejo, que é um mercado tão dinâmico e oscilante?

**Juliana:** Temos bolo, mas não contamos a receita (risos). Mas é tudo resultado de muito trabalho, dedicação, planejamento e amor pelo que fazemos.

