

## **Agronejo: uma análise do sertanejo como elemento cultural do agronegócio<sup>1</sup>**

Laura MARTINS<sup>2</sup>  
Cristina TEIXEIRA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

A presente pesquisa teve como objetivo identificar e analisar o discurso em referência ao agronegócio presente em sete músicas sertanejas, lançadas entre 2019 e 2021, bem como compreender a relação estabelecida entre o gênero musical e o modelo de produção. Para isso, foi utilizada a Análise de Discurso de Eni Orlandi com o *corpus* constituído pelas letras das produções analisadas que se estabelecem como recursos discursivos de visibilidade do agronegócio e, assim, com potencial de criar consensos e sustentar ideologias.

**PALAVRAS-CHAVE:** sertanejo; agronegócio; agronejo.

### **TEXTO DO TRABALHO**

17 de outubro de 2020. Pandemia de Covid-19. Isolamento social. Brasil. Mato Grosso. Lavoura de soja. Maquinários agrícolas. Patrocínios. YouTube. Milhões de visualizações. Gustavo Lima. O Embaixador no Agronegócio. O evento descrito foi uma *live*<sup>4</sup> sertaneja que, no entanto, não pode ser vista apenas como entretenimento, uma vez que o sertanejo tem sido utilizado como ferramenta cultural e ideológica do agronegócio de diversas maneiras. O uso varia desde ações indiretas, como a participação de artistas do gênero em campanhas publicitárias de empresas do setor; até ações mais diretas, como o evento ao vivo mencionado acima. Os exemplos expõem a trajetória de associação entre o agronegócio e o sertanejo que, segundo Chã (2016, p. 52), são ações estratégicas do setor no campo da comunicação e da cultura para se adentrar na modernidade. Ainda sobre a mercantilização das produções culturais e artísticas, Chã (2016, p. 39) pontua que

podemos constatar a dinâmica de territorialização da Indústria Cultural pelos espaços de atuação e expansão do agronegócio, evidenciando as articulações entre as grandes corporações transnacionais e os governos, não apenas nos

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ06 - Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPE, e-mail: lauramartins@icloud.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFPE, e-mail: cristina.melo@ufpe.br

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/live/YzQsDq93Jps?feature=share> Acesso em: 15/03/2023

---

espaços tradicionais de interlocução da questão agrária, mas em áreas como a Cultura e a Educação.

Para compreender o porquê da escolha do agronegócio pelo sertanejo, é preciso entender que o gênero surge, ainda na década de 40, como uma expressão do homeo do campo de vida simples. Ao longo dos anos, é popularizado e, atualmente, é um gênero musical dominante no mercado brasileiro, visto que apresenta a maioria das músicas mais tocadas nas rádios e nas plataformas de streaming. Em 2020, das 20 músicas mais tocadas nas rádios, 13 eram sertanejas, segundo o relatório "O que o Brasil ouve - 10 anos de música"<sup>5</sup>, produzido pelo Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD). Em 2021, uma lista divulgada pelo Spotify<sup>6</sup> mostrou que os três gêneros mais escutados do ano na plataforma foram o Sertanejo Pop, o Sertanejo Universitário e o Sertanejo Tradicional. Isso pode ser atribuído, em parte, ao alto investimento econômico na produção de músicas sertanejas.

Enquanto o sertanejo se popularizava ao redor do Brasil, no campo, a década de 70 foi marcada por transformações econômicas e políticas com o projeto ditatorial de modernização da agricultura, dando, posteriormente, origem ao agronegócio - como uma prática fundamentada no latifúndio e nos setores industrial e financeiro com foco na produção, distribuição e comercialização de recursos da agricultura e da pecuária. Por isso, a imagem rural do país foi reformulada (Carvalho; Oliveira, 2021, p. 30). Conseqüentemente, afetou a produção das músicas sertanejas que foi atravessada pelos processos históricos que envolviam o campo, a principal temática das letras do gênero. Segundo Oliveira (2009, p. 51), a partir dos anos 80, o sertanejo considerado moderno passou a ter as temáticas amorosas como conteúdo. No entanto, as raízes rurais ainda são representadas em algumas obras, assim como as primeiras criações sertanejas.

Alonso (2015, p. 249) afirma que as metamorfoses da música sertaneja aconteceram dentro da Indústria Cultural. De acordo com o autor (2015, p. 301), durante a década de 90, "música sertaneja e mercado pareciam falar uma língua muito análoga e proporcionar, pouco a pouco, a legitimação e institucionalização do gênero".

---

<sup>5</sup> Disponível em:

<https://media4.ecad.org.br/wp-content/uploads/2022/04/O-que-o-Brasil-Ouve-10-anos-de-musica.pdf> Acesso em: 13/03/2023

<sup>6</sup> Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/12/01/sertanejo-domina-lista-de-mais-ouvidos-do-spotify-em-2021.ghtml> Acesso em: 15/03/2023

Já nos anos 2000, desenvolveu o sub-gênero chamado sertanejo universitário com um tom mais urbano, segundo Alonso (2015), tanto através das letras quanto dos instrumentais.

Recentemente, a narrativa do agronegócio evoluiu do apoio pontual por artistas sertanejos, já exemplificado na presente pesquisa, e foi incorporada às letras das músicas. O agronegócio, segundo Chã (2016), amplia e diversifica as estratégias da construção da ideologia do setor e, dentro da Indústria Cultural, “tem como objetivo, entre outros, a cooptação e acomodação dos sujeitos, e mesmo a defesa de um projeto contrário aos interesses das classes populares do campo e da cidade (2016, p. 136). Por meio desses preceitos, emerge o fenômeno do agronejo, nosso objeto de estudo.

O agronejo apresenta um campo como um ambiente moderno e com apelo aos maquinários e tecnologias e surge dentro do chamado sertanejo universitário, porém com certa contradição. De acordo com Oliveira (2009) na tese sobre a antropologia da música sertaneja, as temáticas da terra e da natureza são retratadas pelo sertanejo considerado tradicional, recorte oposto ao sertanejo moderno ao qual o universitário pertence.

A associação entre o agro e o sertanejo está relacionada, principalmente, à coincidência territorial entre a atuação do modelo de produção agroindustrial e a origem dos artistas sertanejos. Historicamente, a região central do Brasil tem sido o local de concentração das atividades do campo e do desenvolvimento do gênero sertanejo.

Para a constituição do objeto de pesquisa, foram levantadas as músicas que mencionam o agronegócio em, pelo menos, um trecho. Em setembro de 2022, foi realizada uma pesquisa no YouTube do neologismo agronejo e, a partir disso, o algoritmo da plataforma recomendou algumas produções musicais, das quais cerca de 13 tinham referência ao agro. Entre essas, sete músicas centralizavam a temática na letra e, por isso, foram selecionadas para análise. As produções que foram descartadas representavam o agronegócio de forma periférica, o que não permitia uma contextualização aprofundada sobre a ideologia.

<b>MÚSICAS</b>	<b>ARTISTAS</b>	<b>LANÇAMENTO DO CLIPE OFICIAL NO YOUTUBE</b>	<b>VISUALIZAÇÕES NO YOUTUBE (15/08/2023)</b>
----------------	-----------------	---	--

Agrofarra	Antony e Gabriel <i>part.</i> Marco Brasil Filho	04/09/2020	Cerca de 30 milhões
A roça venceu	Antony e Gabriel	02/01/2021	Cerca de 61 milhões
Us roça chegou	Antony e Gabriel	27/08/2021	Cerca de 3,6 milhões
Os ‘menino’ da pecuária	Léo e Raphael	12/07/2021	Cerca de 97 milhões
Colonão	Adson e Alana	12/03/2021	Cerca de 33 milhões
País do agro	Adson e Alana	21/05/2021	Cerca de 8,1 milhões
Respeita o agro	Loubet	04/02/2022	Cerca de 2 milhões

Músicas do agronejo analisadas na pesquisa

A música *Rei do Gado*, da dupla Antony e Gabriel, lançada em fevereiro de 2022 e com aproximadamente dois milhões de visualizações no clipe do YouTube, é um exemplo da representação secundária do tema agronegócio. A letra é estruturada em primeira pessoa, uma estratégia discursiva para aproximar o espectador da narrativa, e tem como tema a simplicidade e a superação de alguém que foi humilhado por "andar sujo de barro", ou seja, que realizava o trabalho ligado à terra. Porém, "de gado em gado e de grão em grão, o resultado deu bom", com isso se tornou o rei do gado, expressão que dá nome à música. O discurso de enaltecimento ao trabalho apresentado na obra é fundamentado numa estratégia liberal e meritocrática que ignora as adversidades e exalta a dedicação e o esforço sob o ideal de ascensão social. Alonso (2015, p. 355) pontua que a luta cotidiana e o sucesso redentor, bem como a terra, a roça e a pobreza, são questões colocadas no universo sertanejo.

Como já citado, desde a gênese, o sertanejo se estabeleceu como um veículo de promoção da cultura e da identidade da população rural, por isso a pesquisa também realizou um mapeamento da origem dos artistas. Os estados do Paraná e do Mato Grosso do Sul são os locais nos quais os artistas das músicas analisadas são naturais e também onde há um foco na atividade agrícola.

Outro mapeamento foram as produções anteriores dos cantores e, consequentemente, o grau de destaque na mídia sonora. Dentre eles, o cantor Loubet, por exemplo, apresenta números milionários em algumas obras. Os clipes das músicas

---

*Made in roça* e *Muié*, chapéu e butina contam, respectivamente, com mais de 88 e 74 milhões de visualizações no YouTube. As temáticas das duas músicas mencionadas, inclusive, remetem ao campo. Por outro lado, muitas das produções mais conhecidas dos artistas são as músicas que foram analisadas pela pesquisa; é o caso da música *Os menino da pecuária*, de Leo e Raphael.

Com o corpus da pesquisa formado, percebeu-se um conjunto de elementos semelhantes nas letras que despertaram o interesse em compreender de forma mais aprofundada essa padronização nas produções. O discurso de soberania alimentar do setor agrícola e a importância das atividades do agro para a riqueza do Brasil, por exemplo, são temas que se repetem em algumas das sete letras. Por isso, requer uma análise detalhada para a compreensão do viés que recorta as músicas e a identificação do papel social, político e, principalmente, ideológico.

Justifica-se, portanto, a escolha metodológica da Análise do Discurso de Eni Orlandi pela correspondência entre a problematização da linguagem e a natureza da investigação e do questionamento que rege o estudo. Dessa forma, as letras foram investigadas sob o procedimento explicado por Orlandi (2012, p. 26) de compreender um objeto simbólico - nesse caso, as músicas -, através da produção de sentidos, buscando entender a prática discursiva a partir do que ela diz, do que não diz e do que poderia dizer.

## **1. Análise das letras do agronejo**

### **1.1 Contribuição econômica**

Junior e Goldfarb (2021), em estudo sobre a campanha publicitária “Agro - A Indústria - A Riqueza do Brasil”, veiculada na Globo, com a máxima “Agro é tech, agro é pop, agro é tudo”, que se tornou comum no país, reafirmou a necessidade política e ideológica de

posicionar o grande agronegócio como salvador da economia brasileira, proporcionando superávits comerciais e gerando renda e emprego como resultado dos milhões de toneladas de produção agrícola e pecuária. (JUNIOR; GOLDFARB, 2021, p. 2)

Por isso, referente às músicas do agronejo que formam o *corpus* da pesquisa, a pauta da economia é o foco de três delas: *Agrofarra*, *Us roça chegou* e *Os menino da pecuária*.

---

Na letra de Agrofarrá, da dupla Antony e Gabriel com participação de Marco Brasil Filho, o trabalho árduo no campo é citado como responsável por sustentar o país de mão calejada - a mesma construção de enaltecimento do trabalho exemplificada anteriormente com a música Rei do gado. Junior e Goldfarb (2021, p. 3) comentam sobre como esse tipo de discurso é uma estratégia midiática bem-sucedida para construção do ideário do agro como o “carro chefe da economia”. Enquanto na realidade, no que se refere à contribuição para a economia brasileira, está abaixo dos setores de indústria e serviços.

A mesma dupla também faz referência ao agronegócio na música *Us roça chegou* no trecho “quando a coisa ficou feia, as nossas colheitadeiras *carregou* o Brasil nas costas”. Lançada em agosto de 2021, ainda no cenário pandêmico iniciado em 2020, seria essa uma possível referência ao período que “a coisa ficou feia”, citado na letra. Por isso, cabe questionar por quais motivos o agro não só não foi afetado, como também prosperou, como afirmam Junior e Goldfarb (2021, p. 28):

“Em 2020, durante a pandemia da COVID 19, o setor agropecuário não parou (diferente do setor industrial e, principalmente, dos serviços), com crescimento na produção alcançando recordes nas colheitas e na exportação de commodities.”

Em meados de abril de 2020, por exemplo, enquanto as atividades comerciais tiveram que cessar ou se adequar às medidas de isolamento social de prevenção a Covid-19, pessoas perdiam familiares e o país vivia um caos com o desconhecimento do vírus; o então Ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, proferia a frase, que viria a ser problematizada por parte da população posteriormente, sobre “passar a boiada”, aproveitando o fato da imprensa “estar distraída” com a pauta da pandemia. Em reunião ministerial, Ricardo Salles disse o seguinte trecho<sup>7</sup>:

“Então pra isso precisa ter um esforço nosso aqui enquanto estamos neste momento de tranquilidade no aspecto de cobertura de imprensa, porque só fala de COVID e ir passando a boiada e mudando todo o regramento e simplificando normas. De IPHAN, de Ministério da Agricultura, de Ministério de Meio Ambiente, de ministério disso, de ministério daquilo. Agora é hora de unir esforços para dar de baciada a simplificação, é de regulatório que nós precisamos, em todos os aspectos.”

Atitudes como essa são validadas a partir da influência política do agro, materializada na bancada ruralista que, nesse caso, permitiu a estabilidade do setor

---

<sup>7</sup> Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/22/ministro-do-meio-ambiente-defende-passar-a-boiada-e-mudar-regramento-e-simplificar-normas.ghtml> Acesso em: 21/03/2023

---

durante a pandemia. Santos, Silva e Maciel (2019, p. 50) dizem que as ações de estímulo ao agronegócio retratam as posições políticas e ideológicas sobre o território rural, sendo elas o

“[...] posicionamento contrário a temas como reforma agrária, legislação ambiental que beneficie a conservação do meio ambiente e demarcações de terras dos povos originários, além de buscar maior flexibilização na legislação do trabalho no campo.”

Importante citar também a pesquisa realizada pelo De olho nos ruralistas<sup>8</sup>, um observatório do agronegócio brasileiro, no qual aponta que a Frente Parlamentar da Agropecuária é financiada por 38 associações do setor, formadas por empresas famosas no mercado.

Seguindo a mesma estratégia de citar a economia, a dupla Leo e Raphael, na letra de Os menino de pecuária, afirmam a atividade pecuária, englobada pelo agronegócio, como a responsável pelo Produto Interno Bruto (PIB) do país. O trecho “não é à toa que o PIB começa com P de pecuária” faz parte da construção da narrativa de integridade econômica do setor no Brasil. No site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>9</sup>, responsável oficial pelo cálculo, o PIB é definido como “a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano.” Segundo Junior e Goldfarb (2021, p. 12), a contribuição do agro no PIB é de aproximadamente 5%, enquanto os setores de serviços e indústrias contribuem, respectivamente, com cerca de 50% e 25%.

O discurso nas músicas, com o foco em divulgar a contribuição do agro na economia, abre margem para a discussão sobre geração de emprego e renda no campo. A modernização da agricultura, através da

“[...] a robotização e digitalização da produção agrícola e pecuária, tratores guiados por GPS, sensores de reconhecimento para o solo, plantio e colheita, drones de reconhecimento e pulverização, dentre tantos outros exemplos, vêm produzindo um campo sem gente [...]” (JUNIOR; GOLDFARB, 2021, p. 28).

Ainda segundo os autores, o agronegócio é o setor que menos gera empregos formais e, além disso, também é o que paga os salários mais baixos - legado histórico e

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2020/05/26/financiadores-da-bancada-ruralista-publicam-anuncio-em-total-apoio-a-ricardo-salles/> Acesso em: 15/03/2023

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php> Acesso em: 15/03/2023

---

colonial da desvalorização do trabalho ligado à terra que, por séculos, foi uma atividade dos considerados subalternos no Brasil.

## 1.2. Protagonismo nacional e mundial

Bem como a modernização no campo na década de 70, o *boom* das *commodities* nos anos 2000 permitiu o aumento da produção e da arrecadação de lucro com a mesma quantidade de insumos necessários. Entretanto, o destino desses produtos é o mercado internacional, por isso não reflete em benefícios para a sociedade brasileira, como o combate ao problema social e estrutural da fome.

O protagonismo mundial do agronegócio também é pauta das letras do agronejo. A música *A roça venceu*, de Antony e Gabriel, artistas de outras duas músicas já analisadas, como o nome coloca em evidência, tem um discurso de mudança de realidade do campo através do trabalho no campo. O trecho “o agro mata, mata a fome do mundo” deixa claro a intenção de dar ao Brasil o cargo de “a grande fazenda do mundo” e, portanto, alimentar a população mundial (Junior; Goldfarb, 2021, p. 4).

O texto também faz alusão e responde ao discurso de movimentos sociais de renúncia do agronegócio. No debate presidencial da TV Globo das Eleições de 2018, o candidato do PSOL e hoje deputado federal, Guilherme Boulos, citou a frase em defesa da reforma agrária. Orlandi (2012, p. 30) expõe que a produção de sentidos dentro de um texto tem “a ver com o que é dito ali mas também em outros lugares”.

A música *País do agro*, da dupla Adson e Alana, que se autointitulam “Os embaixadores do agro”, afirma que “se o agro não planta, a cidade não janta”. Porém, na prática, a agricultura familiar é a principal fornecedora de alimentos básicos para a população brasileira (Santos; Silva; Maciel, 2019, p. 51). Uma das alternativas do agro para criar hegemonia é inviabilizar o trabalho dos pequenos produtores rurais, que, na visão dos mesmos autores (2019, p. 51), já sofrem com a disparidade no financiamento público em relação aos grandes produtores.

Além disso, o paradoxo existente entre esses discursos expostos nas duas músicas e o cenário de fome e os diferentes níveis de insegurança alimentar presentes no dia a dia do brasileiro. Em 2015, o Brasil voltou ao Mapa da Fome da Organização das Nações Unidas (ONU) com a acentuação das condições econômicas e sociais desiguais da população brasileira. O texto de maio de 2021 sobre o sistema



---

agroalimentar brasileiro, de autoria da nutricionista e socióloga Elaine Azevedo, para o *Le Monde Diplomatique*<sup>10</sup>, argumenta que o agro não tem como objetivo produzir soberania e nem segurança alimentar, mas seguir uma dinâmica econômica com alta produtividade de alimentos de baixa qualidade e alta durabilidade que gera concentração de renda para poucos e desequilíbrio ambiental.

Elaine Azevedo justifica que,

“desde 2019, o governo desestrutura as políticas de segurança alimentar e de bem-estar social que beneficiaram durante alguns anos quem produz comida no país, como o Bolsa Família, o Pronaf e o Programa de Aquisição de Alimentos (que já chegou a beneficiar 129,8 mil agricultores familiares em 2012)”

A socióloga complementa que, enquanto isso, 85% da verba do Ministério da Agricultura era destinada para o agronegócio. A controvérsia também é pontuada por Junior e Goldfarb (2021, p. 4) no seguinte trecho:

“[...] o Agro nacional, segmento da economia que se coloca como possível responsável pelo fim da fome no mundo, assiste nos últimos anos ao crescimento exponencial da fome em território brasileiro. O Agro mata a fome do mundo, mas cria fome no Brasil? Como explicar essa realidade dramática à nossa população?”

### 1.3. Uso de agrotóxicos

Um ponto sobre o agro mencionado é quanto ao uso de agrotóxicos e a quimiodependência. Adson e Alana citam “passa veneno de avião” na música Colonão, em referência ao tipo de maquinário moderno utilizado na aplicação dos produtos tóxicos nas plantações agrícolas. O trecho coloca em ênfase o baixo controle da dinâmica produtiva do agro, no qual tem a liberdade de atuar promovendo crimes ambientais e riscos à saúde humana. O uso indiscriminado desse tipo de produto contamina não só os produtos agrícolas, mas também o solo, o ar e a água.

Entre 2019 e 2022 – período temporal que inclui o lançamento das músicas analisadas –, durante o governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, a flexibilização das diretrizes da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), permitiu a liberação de mais de 2 mil agrotóxicos, segundo dados publicados pela Coordenação-Geral de Agrotóxicos e Afins do Ministério da Agricultura<sup>11</sup>. Outra medida do governo

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://diplomatique.org.br/ultraprocessados-ultraesfomeados-e-o-sistema-agroalimentar-moderno/>  
Acesso em: 07/04/2023

<sup>11</sup> Disponível em:  
<https://g1.globo.com/economia/agronegocios/noticia/2023/02/04/bolsonaro-liberou-2182-agrotoxicos-em-4-anos-reco-rde-para-um-governo-desde-2003.ghtml> Acesso em: 15/03/2023

---

Bolsonaro foi a extinção do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea) – programa governamental responsável por temáticas como o combate à fome, ao controle de agrotóxicos e a agricultura familiar. O então presidente da República, no primeiro dia de mandato, excluiu o órgão do plano ministerial<sup>12</sup>.

Relevante comentar que o nome da obra expõe as raízes coloniais da posse de terra no Brasil. Os colonialismos do agro envolvem o latifúndio, o monopólio e a expropriação de terras indígenas e são reflexos do que aconteceu durante os séculos de posse portuguesa na colônia americana e que estão presentes no cotidiano do agronegócio. Um exemplo é a Lei de Terras, assinada por Dom Pedro II em 1850, que foi o aparato oficial para a divisão das propriedades em latifúndios, produzindo a concentração fundiária e uma elite rural <sup>13</sup>. Séculos mais tarde, o latifúndio ganhou novas roupagens e passou a se denominar agronegócio (Junior; Goldfarb, 2021, p. 3).

#### 1.4. Interesses do mercado

Loubet, artista da música Respeita o agro, destaca o agronegócio sob uma ótica positiva e simplista ao apelar para a narrativa de farra, sem citar as complexidades econômicas, políticas e, principalmente, sociais. Ao justificar o agro como uma atividade contínua no trecho “pode parar tudo mas o agro nunca para”, a letra esquece de questionar quais aspectos condicionam isso. Segundo Carvalho e Oliveira (2021, p. 36),

[...] a hegemonização do agronegócio refletiu-se em marcos práticos e ideológicos com a valorização dos monocultivos, as alterações nas relações de produção e consumo, a mudança de hábitos, as ressignificações de tradições e outros aspectos.

Diante do exposto na análise das outras músicas, é simples saber o porquê o agro não para. Desigualdade social e concentração de renda, latifúndio, monocultura, baixo controle da dinâmica produtiva, desgaste ambiental, dependência de agrotóxicos e invasão de terras indígenas fundamentam a produção sem interrupção do agronegócio.

O trecho também coloca em notoriedade o agronegócio como o projeto neoliberal para o campo que serve aos interesses do capital. Sob esse aspecto, Chã

---

<sup>12</sup> Disponível em:

<https://www.ipea.gov.br/participacao/destaques/161-noticias-destaques-grande/1796-extincao-do-consea> Acesso em: 07/04/2023

<sup>13</sup> Segundo reportagem da Agência Senado. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/ha-170-anos-lei-de-terras-desprezou-camponeses-e-oficializou-apoio-do-brasil-aos-latifundios> Acesso em: 07/04/2023

---

(2016, p. 32) explica que o setor “representa, quase sempre, uma aliança de classe que associa latifundiários, empresas transnacionais, capital financeiro e mídia burguesa, com forte apoio de políticas de estado”, ou seja, elementos comuns ao modelo de expansão capitalista.

### **Considerações finais**

Diante da análise realizada na pesquisa, percebeu-se com mais propriedade a relação histórica, social, política, econômica e, sobretudo, ideológica entre o agronegócio e o sertanejo. As letras das sete músicas do agronejo, seguindo o que pontua Orlandi (2012) na Análise do Discurso, se estabelecem como objetos simbólicos na construção discursiva de um material artístico e cultural com o papel de legitimar as práticas do setor agrícola.

Inicialmente, o sertanejo tinha a função artística de expressar o estilo de vida da população rural e, agora, a de propagar os ideais da cadeia produtiva do setor agrícola. Sustentadas em narrativas hegemônicas que desfavorecem maiorias em prol de uma minoria que se beneficia do que o agro oferece, as produções musicais são uma estratégia mercadológica de assegurar a permanência de uma certa representação do agronegócio. De acordo com Chã (2016, p. 133), a intenção da Indústria Cultural é divulgar a prática “como um modelo de sucesso, necessário ao país, que contempla os povos do campo e a população urbana, sendo capaz, supostamente, e ao mesmo tempo, de preservar e modernizar tradições”. A devastação ambiental, as origens problemáticas da posse de terras, a invasão e a expropriação de terras indígenas, a frente parlamentar de defesa aos interesses do setor, a dependência de agrotóxicos e tantos outros fatores são as faces do agronegócio que os artistas do agronejo escolhem ignorar.

Os mecanismos de propaganda do agro servem como uma maneira de “reposicionar a imagem do setor perante a sociedade e ocultar suas contradições, criando uma visão de mundo onde o único modo de produção viável é aquele sustentado pelo agronegócio” (Chã, 2016, p. 133).

Concluimos que as letras das músicas, subjacente ao interesse comercial em criar consensos e sustentar ideologias, têm o objetivo de influenciar a opinião e a emoção do público. Espectador esse que, por vezes, não está familiarizado com o conceito, as práticas e as consequências do agronegócio e pode ser seduzido por esses

---

discursos que apresentam apenas o lado benéfico, ignorando as facetas perversas do mercado.

Dentro de um modelo de discurso semelhante nas sete obras, a partir da análise do sentido ideológico exposto nas letras, compreendemos a capacidade de uma narrativa ideológica ocultar lutas, silenciar vozes e prejudicar a sociedade em geral através de estratégias mercadológicas de promoção, espetacularização e naturalização do agronegócio.

## REFERÊNCIAS

ALONSO, G. **Cowboys do asfalto: música sertaneja e modernização brasileira**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

CARVALHO, J. T. de; OLIVEIRA, A. R. de. **O agronegócio no Brasil: o discurso da classe reinante**. Revista NERA, v. 23, n. 58, p. 28-55, mai.-ago., 2021.

CHÃ, A. M. de J. **Agronegócio e indústria cultural: estratégias das empresas para a construção da hegemonia**.

JUNIOR, M. A. M.; GOLDFARB, Y. **O agro não é tech, o agro não é pop e muito menos tudo**. São Paulo, 2021.

OLIVEIRA, A. de P. **Miguilim foi para a cidade ser cantor: uma antropologia da música sertaneja**. Florianópolis, 2009.

ORLANDI, E. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2012.

SANTOS, A. D. G. dos; SILVA, D. V. da; MACIEL, K. N. **A campanha publicitária “Agro é tech, agro é pop, agro é tudo”, da Rede Globo de Televisão, como difusora da propaganda sobre o agronegócio no Brasil**. Revista Eptic, v. 21. n. 1, p. 46-61, 2019.