

## **“As menina e os menino da pecuária”: ensinando feminilidades e masculinidades musicalmente.**

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO

ST 11: Música, Corpo, Gênero e Sexualidade

*Mário André Wanderley Oliveira*  
PPGMus/UFRN  
*mario.andre@ufrn.br*

*Ana Clara da Silva Ponciano*  
PPGMus/UFRN  
*claraponciano9@gmail.com*

*Jamilly Lidianne Freire de Mendonça*  
UERN  
*h2akids@gmail.com*

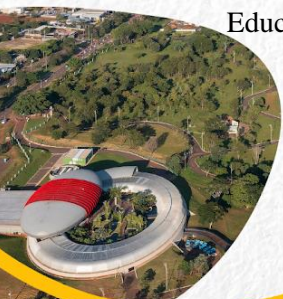
*Ewerthon Lucas de Oliveira Lima Santos*  
PPGMus/UFRN  
*ewerthon.lucas@gmail.com*

*Alan Rommel Rodrigues Veras*  
PPGMus/UFRN  
*alan.veras.077@ufrn.edu.br*

*Pamella Carneiro Silva*  
Escola de Música da UFRN  
*pamellacs89@gmail.com*

*Mariana Araújo da Silva*  
Escola de Música da UFRN  
*academico.arjmari@gmail.com*

**Resumo.** Este estudo integra uma pesquisa mais ampla desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa de Estudos e Pesquisa em Música da UFRN (Grumus), que investiga as estratégias simbólicas do agronegócio nos campos da cultura, da educação e da música. O foco desta comunicação é a análise preliminar do clipe de duas canções do subgênero agronejo: “As menina da pecuária” (Ana Castela e Léo e Raphael) e “Os menino da pecuária” (Léo e Raphael). O objetivo é compreender como essas obras promovem modelos específicos de feminilidade e masculinidade sintonizados com os valores ideológicos do agronegócio, como produtividade, consumo, rusticidade e ostentação. As letras exaltam uma ruralidade modernizada, em que mulheres são erotizadas e domesticadas, e homens são viris, trabalhadores e bem-sucedidos. As canções, amplamente difundidas em plataformas digitais e eventos agropecuários, contribuem para a naturalização de papéis de gênero alinhados à lógica do agro, funcionando como dispositivos pedagógicos de formação afetiva e ideológica. O estudo propõe que a Educação Musical promova escutas críticas, problematizando os sentidos veiculados por esses





repertórios e tensionando a hegemonia simbólica do agronegócio.

**Palavras-chave:** Música; Educação; Cultura; Agronegócio.

**“The Girls and Boys of Livestock Farming”: Teaching Femininities and Masculinities Through Music**

**Abstract.** This study is part of a broader research project developed by the Grumus Research Group, which investigates the symbolic strategies of agribusiness within the fields of culture, education, and music. The focus of this presentation is the preliminary analysis of two songs from the agronejo subgenre: “As menina da pecuária” (Ana Castela and Léo e Raphael) and “Os menino da pecuária” (Léo e Raphael). The aim is to understand how these works promote specific models of femininity and masculinity aligned with the ideological values of agribusiness, such as productivity, consumption, rusticity, and ostentation. The lyrics exalt a modernized rurality in which women are eroticized and domesticated, while men are portrayed as virile, hardworking, and successful. Widely disseminated through digital platforms and agribusiness events, these songs contribute to the naturalization of gender roles aligned with agro-driven logic, functioning as pedagogical devices for affective and ideological formation. This study suggests that Music Education should encourage critical listening, problematizing the meanings conveyed by such repertoires and challenging the symbolic hegemony of agribusiness.

**Keywords.** Music; Education; Cultures; Agribusiness.

## Introdução

*Meus amigos me perguntam lá na escola:  
quando eu crescer, que quê eu vô ser?  
Eu falei que eu já sou formado na pecuária!  
O menino da pecuária!*

Este texto apresenta resultados iniciais de uma pesquisa em andamento do Grupo de Estudos e Pesquisa em Música da UFRN (Grumus), voltada a compreender as formas pelas quais o agronegócio tem investido, de maneira sistemática, em estratégias de convencimento simbólico nos campos da cultura, da educação e da música. Partindo do reconhecimento da música popular como linguagem de formação, socialização e regulação de afetos, gênero e classe, o estudo busca refletir sobre como certas canções inseridas no subgênero "agronejo" promovem modos de ser masculino e feminino sintonizados com o projeto ideológico do agronegócio. Ao observar o modo como essas canções circulam em contextos midiáticos amplos e são consumidas por públicos diversos, buscamos compreender os sentidos que se constroem e se reiteram a partir de suas imagens, narrativas e estéticas.





A crescente expansão do agronegócio como força econômica no Brasil tem sido acompanhada por sua atuação cada vez mais sofisticada na esfera simbólica. Para além da propaganda institucional, o setor tem se valido de linguagens culturais – entre elas, a música popular – para constituir uma imagem pública positiva de si. Nesse processo, gêneros musicais como o sertanejo universitário têm sido gradualmente apropriados e adaptados às lógicas de promoção do agro, originando o que o mercado fonográfico tem chamado de "agronejo" (Martins, Teixeira, 2023). Trata-se de um subgênero que celebra, sem ambivalências, os valores do campo empreendedor, da produtividade e da prosperidade, muitas vezes em sintonia com um ideário neoliberal e conservador. A análise desses repertórios permite perceber como o agro atua não apenas no plano material, mas também na modelagem de identidades e formas de viver.

Tomando como corpus dois videoclipes de canções amplamente divulgadas em plataformas digitais e eventos do setor, propomos uma análise preliminar, inspirada na semiótica da canção (Tatit, 2001), explicitando que o agronejo não só reflete, mas ensina gênero, territorialidade e estilo de vida a partir da lógica do agronegócio. A escolha pelas canções "As menina da pecuária" e "Os menino da pecuária" se deve à sua complementaridade em termos de performances de gênero e à sua relevância como expressões do que chamamos aqui de "agropedagogia musical". Por meio de recursos poéticos, melódicos e performáticos, essas canções constroem um campo idealizado onde a vida rural é sinônimo de oportunidade, sucesso, desejo, estabilidade e ordem.

Como se observará, tais canções mobilizam elementos simbólicos sobre o que significa ser homem ou mulher no campo contemporâneo, num campo imaginado que mistura tradição e modernidade, bota suja de barro e caminhonete do ano, erotismo domesticado e produtividade pecuária. Mais do que descrever um estilo de vida, essas canções o propõem como modelo a ser seguido, operando sobre o sensível por meio de imagens corporais, objetos de desejo e sonoridades dançantes. Trata-se de músicas que instruem modos de ser e estar no mundo, estabelecendo fronteiras e expectativas normativas de gênero, classe e pertencimento. Assim, propomos refletir sobre como tais repertórios participam de um projeto mais amplo de formação de subjetividades, que atravessa a educação musical e desafia suas práticas pedagógicas.





## Revisão bibliográfica

A literatura recente tem evidenciado o modo como o agronegócio atua não apenas na produção econômica, mas também na formação simbólica de identidades, afetos e representações sociais. Chã (2016) discute como grandes empresas do setor utilizam a indústria cultural para a construção de hegemonia, por meio de estratégias comunicacionais sofisticadas que operam em esferas como a publicidade, a mídia e a música. Balbi e Cordeiro (2022) argumentam que essa investida do agro no campo educacional combina força e consenso, procurando influenciar diretamente os sentidos atribuídos à vida rural e aos modelos de desenvolvimento a serem legitimados desde a educação básica.

No campo musical, Alonso (2011, 2018) revela como a música sertaneja foi mobilizada historicamente como trilha sonora de projetos políticos conservadores, especialmente durante a ditadura civil-militar. Em sua leitura, o sertanejo funciona como uma expressão de apoio e de consenso a determinados valores nacionais, rurais e tradicionalistas. Em um contexto mais contemporâneo, Martins e Teixeira (2023) exploram o conceito de "agronejo", um subgênero que não apenas celebra o campo, mas o resignifica a partir da lógica do empreendedorismo rural, da produtividade pecuária e da adesão incondicional ao modelo agroexportador. Canções como "País do agro"<sup>1</sup> ou "Respeita o agro"<sup>2</sup> constituem, segundo as autoras, verdadeiros hinos do agronegócio, que romantizam agrotóxicos, naturalizam desigualdades fundiárias e silenciam conflitos ambientais e sociais.

A inserção do agronegócio no campo simbólico também se dá por meio da educação, como mostram os estudos de Lima, Teixeira e Segundo (2024), que analisam os materiais didáticos do Programa Agrinho. Embora se apresentem como iniciativas educativas voltadas à cidadania e à sustentabilidade, tais materiais são marcados por um viés ideológico que privilegia a visão de campo ligada à produtividade, ocultando outras formas de vida rural. A campanha "De olho no material escolar", estudada por Nannini e Marcusso (2021), também revela como o agronegócio busca intervir diretamente na seleção de conteúdos escolares e na atuação docente, promovendo uma versão positiva e hegemônica do agro.

---

<sup>1</sup> Música de Adson e Alana: <https://www.youtube.com/watch?v=WeeK7EhtKlg>

<sup>2</sup> Música de Loubet: [https://youtu.be/YrCXdj6zRqM?list=PLXYA9yLixxX-ffBn4Xrtf3o\\_s0q6GIhbm](https://youtu.be/YrCXdj6zRqM?list=PLXYA9yLixxX-ffBn4Xrtf3o_s0q6GIhbm)





Essa atuação coordenada, que envolve artistas, empresários, produtoras culturais e parlamentares ligados à Frente Parlamentar da Agropecuária<sup>3</sup> (ou Bancada do Agro, ou Bancada do Boi), transforma a música sertaneja em plataforma de legitimação do agro e desloca as críticas ao setor para as margens do discurso público. Como destacam os estudos revisados, a força do agronegócio reside também em sua capacidade de produzir uma sensibilidade agrocentrada, que constrói afetos, molda gostos e forma subjetividades. É nesse ponto que se articula a proposta deste trabalho: escutar criticamente as canções que ensinam a ser homem e mulher sob a perspectiva do agro.

A música não opera de forma isolada, mas articulada a outros dispositivos que constroem identidades e subjetividades. Por isso, uma escuta analítica exige que consideremos as dimensões melódico-rítmicas, poéticas e performáticas da canção, bem como seu circuito de circulação e recepção. Com análise inspirada na semiótica da canção (Tatit, 2001), concebe-se o potencial da canção popular na sociabilidade e processos formativos, sendo capaz de produzir e sedimentar imagens sociais do feminino e do masculino.

## Metodologia

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com foco na análise crítica de estratégias discursivas e simbólicas utilizadas pelo agronegócio no campo da cultura e da educação. A investigação baseia-se na coleta e análise de três tipos principais de materiais: 1) vídeos de músicas do subgênero agronejo amplamente difundidos em plataformas digitais; 2) materiais paradidáticos e peças de comunicação vinculadas ao “Projeto Agrinho” e “De Olho no Material Escolar”; e 3) documentos institucionais produzidos por entidades como a Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) e Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). A presente análise faz parte de um estudo mais amplo, de abordagem qualitativa e interpretativa, centrado em procedimentos da análise de conteúdo (Bardin, 2011), com inspiração na semiótica da canção (Tatit, 2001). O corpus foi selecionado com base na popularidade e na difusão das canções em plataformas digitais, bem como por sua coerência com os temas do agronegócio e das performances de gênero. O objetivo é compreender de que forma esses conteúdos

---

<sup>3</sup> Trata-se da maior frente parlamentar brasileira. Dos 513 parlamentares, 353 pertencem à FPA: <https://fpagropecuaria.org.br/>





contribuem para a construção de sentidos sobre o campo, a música e a educação, e quais suas possíveis implicações na formação de estudantes e professores/as de música.

## Resultados e análise preliminar

Esta análise se debruça sobre os videoclipes das canções “Os Menino da Pecuária<sup>4</sup>”, interpretada pela dupla Léo e Raphael, e “As Menina da Pecuária<sup>5</sup>”, interpretada por Ana Castela e Léo e Raphael. Ambas as obras figuram entre os expoentes do subgênero agronejo e mobilizam elementos sonoros, visuais e performáticos que articulam representações idealizadas de masculinidades e feminilidades, fortemente alinhadas aos valores ideológicos do agronegócio.

Em 30 de julho de 2025, o videoclipe de “As Menina da Pecuária”, interpretado por Ana Castela em parceria com Léo e Raphael, ultrapassava a marca de 116 milhões de visualizações no YouTube. Esse número expressivo evidencia a ampla circulação da obra e sua capacidade de difundir valores e imaginários relacionados ao universo agropecuário. A presença massiva da canção nas redes digitais aponta para sua relevância enquanto peça midiática que, mais do que entreter, atua como instrumento de formação simbólica e identitária, especialmente no que diz respeito à construção de papéis de gênero associados ao campo.

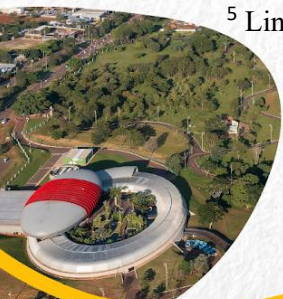
O videoclipe da canção “Os Menino da Pecuária” acumula quase 130 milhões de visualizações no YouTube. Nele, observa-se a articulação entre uma estética visual de rusticidade e elementos simbólicos ligados à prosperidade e à produtividade do agronegócio. A imagem do campo é apresentada como lugar de sucesso econômico, força física, virilidade e tradição, compondo um cenário que idealiza o universo agropecuário como modelo desejável de existência.

A performance musical e corporal da dupla, ao lado de elementos visuais como caminhonetes sujas de barro, dados estatísticos sobre o faturamento do setor e a presença de uma criança, simbolizam a força do agro e sua continuidade geracional. A frase *“Meus amigos me perguntam lá na escola o que eu vou ser quando crescer. Eu falei que sou formado na pecuária, o menino da pecuária”* revela uma antecipação identitária na qual a masculinidade se

---

<sup>4</sup> Link para o vídeo de “Os menino da pecuária” <https://youtu.be/9bibdQXOqyM>

<sup>5</sup> Link para o vídeo de “As menino da pecuária”: <https://youtu.be/vcS7MXjupgk>





vincula ao trabalho no campo desde a infância, estabelecendo desde cedo a lógica do pertencimento e da sucessão familiar.

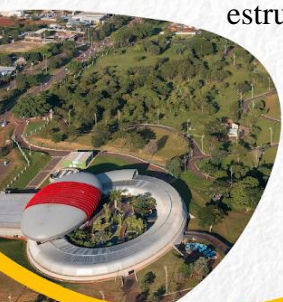
No refrão, "*Os menino da pecuária, urrou! Não para. Senta que aqui nós tem dinheiro, mas usa chapéu de palha*", o sujeito é representado como alguém que une ostentação econômica à valorização da simplicidade rural. A associação entre riqueza, consumo e rusticidade revela uma masculinidade agrocentrada, que faz da força produtiva e do poder aquisitivo os principais signos de afirmação. Nesse sentido, o corpo masculino é instrumentalizado como território de virilidade e domínio.

Em "*As menina da pecuária*", Ana Castela afirma: "*Quando o berrante toca, é mulherada no galope*". A imagem feminina se constrói como resposta a um chamado masculino – um berrante – e a lógica patriarcal que sustenta este setor, evoca erotismo domesticado e obediência performada. A frase "*cê gosta do galope das menina da pecuária*" explicita uma sensualidade moldada para o olhar masculino. No agronegócio, a terra é produtiva e o corpo da mulher, objetificado — ambos explorados sob o mesmo sistema de dominação.

Esse videoclipe também celebra a moda agro como elemento de distinção e pertencimento. A letra afirma: "*É fácil conhecer a gente de chapéu e bota, traiada a todo instante de camisa de brilhante, atualizando a moda*". O vestuário funciona como marcador de identidade e atualização estética do campo, sugerindo que usar trajes determinados é sinônimo de prestígio. O figurino feminino reforça a sensualidade, com roupas justas e enfeitadas, ao passo que o figurino masculino reitera força e virilidade. Ao buscarem se adequar, “as meninas da pecuária” acessam um site e vão a uma loja de moda *country*, materializando um *merchandising* para a loja.

As duas canções complementam-se na construção de papéis sociais rigidamente definidos. O homem aparece como trabalhador, provedor, rico e sexualmente potente; a mulher, como vaqueira desejável, bela e obediente. O rural que se apresenta nesses videoclipes é um espaço sem conflitos, em que erotismo, produtividade e ordem simbólica caminham juntos, reiterando normatividades de gênero e classe que se alinham ao projeto ideológico do agronegócio.

A sonoridade de ambas as canções contribui para esse projeto de convencimento simbólico. Com forte influência de gêneros urbanos como o piseiro, o forró eletrônico e o funk carioca, elas atualizam a estética agro ao incorporar batidas graves, arranjos sintetizados e estruturas melódicas que favorecem a repetição e a dança. O uso estilizado do berrante em “*As*





*menina da pecuária*”, como parte do *solinho do piseiro*, exemplifica essa fusão entre ruralidade simbólica e urbanidade sonora, mais voltada ao consumo do que à representação fiel do campo.

Nesse sentido, o agronejo se configura como um dispositivo pedagógico que instrui afetos, desejos e modos de ser por meio da música. Ao promover performances de gênero marcadas por estereótipos e hierarquias, essas canções ensinam, de forma sutil, valores alinhados à lógica do agro: força, produtividade, empreendedorismo, beleza domesticada, orgulho da terra, além de masculinidade e feminilidade, sem problematização vinculada a questões de gênero, e questões sociais, políticas, ambientais e éticas. Tal constatação exige da educação musical lentes críticas, capazes de questionar perspectivas hegemônicas.

## Considerações

A análise preliminar das canções “As menina da pecuária” e “Os menino da pecuária” aponta para uma pedagogia afetiva do agronegócio: ao cantar, dançar e circular tais canções, é produzido sentidos que naturalizam formas de gênero alinhadas às lógicas da produtividade, do consumo e do conformismo ideológico. Nesse contexto, uma formação musical que ignora os discursos por trás das canções, corre o risco de reproduzir, sem mediação crítica, narrativas que educam afetos e subjetividades a partir de modelos normativos e excludentes.

As canções não apenas entretêm, mas educam afetos, atuando de modo quase invisível na formação de subjetividades e ensinando identidades promovendo uma ordem social em que o campo é lugar de oportunidade, sucesso, desejo e estabilidade, difundindo modelos normativos de gênero, classe e territorialidade. Ao reforçar papéis de gênero tradicionais e exaltar uma ruralidade produtivista e sensualizada, essas músicas também silenciam conflitos agrários, promovendo, através de narrativas, a naturalização de desigualdades e apagando formas alternativas de vida no campo, assim como discursos críticos sobre o modelo agroexportador fundado na monocultura latifundiária.

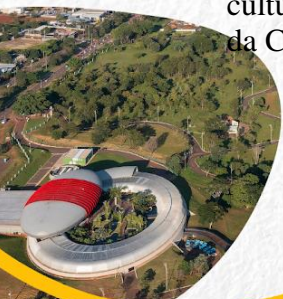
Para a Educação Musical, o desafio é escutar criticamente tais discursos e refletir sobre seus impactos na formação cidadã, humana e ética que deve transversalizar a formação musical. Isso não significa recusar uma versão do sertanejo ou censurar seus usos, mas compreender os contextos ideológicos que moldam tais produções. Em tempos de hegemonia simbólica do agro, é urgente que se ensine a escutar com atenção, a problematizar sentidos e a ampliar repertórios e escutas que dêem lugar às multiplicidades de existências rurais, urbanas e de gênero.





## Referências

- ALONSO, Gustavo. *Cowboys do asfalto: ação cultural, mídia e política nos sertanejos de sucesso*. Tese (Doutorado em História) – CPDOC, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: [https://www.historia.uff.br/stricto/teses/Tese-2011\\_Gustavo\\_Alonso.pdf](https://www.historia.uff.br/stricto/teses/Tese-2011_Gustavo_Alonso.pdf). Acesso em: 09 abr. 2025.
- ALONSO, Gustavo. *Ditadura do sertão: apoio e consenso da ditadura civil-militar na música sertaneja*. Revista Brasileira de História, v. 38, n. 80, p. 205-232, 2018. Disponível em: [https://www.academia.edu/31357734/Ditadura\\_do\\_sert%C3%A3o\\_apoio\\_e\\_consenso\\_da\\_ditadura\\_civil\\_militar\\_na\\_m%C3%BAsica\\_sertaneja](https://www.academia.edu/31357734/Ditadura_do_sert%C3%A3o_apoio_e_consenso_da_ditadura_civil_militar_na_m%C3%BAsica_sertaneja). Acesso em: 14 abr. 2025.
- BALBI DE FIGUEIREDO E CORDEIRO, Tássia Gabriele. "Agro sem partido"? Coerção e consenso: a investida do agronegócio na educação brasileira. Tamoios, Rio de Janeiro, v. 20, n. 41, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/trabalhonecessario/article/view/52265/31503>. Acesso em: 09 abr. 2025.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- CHÃ, Ana Manuela de Jesus. *Agronegócio e indústria cultural: estratégias das empresas para a construção da hegemonia*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe) – UNESP, 2016. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/964e4fdb-ca19-466a-b2c4-19b2c44172c4>. Acesso em: 01 abr. 2025.
- FIORONI, B. M.; Programa Agrinho ultrapassa fronteiras do Paraná e ganha outros Estados. Sistema FAEP. Paraná, 1 nov. 2024. Disponível: <https://www.sistemafaep.org.br/programa-agrinho-ultrapassa-fronteiras-do-parana-e-ganha-outros-estados/>. Acesso em: 13 abr. 2025.
- LIMA, Jociene Araujo; TEIXEIRA, Janaira Fernandes; SEGUNDO, Maria das Dores Mendes. *Programa Agrinho: uma iniciativa do setor agrário na escola*. Poésis Pedagógica, Catalão, v. 22, p. e2024023, 2024. DOI: 10.69532/2178-4442.v22.74835. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/index.php/poesis/article/view/74835>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- NANNINI, Warllen Torres; MARCUSSO, Marcus Vinícius. "DE OLHO NO MATERIAL ESCOLAR": O AGRO QUER SER POP NAS ESCOLAS COMBINANDO FORÇA E CONSENSO. Revista Pegada, v. 22, n. 2, p. 1–23, 2021. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/10370>. Acesso em: 13 abr. 2025.
- MARTINS, Laura; TEIXEIRA, Cristina. *Agronejo: uma análise do sertanejo como elemento cultural do agronegócio*. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2023. Disponível





em:

[https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link\\_aceite/nacional/11/0816202316481764dd2801a835c.pdf](https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202316481764dd2801a835c.pdf). Acesso em: 10 abr. 2025.

TATIT, Luiz. Análise semiótica através das letras. São Paulo: Ateliê, 2001.

