

O remelexo do *devir* caipira: processo(s) identitário(s) na contemporaneidade

LAYS MATIAS MAZOTI CORRÊA
Universidade Estadual Paulista (UNESP), Marília, São Paulo, Brasil

DOI 10.11606/issn.2316-9133.v24i24p90-116

resumo O presente texto busca estabelecer uma análise do processo identitário articulado pela banda Mercado de Peixe, de Bauru-SP, uma das primeiras do segmento musical que buscou congregar matizes de músicas tradicionais, como a música caipira, com outros estilos melódicos do universo *pop*, como o *rock*, o *rap* e o *reggae*. Através de entrevistas realizadas com integrantes da banda e da análise dos discos produzidos, a identidade musical do grupo foi problematizada a partir de sua relação com o movimento *pós-caipira*, o qual proporcionou uma discussão de questões relativas ao imbricamento de elementos locais/globais e tradição/modernidade. Dessa forma, esse trabalho busca lançar olhares reflexivos para o complexo terreno das culturas populares no contexto de mundialização, relacionando os fluxos transculturais presentes na contemporaneidade à identificação de valores sociais, o hibridismo cultural enquanto articulador de referências e os efeitos locais resultantes do processo de (des)territorialização de culturas e músicas populares.

palavras-chave Música popular; Processos identitários; Mundialização; Globalização; Pós-caipira.

The *swaying* of the countryside “*devir*”: identities process in contemporary times

abstract This paper aims to analyze the identity process articulated to the band Mercado de Peixe, from Bauru, Sao Paulo state, which was one of the first groups of the musical segment that tried to congregate elements of traditional music, such as the countryside music, with different melody styles from the pop music, like rock, rap and reggae. Through interviews with members of the band and the discography analysis, the group musical identity was discussed with regards to its relations to the *pós-caipira* movement. The movement provided a discussion about local/global and traditional/modern elements imbrication noticed during its identity process. Thus, this paper intends to reflect about the complexity of popular cultures field and inside the worldwide context, establishing a rela-

tion among the transcultural flows in the contemporaneity, the identification of social values, the cultural hybridism as an articulator of references and the “glocal” effects resulting from the cultures and popular music (de)territorialization.

keywords Popular music; Identities process; Mundialization; Glocalization; Pós-caipira.

Introdução

O despertar analítico provocado pela academia envolve questões que se entrelaçam com o ofício de pesquisador(a) e elementos intrínsecos a nosso próprio processo identitário. Quando delimitar o trajeto que iria realizar em meio à floresta temática dos possíveis campos de pesquisa, as motivações que me conduziram a esse delineamento refletiam um incômodo, mas, ao mesmo tempo, um fascínio pela música popular, em especial a música caipira. Incômodo angariado em parte por aquilo em que ela se transformou via indústria cultural conhecida sob o selo genérico de *sertanejo pop*, nas quais as duplas e/ou artistas solos mais famosos da atualidade compõem o catálogo mercadológico. Fascínio ao observar sua permanência – embora potencializada e (re)significada de diversas formas, com intensidade igualmente variável – que me apontava elementos para enveredar análises, estabelecer outros olhares possíveis numa tentativa de transcender os debates essencialistas sobre a questão de sua autenticidade.

Tais inquietudes apareceram de imediato no meu trabalho *Sem ordi não há porgueço e nós sêmo disordero! Humor, paródia e vida urbana em Alvarenga e Ranchinho (1930/40)*,¹ no qual, na versão preliminar das considerações finais, busquei traçar, brevemente, um paralelo histórico entre a música da dupla em análise e a porosidade fronteira das matrizes da música caipira, apontando para a emergência de uma *Nova Onda Caipira*, essa última observada a partir do contato com o trabalho homônimo da banda paranaense Charme Chulo, de 2009.

Essas questões tomaram novos ímpetos e formas indagativas frente a diversos materiais pesquisados e ao novo terreno analítico em que adentrei: a antropologia. Embora sempre tenha buscado construir análises através do diálogo entre as diferentes disciplinas das ciências humanas, a entrada nesse novo universo expandiu as possibilidades reflexivas acerca das práticas e culturas populares na contemporaneidade.

Nesse sentido, o objetivo deste texto concentra-se em estabelecer uma discussão da emergência dessa nova onda caipira a partir da análise do processo de construção da identidade musical da banda Mercado de Peixe, de Bauru-SP, uma das primeiras do gênero que congregou matizes de músicas

tradicionais, como a música caipira, com outras vertentes e estilos melódicos do universo *pop*, como o *rock*, o *rap* e o *reggae*. Por meio de entrevistas realizadas com integrantes da banda² e da análise dos discos produzidos, a identidade musical do grupo foi problematizada a partir de sua relação com o movimento que se objetivou construir no início dos anos 2000 chamado de *pós-caipira*, o qual proporcionou uma discussão de questões relativas à imbricação de elementos locais/globais e tradição/modernidade. Dessa forma, este trabalho busca lançar olhares reflexivos para o complexo terreno das culturas populares no contexto de mundialização, relacionando os fluxos transculturais presentes na contemporaneidade à identificação de valores sociais, o hibridismo cultural enquanto articulador de referências e os efeitos glociais resultantes do processo de (des)territorialização das culturas e das músicas populares.

(Des)territorializações: o glocal no contexto de mundialização das culturas

Ao tratar de processos identitários na contemporaneidade, eleva-se como problemática central desse trabalho a compreensão acerca das articulações culturais no contexto de globalização. Nesse sentido, a globalização será tomada aqui enquanto perspectiva, buscando entender como o movimento *pós-caipira* e o processo identitário articulado pela banda Mercado de Peixe ajustam-se a esse fenômeno. Dada a complexidade da temática, faz-se preciso especificar algumas categorias analíticas e os referenciais teóricos que problematizam características importantes desse fenômeno na produção cultural. Elementos esses que, por sua vez, também se farão presentes na análise empírica do objeto selecionado para o estudo.

Primeiramente, torna-se preciso salientar que esse campo de observação não deve ser percebido de modo semelhante ao que fazem os economistas e cientistas políticos, uma vez que o campo cultural se configura de forma diferenciada e articula-se através de mecanismos igualmente diversos. Segundo Renato Ortiz, na análise do universo cultural observa-se que “sua interação com a dimensão econômica é evidente, e não poderia em absoluto ser negada, no entanto as relações que se estabelecem estão longe de se acomodar a qualquer tipo de determinação em última instância” (2007, p. 23).

O conceito de mundialização cunhado por Renato Ortiz (1994) busca responder a essa prerrogativa, pois objetiva analisar a produção, distribuição e consumo dos bens simbólicos numa perspectiva sociológica, diferenciando-se, assim, da globalização econômica e tecnológica. Segundo o autor, o caráter de integração característico do processo de globalização técnica e econômica apresenta-se de forma diferente na esfera cultural, pois

esse campo é marcado por uma atuação diversificada e conflitante, produzindo uma série de ambiguidades e novos significados. Em outras palavras, podemos falar de mercado, economia e/ou tecnologia global, mas a mesma reflexão não pode ser estendida para a esfera cultural, pois não há unicidade cultural no mundo contemporâneo.

Há certamente uma relação entre esses níveis, mas não uma homologia. Não existe, e tampouco existirá, uma “cultura global”, uma única concepção de mundo. Enquanto se fala de mercado global ou de tecnologia global, na esfera cultural somos obrigados a enfrentar o tema da diversidade. Para mim, a globalização é uma situação, uma totalidade que envolve as partes que a constituem, mas sem anulá-las. (ORTIZ, 2006, p. 4)

Assim, embora não apartado da esfera política e econômica, tal processo apresenta tendências paradoxais que, por um lado, “provocam o rompimento das barreiras e uma [tendência à] homogeneização cultural, por outro acentuam diferenças e heterogeneidades” (VELHO, 1995, p. 223) ligadas a processos identitários de diferentes grupos étnicos e/ou locais.

A observação feita na citação acima se faz necessária, pois a questão da homogeneização cultural, como já indicou Ortiz, apresenta-se apenas enquanto tendência, principalmente se pensarmos a articulação das culturas que se situam à margem do mercado de bens simbólicos. Não ignoro a existência da veiculação de uma cultura mundializada através da chamada indústria cultural (composta, sobretudo, pelos meios de comunicação de massa, pelo campo da moda, do marketing, da indústria fonográfica), mas, ao mesmo tempo, receio em perceber tal processo enquanto uma hegemonia unilateral, sem resistências ou produção de novos significados.

Nesse sentido, a partir da contribuição da antropologia, buscarei conceber as diversas influências decorrentes da globalização através dos fluxos culturais, isto é, das referências externas que as culturas nacionais, étnicas e/ou locais recebem e que, ao mesmo tempo, as ressignificam, dotando-as de novos traços e outros sentidos. Assim, a posição aqui defendida expressa a coexistência, ainda que nem sempre pacífica, das culturas globais e das culturas locais, não concebendo, portanto, o fenômeno de mundialização das culturas como um processo aniquilador de práticas culturais.

Durante muito tempo, categorias como local/global, campo/cidade, modernidade/tradição, foram percebidas a partir de seus antagonismos e incompatibilidades. Tomando a globalização enquanto fenômeno que transcende as fronteiras nacionais, regionais e locais, tais premissas não podem mais ser concebidas através de antinomias, uma vez que, embora

não integrado, o mundo atual encontra-se interconectado e, ao mesmo tempo, (des)territorializado, alterado pelo processo de desenraizamento de produtos, dialetos, capitais, símbolos, grupos étnicos, ideologias, atividades sociais, práticas culturais dos seus territórios de origem, sendo esses impulsionados, sobretudo, pelo caráter diaspórico que as sociedades assumem na contemporaneidade. As culturas no contexto de globalização envolvem “o uso de uma variedade de instrumentos que são absorvidos na economia e culturas locais sem serem repatriados” (APPADURAI, 1990, p. 312), ganhando, assim, nova dinâmica frente ao arcabouço simbólico que as localidades dispõem em seu cotidiano social.

O agenciamento do consumo em escalas amplificadas faz uso de características nacionais e/ou locais na configuração simbólica do produto, expressando, por sua vez, uma conexão do global e local. O exemplo citado por Jean Camaroff sobre o slogan da Coca-Cola é uma referência interessante para se pensar esse processo. Na implantação da Coca-Cola na China, publicitários norte-americanos buscaram a elaboração de um vernáculo que representasse uma ligação simbólica com seus potenciais consumidores. Levando-se em consideração as religiosidades chinesas que concebem o culto aos antepassados como uma das práticas tradicionais mais importantes, o slogan “Coca-Cola dá mais vida” fora traduzido em solo chinês como “Coca-cola traz os ancestrais de volta do mundo dos mortos” (CAMAROFF, 1997, p. 66).

Na conexão global-local, a recíproca também é verdadeira. Culturas tradicionais, locais e étnicas lançam mão de signos globais na configuração de seus processos identitários e produzem efeitos nas culturas *mundializadas*. Tomemos para uma breve análise a configuração do mercado musical brasileiro. O estudo de Eduardo Vicente (2008) sobre os segmentos musicais predominantes entre 1965 e 1999, realizado a partir das estatísticas de vendas de discos registradas a partir do Nopem (Nelson Oliveira Pesquisas de Mercado), apresenta o vetor da dinamização social como um dos fatores responsáveis pela segmentação do mercado musical brasileiro. Nesse caso, gêneros como o sertanejo, o axé-music, o pagode, o funk e o rap passam a registrar números expressivos de venda a partir da década de 1990, tomando lugar, por exemplo, de gêneros outrora em voga, como o rock, expoente da geração juvenil dos anos de 1980.

Embora o desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil tenha se inclinado a um maior investimento nos segmentos regionais, é preciso notar que isso ocorreu em função das próprias transformações verificadas no meio social a partir da emergência de culturas e identidades étnicas até então tratadas em sua subalternidade. Em outras palavras, tais investimentos mercadológicos não teriam ocorrido sem a avaliação prévia da

potencialidade de consumo desses novos segmentos musicais, ainda que, mais tarde, esses tenham sido preparados artesanalmente para figurar no catálogo mercadológico, vestindo “o diferente com roupa conhecida” (TATIT, 2004, p. 236).

Um exemplo bem atual desse processo pode ser verificado através da apresentação e produção artística da cantora Anitta.³ Inserida no mercado musical, sua produção busca atender uma nova demanda do funk, agora totalmente apartado de suas raízes nas periferias urbanas e destinado ao consumo das camadas mais altas da sociedade brasileira. Em sua performance, é perceptível a seleção de elementos da música *pop*, como o *r&b* (derivado do *rhythm and blues* tradicional, cuja vertente contemporânea apresenta misturas de batidas eletrônicas com *soul*, *hip hop* e *funk*, comum aos trabalhos efetuados por Rhianna e Ke\$ha) e a construção de figurinos e coreografias cuja inspiração inclina-se aos trabalhos de Beyoncé e Pussycat Dolls.⁴ Portanto, nesse caso, a (des)territorialização das culturas locais e/ou étnicas fez-se necessária no engendramento de estilos musicais potencialmente vendáveis tanto para o mercado musical nacional como para o global.

A articulação da produção fonográfica nacional com o mercado global se realiza por diferentes meios. Isso pode ocorrer pelo processo de mundialização da produção musical, como foi o próprio caso de Anitta. Após assinar contrato com a gravadora Warner Music, em 2013, a cantora teve seu primeiro álbum homônimo lançado também em Portugal e Espanha. Seu primeiro videoclipe, “Meiga e abusada”, preparado em Las Vegas, nos Estados Unidos, contou com a direção de Blake Farber, produtor musical que já trabalhou com inúmeros artistas globais, inclusive a própria Beyoncé. O *hit* “Show das Poderosas”, também fora finalizado em solo estrangeiro, facilitando assim a circulação e absorção de sua produção no mercado internacional e tornando possível a realização da turnê europeia ocorrida em fevereiro de 2014.

Diferentemente de Anitta, Michel Teló⁵ alcançou a visibilidade internacional ao ter a coreografia da música “Ai se eu te pego!” efetuada pelo jogador de futebol português Cristiano Ronaldo, em 2011, na comemoração de seu gol. A fama nacional do artista já tinha sido alçada de forma semelhante quando o jogador brasileiro Neymar gravou um vídeo em que exibia a coreografia da mesma canção. Nesse caso, a interconexão do mundo realizada pela publicização do vídeo e a cobertura midiática da partida de futebol, somada à visibilidade que os jogadores têm frente à imprensa nacional e internacional, contribuiu para a popularização da música do artista. Após esses episódios, Michel Teló fechou contrato internacional com a Universal Music, alcançou a primeira posição com o *hit* entre os mais vendidos na loja virtual iTunes da Europa e as paradas de sucessos de vários

países do mundo, o que tornou possível a realização de uma turnê europeia no início do ano seguinte.

Para além do caráter mercadológico formulado a partir do local, a categoria glocalização do sociólogo Roland Robertson (1992, p. 173-182) auxilia no entendimento da dialética entre esses campos. A glocalização, segundo o autor, propõe uma análise entre o global e o local na qual nenhuma esfera exclui a outra, pelo contrário, apresentam-se entrecruzadas. Assim, a tentativa de Robertson buscou demonstrar como as demandas globais são articuladas a partir de condições locais, ao mesmo tempo que grupos sociais e atores locais também elencam uma série de possibilidades globais, “dando início a um envolvimento democrático e criativo entre o local e o global” (COHEN; KENNEDY, 2000, p. 377).

Dessa forma, o fenômeno da globalização evidencia tanto o processo de mundialização das culturas quanto um movimento de localização do mundo, cuja dinâmica pode ser percebida na análise do social através da performatividade do processo identitário no ato de criação e recriação “de uma consciência específica do local”, reconfigurando “a natureza da própria sociedade” (CAMAROFF, 1997, p. 77). Para Camaroff, “isso explica por que os movimentos étnicos, longe de evitar os símbolos e produtos translocais, geralmente os arranjam, brilhantemente, em defesa da tradição” (1997, p. 77-78).

Nos processos identitários verificados a partir da análise do local, sobressaem-se aquilo que Robertson classifica como “choque de localidades” (1995), inclinando-se, assim, à produção de culturas híbridas. Estas, segundo Canclini, são resultantes de “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (2006, p. 19).

Por fim, a importância que o elemento local assume no processo de mundialização das culturas, somada às influências recorrentes de elementos globais, ressaltam, assim, a necessidade de se atentar ao “(re)criar performativo do mundo” (VELHO, 1995, p. 229), problemática essa a que me dedicarei a partir da análise do processo identitário formulado pela banda paulista Mercado de Peixe.

A roça eletrificada da banda Mercado de Peixe: a construção do caipira na saga low-tech

A gênese do grupo Mercado de Peixe data de 1996, quando estudantes universitários de diferentes cursos como jornalismo, desenho industrial e arquitetura da Unesp, campus de Bauru, decidiram articular um projeto artístico através da realização de reuniões periódicas numa república estudantil, a Rep Sam Macô. Nas primeiras reuniões, das quais chegaram a participar cerca de trinta pessoas, a música se revelou enquanto expressão artística que mais agradava a todos. Inicialmente, a ideia “era fazer festa e se divertir”, isto

é, articular apresentações em festas de repúblicas estudantis na edificação de um som com caráter “mais performático e libertário” (EG, 2015).

A música que era “sucesso” nessas apresentações caóticas e improvisadas, era o choro “Sonoroso” de K-Ximbinho [Sebastião de Barros], no sax de um amigo (cujo nome não me recordo), junto ao baixo de Roberto Cunha, uma caixa de bateria conduzida por Luiz Gabriel e os demais integrantes batendo em baldes, panelas e tudo mais que fizesse um som. (EG, 2015)

O nome do grupo logo surgiria em uma dessas reuniões em que se discutia a diversidade de estilos que poderiam ser incorporados no projeto artístico ainda em via de construção. Mercado de Peixe foi cunhado pelo vocalista Juninho Madureira, numa tentativa de sintetizar essas diversas misturas melódicas que o grupo almejava, ao mesmo tempo que se objetivava articular tal produção a partir de um “espaço democrático e popular” (FA, 2015) de criação artística.

O nome é uma referência ao espaço democrático e popular, de trocas, onde todos vendem seu peixe. É também uma brincadeira com o fato de que misturávamos choro, blues, ponto de candomblé, jazz, música popular, música pop, então remetia à expressão “Isso aqui parece um Mercado de Peixe”. (FA, 2015)

No ano de 1999 o grupo se consolidou através da formação composta por Juninho Madureira (vocal), Ricardo Poletini (guitarra e viola), Emerson Gomes (percussão), Fabiano Alcântara (baixo), Paulo Pires (bateria), Fernando Falcoski (teclados e acordeom), Paulo Crescioni (percussão), Ricardo Fela (vocal e percussão), Patrícia Nascimento (vocal e percussão) e Antônio Carlos (percussão), tendo seu álbum de estreia gravado de forma artesanal e independente no Estúdio SamMacô, em 1999, com o título *Aparições*. Se nas primeiras apresentações as referências que sobressaem do som improvisado inclinam-se à influência de instrumentistas experimentais nordestinos, como Hermeto Pascoal e Tom Zé, no álbum de estreia a banda também passa a dialogar com referências nacionais circunscritas a sua própria temporalidade, tendo nos estilos musicais dos anos de 1990 outra grande inspiração.

Aparições registra três canções de autoria do grupo, “Datiloscopia das cores”, “More or Less” e “A.A”, versões das músicas “África Brasil”, de Jorge Ben, “Ogodô”, de Tom Zé, “O sósia”, de Moleque de Rua, “Cantando para meus amigos”, de João Preá e Concris, os *samplers*⁶ “Jam” e “Remelexo” e,

por fim, o *remix*⁷ de “A.A” e “Pescada atômica” intitulado “Aparições”. Em seu conjunto, a obra buscou dialogar com segmentos do universo musical nacional representativos das periferias urbanas e que trabalhavam com influências das musicalidades afro-brasileiras, como Chico Science do Nação Zumbi, Planet Hemp, Raimundos e O Rappa, característica que perpassa o estilo de vocal adotado pelo grupo em todas as canções, dotando-o do estilo *punk*, de protesto e rebeldia.

Ritmos diversificados, como o baião e o samba, misturam-se a instrumentos diferenciados, como o berimbau, o repinique e o surdo (esses últimos muito utilizados pelas escolas de samba), a guitarra e suas distorções, o baixo elétrico, teclado, bateria, percussão e instrumentos eletrônicos utilizados para *samplear* e *remixar* canções. “Jam” apresenta-se enquanto *sampler* da introdução de “Moda de peão”, primeira música caipira veiculada em disco em 1929 e gravada pela Turma Caipira de Cornélio Pires, enquanto “Remelexo” contém passagens sonoras e vocais de Hermeto Pascoal em “Forró em Santo André”.

Ainda que marcado pelo caráter experimental das primeiras apresentações, o *remelexo* se manteve como a acepção que define o gênero musical da banda e ainda figura dessa forma na página do grupo nas redes sociais (2015). Para o baixista Fabiano Alcântara, além da referência explícita a Hermeto Pascoal na reprodução dos versos, “o remelexo aqui, remelexo lá, remelexo em qualquer lugar” (PASCOAL, 1979), essa definição busca explicitar o suingue e o balanço de influências diversas na proposta musical do grupo.

O suingue dessa proposta apresenta-se enquanto elemento norteador da construção da identidade musical do grupo, resumindo-se, sobretudo, no diálogo com as vertentes da *world music*, “rótulo dado ao mix de sons, culturas e etnias que se desenvolvera na derrocada da cena pós-punk e que para os *hit parades* significa a expressão da musicalidade terceiro-mundista” (LEÃO, 2003, p. 105). Estilos como o *drum and bass*⁸ e a *jam session*⁹ são incorporados, tornando a música eletrônica o eixo dorsal da proposta estética da banda, uma vez que ela própria se manifesta como o elemento condutor do *remelexo*, ou melhor, do ritmo contagiante, dançante e eletrificado das canções.

Em 2000 e 2002, o grupo lançou dois EPs¹⁰ contendo quatro canções em cada, intitulados, respectivamente, *A saga low-tech do caipira paulista I* e *A saga low-tech do caipira paulista II*. Essas produções, ao lado do primeiro álbum, possibilitaram a saída da banda do interior paulista através da realização de shows em São Paulo, no Sesc Pompeia, em 2001. Tais obras apresentam outra permanência que foi ainda mais endossada na proposta artística da banda: a figura do caipira e das matizes de sua música, geren-

ciadas a partir de instrumentos característicos como a viola e o acordeom. A canção *sampleada* para o primeiro álbum – “Moda de peão” – aparece na lista de canções do EP produzido em 2000, no disco *Beats e Batuques*, de 2002, e *Roça Elétrica*, de 2003, questão essa que não se apresenta como acaso. Para esse trabalho, em função do conjunto das canções dos EPs figurarem na produção do álbum *Beats e Batuques*, a atenção será destinada para análise desse e também do álbum considerado mais importante na carreira do grupo, *Roça Elétrica*.

Os dois álbuns citados inserem-se no contexto de realização de duas edições do Festival Caipira Groove, em Campinas, em 2002 e 2003, episódios que se mostram de suma importância para o processo identitário da banda.¹¹ Tal iniciativa partiu dos músicos campineiros Otávio Luís Augusto e Carlos Abras e contou com o apoio gerencial da Brasuca Produções, cujas apresentações foram incorporadas pelo Sesc Campinas ao lado de exposições, palestras, debates e venda de comidas típicas. Várias são as notícias que figuraram na imprensa da região na época, definindo o festival a partir da proposta híbrida que os conjuntos musicais apresentavam.

O “groove” do nome faz referência aos ritmos universais como o rock, o funk, o soul, o hip hop etc., que se encontram com a catira, o jongo, o samba e a congada. Além da Mercado de Peixe (Bauru) e da Matuto Moderno (São Paulo), tocarão sábado e domingo, no Sesc-Campinas, as bandas Sacicrioulo, Vô Varvito (ambas de Campinas), Dotô Jeka (Vale do Paraíba), Fulanos de Tal (Rio Claro) e Ully Costa e Banda Rebento (São Paulo). (CAFIEIRO, 2003)

Ao analisar as diversas referências midiáticas sobre esses eventos, é possível notar que a definição construída versa a tentativa de construção de uma nova identidade que se passa ao largo da tradição, recusando explicitamente a imagem estereotipada do caipira enquanto indolente, preguiçoso, vadio e atrasado, isto é, como Jeca Tatu, personagem solidificado na memória popular por Monteiro Lobato.¹² Essa questão se reforçou através da palestra efetuada pelo antropólogo Hermano Viana numa das edições do festival. A banda Mercado de Peixe abraçou de corpo e alma a proposta sugerida, materializando-a enquanto documento intitulado de *Manifesto Pós-Caipira*.¹³ Segundo Fabiano Alcântara, a proposta construída por Viana “acabou por abrir uma nova perspectiva para o que a gente estava fazendo e nem tinha uma reflexão muito definida, estávamos apenas vivendo uma coisa depois de outra” (FA, 2015).

Em seu discurso, Viana propôs estabelecer uma releitura do texto de

Lobato, subvertendo sua lógica, isto é, “enxergando qualidades naquilo que para ele só podia ser defeito” (VIANA, 2003). Assim, Jeca Tatu é recriado e percebido como herói, numa tentativa de questionar os efeitos da modernidade e seu projeto civilizatório, concluindo que “devemos celebrar o homem inadaptado, que recua e não abraça sorridente o ‘progresso’, que desconfia do ‘civilizado’ e por isso prefere viver ‘na penumbra das zonas fronteiriças’” (VIANA, 2003).

Tal proposta é, como se percebe, uma definição intelectualizada de um movimento que se buscava edificar. As referências teóricas que Viana utilizou na composição do documento remetem-se ao pensamento nômade promulgado por uma conferência de Gilles Deleuze sobre Nietzsche, na qual o filósofo afirmara que

no centro, as comunidades rurais estão presas e fixadas pela máquina burocrática do déspota, com seus escribas, seus padres, seus funcionários; mas na periferia, as comunidades entram num outro tipo de aventura, num outro tipo de unidade dessa vez nômade, numa máquina de guerra nômade, e se descodificam no lugar de se deixar sobrecodificar. (DELEUZE apud VIANA, 2003)

A partir do arcabouço filosófico, objetivou-se traçar, assim, uma estratégia político-cultural em torno dos silêncios do caipira, uma postura crítica em relação à modernidade em curso. Finalizando o documento, Viana ressalta a necessidade de se “radicalizar a negatividade”, uma referência à quantidade negativa de que Lobato caracterizou seu personagem Jeca Tatu. Dessa forma, a negatividade expressar-se-ia enquanto legado da impermanência, elemento que deveria ser cultuado dentro do movimento *pós-caipira*.

Um verdadeiro pós-caipira (ante o caipira-estilizado-de-festa-junina, festa sempre nostálgica do antigo, do que já passou – mas isso não quer dizer que o estilo junino não seja útil... ou mesmo o sertanejo-hiperpop de Sandy & Junior... tudo é radicalmente reciclável...) aproveita radicalmente o presente, sem se preocupar com o registro do que está vivendo.

[...] Esse presente, assim pensado e vivido, não é certamente o fim da história, mas a história vivida sem a ilusão da evolução totalitária. Cada pós-caipira tem seu próprio tempo, e sua maneira – acorradamente correta – de estar no tempo. Lição: o tempo do mangubeat: nada nostálgico da pureza perdida do

maracatu; e por isso o maracatu está mais vivo do que nunca. Hoje. O manguebeat nos ensinou a botar fogo na cultura local, afrociberdelificando-a. É preciso agora jeco-centrifugar o afrociberdelificado. Para fazer coro com o Jeca Tatu de Monteiro Lobato: “Eta fogo bonito!”. (VIANA, 2003)

Baseando-se na perspectiva do *carpe diem*, Viana conclui o manifesto defendendo e endossando a proposta híbrida característica desse novo segmento musical cunhando neologismos que sugerem “viver o momento do remix” (VIANA, 2003). A inspiração, no entanto, é concebida a partir de outro movimento contemporâneo cuja proposta relaciona-se à condição de subalternidade cultural, o *manguebeat*, articulado em fins da década de 1980 por Chico Science, do Nação Zumbi, Fred Zero Quatro, da banda Mundo Livre S/A, e Renato Lins. O protagonismo híbrido da periferia de Recife foi referenciado no Manifesto *manguebeat* através da metáfora do lamaçal do mangue, ecossistema rico em matérias orgânicas, considerado “símbolo da fertilidade, da diversidade e riqueza. O movimento seria, dessa forma, tão rico e diversificado quanto o mangue” (TESSER, 2007, p. 72).

O método estabelecido pelo *manguebeat* fora tomado à risca pelos integrantes da banda. Esse processo, conforme Emerson Gomes, iniciou-se em 1999 e perdurou até o lançamento do álbum mais aclamado pela crítica, o *Roça Elétrica*, em 2003. Na tentativa de edificar um movimento similar no interior paulista o tema que se colocava enquanto elemento norteador da proposta resumia-se a responder a questão “o que o interior de São Paulo tem?” (EG, 2015).

A ideia era que tivesse um manguebeat ou movimento mangue em cada estado. Nós tivemos grande influência de Chico Science, Nação e Mundo Livre, o jeito de cantar, sem imitar paulistano ou carioca, os ritmos, a brasilidade, toda a mitologia do mangue que foi criada, com manifesto caranguejos com cérebro, a coisa ecológica, o lance de aliar moda, comportamento, quadrinhos, de ser um lance pop, tudo pegou a gente, cada um de uma maneira. (FA, 2015)

Nesse sentido, a ação de “jeco-centrifugar” sugerida por Viana foi incorporada pela banda Mercado de Peixe através da tarefa de desmistificar o interior paulista, uma vez que, segundo eles, os traços tradicionais característicos da cultura caipira expressavam-se na contemporaneidade apenas enquanto reminiscências, tornando-se necessário referenciar a riqueza e a diversidade das tradições populares do interior paulista.

A nossa realidade urbana contrastava muito com a noção de caipira ou de uma cultura popular, que com o passar do tempo e o êxodo rural deixou apenas traços no jeito de ser, na fala, na alimentação etc. Mas a meu ver deixou uma tradição popular de festas e manifestações populares (folia de reis, batuques, blocos carnavalescos etc.) acabar ou quase desaparecer. De certa forma, foi um alimento para nossa construção. (EG, 2015)

No caso *pós-caipira*, a metáfora encontrada para expressar o panteão diversificado do movimento encontrou-se na economia açucareira característica da região, sobretudo no processo da queima do canavial. “Somos deste mar de cana-de-açúcar que é o interior de São Paulo” (VALE, 2003), disse Ricardo Polletini à imprensa na época. Nesse caso, o fogo ligado também ao discurso de Viana, apresenta-se enquanto elemento simbólico da efervescência ante o hibridismo cultural edificado, o qual, assim como o fogo, deveria se alastrar pelos círculos sociais e culturais do país.

Em *Roça Elétrica*, 2003, numa clara referência a esse universo simbólico, Mercado de Peixe gravou uma releitura da música “Fogo no canavial”, da dupla caipira Alvarenga e Ranchinho, cuja carreira alcançou prestígio popular nas décadas de 1930 e 1940. Introduzido por um solo de acordeom, a canção apresenta a fala característica do universo caipira, trazendo consigo o recado do movimento e uma versão dançante e elétrica de uma festa cujos integrantes se recusam a apagar o fogo:

Vamô vê, vamô vê, vamo vê, lavoura/ Fogo pegou no canaviá/
Tem nada com isso eu não vou apagá/ Me traz a sanfona que
eu quero tocá/ Pra moça bonita/ Pra veia dançá/ Me traz um
quentão pra mode esquentá/ Arreda as cadeiras pra não tra-
paiá/ Chama João, José, Bastião/ E vamô espaiá no meio do
salão [...]. (MDP, 2003)

Na articulação do processo identitário com a missão político-cultural do movimento *pós-caipira*, tornou-se importante, então, delinear as referências ideológicas dessa empreitada. Além dos já citados, nomes como Cornélio Pires e Inezita Barroso figuram na gama de influências que a banda carrega, em virtude da defesa da cultura caipira que estes perpetuaram durante suas trajetórias artísticas. Outras referências se mostraram importantes no processo identitário da banda e do movimento, essas que se inclinam, sobretudo, a estudos acadêmicos sobre cultura caipira e folclore paulista.

Quando começamos a desenvolver as ideias que iriam desaguar no “pós-caipira”, pesquisamos alguns autores que nos ajudaram a definir tipos ou a gênese da cultura brasileira, em especial a caipira: O povo brasileiro, de Darcy Ribeiro, Os parceiros do rio Bonito, de Antonio Candido, Raízes do Brasil, de Sérgio Buarque de Holanda, Música caipira da roça ao rodeio, de Rosa Nepomuceno, Folclore paulista, de Américo Pellegrini Filho, Tipos populares de Bauru – Correia das Neves –, Monteiro Lobato com Urupês, entre outros. (EG, 2015)

Dessa forma, o diálogo com a vertente caipira que apareceu de forma bastante tímida no primeiro álbum, foi, aos poucos, assumindo posição de destaque nas produções subsequentes. A canção “Moda de peão” parece figurar como hino *pós-caipira* para a banda Mercado de Peixe, dada sua referência nas produções lançadas nesse período de movimentação *pós-caipira*. A insistência justifica-se pela tentativa de consolidação do movimento e também pela apresentação, na introdução da canção, de uma definição da música caipira enquanto expressão identitária híbrida, decorrente do contato entre brancos (portugueses), indígenas e negros africanos, acepção extraída da ideia de democracia racial, defendida por Gilberto Freyre, que permeou a produção de Cornélio Pires no primeiro quartel do século XX. Nas palavras do ideólogo do movimento, a música caipira apresenta-se enquanto

canto popular do caipira paulista que se percebe bem a tristeza do índio escravizado, a melancolia profunda do africano no cativo, e a saudade enorme do português saudoso da sua pátria distante. Criado, formado esse meio nosso caipira, a sua música é sempre indolente, sempre melancólica e sempre terna... Eis a moda do peão! (MDP, 2003)

Apesar do constante diálogo e menção ao universo caipira, é preciso compreender mais atentamente como figura a questão da tradição no processo identitário da banda. Em *Beats e Batuques* (2002), além do predomínio das influências musicais afro-brasileiras, características do movimento musical pernambucano, a canção homônima desse álbum apresenta a defesa da diversidade cultural característica da contemporaneidade, recusando a “monocultura”, “a cultura única”, e otimizando, por sua vez, os efeitos da globalização no processo de mundialização de culturas.

Beats e batuques apontados pro meu coração/ Não sou de monocultura/ Dou meu sangue pela diversidade/ Quero dar minha resposta para essa globalização.

[...]

Eu quero flores multicores/ Frutas de mil sabores/ Terra pra quem quer cultivar/ Beats e batuques apontados pro meu coração. (MDP, 2002)

Percebe-se, assim, que o referencial consolidado no processo identitário do grupo inclina-se ao culto do *novo* e da *novidade*, isto é, à própria eferescência cultural da contemporaneidade. “Túmulo do samba”, de *Beats e Batuques*, apresenta essa defesa, mostrando o interior enquanto local representativo de celebração do *novo* samba paulista, caracterizado enquanto “programado”, “contaminado” e “envenenado” na letra da composição.

O título da canção relaciona-se a um episódio que ocorreu por volta dos anos 1950, em que o poeta Vinícius de Moraes reclamou em relação ao barulho do samba “pesado” veiculado numa boate paulistana, ressaltando que “São Paulo é o túmulo do samba”. De certa forma, a terra de Adoniran Barbosa nunca perdoou o poeta por sua infeliz colocação, e a banda Mercado de Peixe mostrou sua indignação com a celebração do “samba pesado”. Na construção da melodia da música foram utilizadas distorções da guitarra para a caracterização da heterogeneidade de sons influentes do *novo* samba que se propunha.

Assim, instrumentos de percussão comuns ao samba, como o pandeiro, são endossados pela sonoridade pesada da guitarra. Na definição sobre o que esse samba tinha de *novo*, a banda entoou o grito carnavalesco *evoé*¹⁴ na defesa dos benefícios da modernidade:

Eu quero esse samba assim/ eu quero esse samba/ invenção da modernidade/ A ciência vem carnavalizar/ Segura no colo o meu samba novo/ Qualquer bamba vai poder sambar [...] O samba não nasceu no morro/ Nasceu mestiço/ Não tem muito pudor/ Evoé cibernética! (MDP, 2002)

“Túmulo do samba” deixa claro a permanência de influências das culturas afro-brasileiras na musicalidade da banda, criticando também estereótipos e preconceitos direcionados aos negros por suas características físicas, através da desconstrução da letra da canção de Luís Caldas, “Nega do cabelo duro”: “Nega do cabelo **free**,¹⁵ qual é o pente que te penteia/ Nega!” (MDP, 2002).

A viola e suas modas passariam a assumir posição de destaque na produção da banda a partir do disco *Roça Elétrica*, lançado em 2003. Notícias na imprensa da época destacam essa mudança, associando, mais uma vez, a empreitada *pós-caipira* com o movimento *manguebeat*: “se no lamaçal nordestino o instrumento-símbolo era rítmico (o tambor), no canavial bandeirante ele é melódico (a viola)” (VALE, 2003). Essa obra revela a maturidade do grupo no processo de consolidação do eixo de sua proposta artística, endossando a regionalização dos temas tratados e articulando-os com elementos globais, sejam estes expressos enquanto influências musicais e/ou temáticas. Além disso, a gravação do disco apresenta melhorias em sua sonoridade, sendo estas decorrentes da parceria estabelecida entre o selo independente da banda, o Coletivo Samacô, e a gravadora Atração Fonográfica.

Nesse álbum, a defesa do novo e da contemporaneidade é apresentada a partir da canção carro-chefe dessa produção: “Brasil novo”, cuja produção do videoclipe buscou retratar o novo cenário urbano do interior paulista a partir da cidade de Bauru, ressaltando, em seu refrão, o orgulho relativo à diversidade cultural característica do local de origem do grupo: “Moro na entrada do Brasil novo/ Onde vivem neo-hippies, manos, nômades e cablocos” (MDP, 2003).

De autoria própria do grupo, a canção trabalha com alguns signos da modernidade, como o trem,¹⁶ elemento central na história da cidade de Bauru, que se desenvolveu, justamente, em função da construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, ponto estratégico de escoamento da produção cafeeira do Oeste Paulista.¹⁷ Além disso, a letra ressalta a importância da cultura popular ao brincar, em sua composição, com o samba “Ai que saudades da Amélia”, de Ataulfo Alves e Mário Lago, relacionando-o a uma figura popular do município, a respeitada e prestigiada cafetina Eny:¹⁸ “Ai, que saudade do trem/ Ai, que saudade da Eny/ Eny que era mulher de verdade/ O trem que trazia a novidade” (MDP, 2003).

Outra figura da cultura popular da região de Bauru que aparece na produção da banda é Bernabé, personagem caracterizado por Correia das Neves, na obra *Tipos populares de Bauru*. A canção homônima, que a banda constrói enquanto homenagem ao primeiro artista popular da cidade, apresenta-o enquanto líder comunitário e festivo, figura importante na história de Bauru. “Bernabé, o primeiro tocador/ Nas ruas do velho Bauru chegou, chegou/ Tempo se abriu, a folia se instalou/ Na aldeia ergueu sua casa/ O mulato falador/ Bernabé, artista popular/ Seu fraseado bombástico/ Não deixa a festa acabar” (MDP, 2003).

As características modas de viola da cultura caipira também são amplificadas nessa produção. Na construção de uma balada caipira, *Roça Elétrica*

apresenta uma releitura remixada de trechos da canção “Assim é que é o sertão”, de Tonico e Tinoco, e “Reizado”, de Pena Branca e Xavantinho, um *sampler* estabelecido ao lado de sons de tambores, latidos de cachorro e a declamação do poeta caipira bauruense Lázaro Carneiro dos versos rebeldes que se seguem:

Quero arma/ Quero luta, quero luta armada/ Não peça calma pra minha alma que já está cansada/ Quero risos, quero rendas bem distribuídas/ Quero ver gente nas ruas de forma atrevida/ Quero paz perene, sem hipocrisia/ Quero o fim do feudo dessa elite fria/ Quero a educação para todas as crianças/ Velhice amparada e terra para quem plantar. (MDP, 2003)

A inovação e ousadia dessa produção renderam à Mercado de Peixe uma série de apresentações em circuitos alternativos de música, como àqueles financiados pelo próprio Sesc em várias localidades do estado. Além disso, o contato iniciado com Hermano Viana no Festival Caipira Groove resultou na produção de um vídeo para o projeto *Brasil Total*, uma continuidade do *Na Geral*,¹⁹ exibido no *Fantástico*, cuja proposta apresentou-se enquanto embrião dos programas *Central da Periferia* e *Esquentando*. Na esteira estética do “tudo junto e misturado”, a iniciativa partiu do próprio Viana e de Regina Casé, uma tentativa de revelar a diversidade cultural do interior do país, em parceria com as redes de TV filiadas à Rede Globo.²⁰

Nesse processo de regionalização das programações televisivas, coube à banda Mercado do Peixe mostrar o potencial cultural e musical do interior paulista a partir do movimento *pós-caipira*. O vídeo “Festa na Roça Elétrica” foi exibido no programa *Altas Horas* em 2004. Ricardo Fela apresentou a festa enquanto uma “mistura da cultura popular local com a cultura universal”, e Fernando Falcoski complementou: “É a nova roça [...], uma roça que tem necessidade de buscar sua identidade de se manifestar através de uma forma mais universal” (MDP, 2004).

Com relação ao hibridismo cultural, o guitarrista e violeiro Ricardo Polettini discorreu sobre as prerrogativas do movimento *pós-caipira* e a inovação musical do grupo:

Uma das características do nosso movimento *pós-caipira* é a gente abraçar todas essas influências sem nenhum preconceito. A música [“Brasil novo”] mistura um pouco da mão direita da viola caipira tradicional e a mão esquerda de guitarra [...]. Essa é uma música rockeira e, ao mesmo tempo, supercaipira, e a hora que junta tudo, com os *beats* [música eletrônica], já virou

outra coisa que não é nem eletrônica, nem rock, nem música caipira, é o pós-caipira. É tudo isso junto! (MDP, 2004)

Mais uma vez, tal iniciativa pautou-se na necessidade de consolidar o movimento *pós-caipira* e alastrar seu fogo cultural híbrido para outras partes do país. A banda investiu cinco anos de divulgação no *Roça Elétrica*, voltando a gravar nova produção somente em 2008, com o lançamento de *Territórios Interioranos*. Nessa última, os investimentos em torno da regionalização temática e os diálogos intermitentes com a viola e suas modas permaneceram, mas o movimento *pós-caipira*, em si, arrefeceu-se, e a banda, naquele mesmo ano, chegou praticamente a acabar, apresentando-se esporadicamente em shows. Esse hiato fora rompido no ano de 2013, quando voltou a se reunir e apresentar novas composições, com nova formação. Para a análise desse hiato, discorro a seguir numa tentativa de traçar algumas considerações reflexivas sobre esses fatos e suas relações com a constituição dos processos identitários na contemporaneidade.

Considerações reflexivas: a performatividade dos processos identitários na contemporaneidade

A seleção da banda Mercado de Peixe para o breve estudo estabelecido acerca da constituição de seu processo identitário relaciona-se com o campo analítico a que tenho me dedicado nos últimos anos: os estudos sobre a cultura e música caipira na região Centro-Sul. Porém, isso não quer dizer que tal processo esteja totalmente apartado de outros movimentos que revisitaram as tradições rurais de diferentes regiões brasileiras.

Para além do *pós-caipira* e do *manguebeat*, a década de 1990 aponta para a existência de vários outros grupos musicais que também estabeleceram incessantes diálogos com diferentes matizes de músicas tradicionais e/ou folclóricas para formalizar propostas culturais contemporâneas singulares, como, por exemplo, Dr. Raiz, banda formada em 1998, em Cariri-CE – através da combinação do som de bandas cabaçais com maracatu, o reisado, a embolada e o côco; e, ainda, Cordel do Fogo Encantado, conjunto formado em 1997, como espetáculo teatral, em Arcoverde-PE – cuja simbiose entre música e teatro conformou um projeto de espetáculo musical que aliava a lírica dos versos populares de cordel com os diferentes arranjos melódicos dos tambores característicos de tradições musicais africanas.

Esses dados devem ser entendidos como partes do movimento de localização do mundo propiciado pelo fenômeno da globalização, no qual as expressões culturais regionais passaram a ganhar maior importância. Na

negociação das identidades e na elaboração do caráter performativo do local e do global, “a música contribui na construção, representação, e negociação da diferença” (CAMBRIA, 2008, p. 2).

O insucesso do movimento *pós-caipira* é justificado pelos integrantes da banda pelas próprias características do mesmo e a partir da proposta musical particular do grupo. A diversidade, nesse caso, imperou enquanto empecilho para a prosperidade do movimento, já que a falta de composição de uma cena cultural mais coesa, semelhante ao *manguebeat* pernambucano, apresentou-se enquanto entrave para seu sucesso.

A heterogeneidade das bandas que se movimentaram em torno do *pós-caipira* pautava-se, sobretudo, nos diferentes olhares que esses grupos lançaram sobre a tradição da cultura caipira, denotando a existência de propostas antagônicas: enquanto alguns buscavam preservar a tradição em sua essência, através de uma leitura contemplativa e do culto à sua autenticidade, outros, como a banda Mercado de Peixe, buscaram atear fogo na cultura local e criar uma nova identidade, acionando o potencial de reinvenção possibilitado pela contemporaneidade. Assim, a autenticidade defendida pela banda não se remetia à tradição genuína, mas sim à proposta híbrida – através da seleção de temáticas e sonoridades que propunham o diálogo entre o erudito e o popular, o novo e o velho, o presente e o passado, a modernidade e a tradição, o global e o local – que o grupo articulava em sua produção musical. Nas palavras dos integrantes:

Cada um tinha sua própria abordagem de como dialogar com a cultura caipira, nós éramos mal vistos nos meio mais tradicionais, como o da Inezita Barroso, que nos recusou por eletrificar a viola. Nós não apenas fizemos isso, como botamos distorção nela e a usamos para tocar rock, pesquisar sons que pareciam com a cítara indiana. (FA, 2015)

O Mercado de Peixe sempre teve uma atitude de contestação, rebeldia, liberdade e humor – muitas vezes até punk. Muitas vezes essas atitudes foram mal interpretadas e causaram certo distanciamento entre outros grupos que tinham uma leitura “contemplativa” da cultura popular. Afinal, foi o que diferenciou o MDP, pegar o “caipira” mastigar, engolir e transformar em outra coisa... Assim como no modernismo... (EG, 2015)

A referência ao modernismo, promulgado pela Semana de Arte Moderna de 1922, resume bem a postura assumida pela banda na tentativa de consolidação do movimento *pós-caipira*. As notícias veiculadas na

imprensa da época de divulgação de *Roça Elétrica* apresentam a Mercado do Peixe como principal representante da vertente, figurando-a, por vezes, enquanto líder dessa tradição reinventada: “Grupo tenta a afirmação do pós-caipira” (SUZUKI, 2004); “Mercado de Peixe traz o pós-caipira para São Paulo” (NASCIMENTO, 2004).

A afirmação desse processo identitário na proposta artística da banda buscou alcançar a mesma atenção do movimento em que fora inspirado, o *manguebeat*. “Nós chegamos a sonhar com grandes gravadoras, mas o mais perto que a gente chegou foi ter ficado em terceiro no Skol Rock”, conta Fabiano Alcântara. Com exceção de *Roça Elétrica*, todos os outros álbuns da banda foram produzidos independentemente pelo Coletivo Samacô, selo criado pelo grupo, mantendo a característica de baixa tecnologia (*low-tech*).

Apesar de trabalhar sobre os efeitos positivos do processo de mundialização das culturas, é possível perceber em algumas canções uma crítica à modernidade a partir da indústria cultural e sua tendência homogeneizadora de práticas, identidades e culturas. Em *Beats e Batuques*, a ênfase na necessidade de diversificação da produção musical apresenta-se como crítica e estratégia de resistência frente às influências do capital na esfera cultural: “Beats e batuques apontados pro meu coração/ Quanto mais variado o sistema/ Maior a estabilidade/ Pois a praga é mais devastadora/ Na cultura única” (MDP, 2002).

Dessa forma, a crítica à modernidade fora direcionada à eleição de saberes, culturas e gêneros musicais pela indústria cultural, ressaltando o interior paulista enquanto potencialidade representativa do hibridismo cultural característico da contemporaneidade. Tal intento, somado ao transcorrer dos episódios e ao conseqüente insucesso da proposta artística da banda via indústria cultural, remete-nos às reflexões estabelecidas por Stuart Hall sobre a caracterização da globalização enquanto processo desigual em que figuram diversas “geometrias de poder” (HALL, 1997, p. 80), marginalizando certas produções que não se deixam levar pelo processo de “vestir o diferente com roupa conhecida” (TATIT, 2004, p. 236).

Outro elemento reflexivo importante diz respeito ao prognóstico de que “a globalização caminha em paralelo com um reforçamento das identidades locais” (HALL, 1997, p. 87). A articulação do movimento *pós-caipira* relaciona-se a um contexto bem mais amplo de movimentação da economia numa espécie de retorno às tradições, como observa sabiamente Fabiano Alcântara: “Hoje, o caipira é universal, todo mundo quer ser folk, do mato, rural, artesanal, orgânico” (2015).

Na análise social, pode-se perceber que, desde a virada dos anos 2000 até hoje, diversos projetos culturais foram e continuam sendo elaborados com a proposta de reativar o “orgulho caipira” paulista (MIRA, 2014).

Esse processo revela certo empoderamento das identidades regionais e locais em meio à mundialização das culturas, esforços que buscam ressaltar as práticas culturais dessa regionalidade a partir do viés da autenticidade. O mapeamento realizado por Mira (2014) sobre a organização desses projetos culturais nos permite concluir que tais iniciativas apresentam perspectivas diferenciadas na defesa da autenticidade:

a) Verifica-se a existência de projetos culturais cujo objetivo consiste no reforço da tradição, isto é, na essencialização das raízes e tipicidade das identidades e práticas culturais, como foi o caso da criação da 2ª Feira do Bolinho Caipira, em Jacareí, compreendendo um concurso em que se elegeria o “melhor bolinho tradicional”, “a melhor receita original” e o “melhor acompanhamento de bolinho” (MIRA, p. 88, 2014) e a promoção, pelo Centro Cultural Banco do Brasil, de São Paulo, do projeto *O Brasil Caboclo de Cornélio Pires*, em 2004, cuja curadoria encarregou-se a Ricardo Vignini, membro da banda Matuto Moderno, participante dos Festivais Caipira Groove;

b) Nota-se também a articulação de diferentes setores da sociedade numa tentativa de promover o turismo e o desenvolvimento econômico de regiões interioranas paulistas. Um projeto desse porte foi empreendido, segundo Mira, na organização do Circuito Turístico Cultura Caipira, pelo Instituto Nova Cidadania. O projeto fora iniciado em 2006, mas oficializado apenas em 2009, e conta com a participação dos poderes públicos de nove cidades que perpassam a Rodovia Presidente Dutra e do agenciamento de 437 empresários dos mais variados segmentos, cuja atuação usufruiu de recursos financeiros do Sebrae-SP.

c) Em contraposição a essas iniciativas, a tentativa de construção de um diálogo entre a tradição e a modernidade no processo de renovação da música caipira são evidenciadas pelo já mencionado Festival Caipira Groove e projetos como *Fala alto viola* (2002), cuja intenção era “viabilizar um centro de referência dos novos violeiros”, criando “possibilidades de ação para esses músicos que prometem renovar a música popular a partir deste instrumento que é, talvez, o mais característico das culturas populares destas regiões e de todo o país” (MIRA, 2014, p. 90). A repercussão dessa iniciativa foi tão grande que se criou a empresa Brasil Festeiro, cuja coordenação encontra-se com Marinéa Mochizuki (produtora do grupo Matuto Moderno) e Reinaldo Volpato (diretor do programa *Viola, minha viola*, da TV Cultura), parceria que se firmou após a participação da banda Matuto Moderno no programa mencionado.

Nesse jogo de disputa de poder que perpassa as culturas populares, as iniciativas de renovação da música popular – principalmente dos gêneros característicos da cultura caipira – ainda figuram em uma posição margi-

nalizada, resumindo-se a projetos alocados em circuitos culturais alternativos. Apesar disso, os fluxos culturais do *pós-caipira* paulista transcenderam suas fronteiras, já que o potencial inventivo e criativo desse movimento aponta para a emergência de novos grupos cuja proposta apresenta-se de modo semelhante, mas é realizada a partir de outras localidades, como a já mencionada banda paranaense Charme Chulo.

Na esteira desses investimentos econômicos sobre o regional e o local, a produção musical da Mercado de Peixe encarnou a filosofia deleuziana, assumindo tanto as benesses quanto os males de sua postura nômade: “Ficamos à margem, como os nômades deleuzianos, com tudo que tem de transgressor e também com o lado ruim, de ter que se virar para sobreviver fazendo outras coisas” (FA, 2015). Apesar do tom pessimista do discurso, a Mercado de Peixe segue na ativa e teve, em 2014, um novo trabalho lançado *O caminho de Peabiru*. Em 2015, a banda lançou nova produção, *Água da Faca*, fruto do processo de reinvenção articulado a partir de novas pesquisas, referências e entendimento musical, eletrificando a viola com o universo da *world music 2.0*.²¹ O caipira e sua cultura permanecem enquanto elementos ativos nas culturas populares, num constante *devenir*, já que na performance dos processos identitários, o show sempre tem que continuar.

Notas

1. Dissertação de Mestrado apresentada no Programa de Pós-Graduação em História – História, Poder e Práticas Sociais, na Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Marechal Cândido Rondon, em 2011.
2. Os integrantes entrevistados foram Fabiano Alcântara e Emerson Gomes, membros da formação original que permanecem até hoje na banda. Para diferenciar as falas dos sujeitos desse trabalho, optei por utilizar o efeito itálico, numa tentativa de expressar a relevância da reflexão dos mesmos sobre o processo identitário da proposta musical construída. Por fim, nas citações foram utilizadas as siglas de seus nomes, estabelecendo-se FA, quando se tratar de Fabiano Alcântara, e EG, quando a fala for dirigida por Emerson Gomes e MDP quando se tratar das produções da banda Mercado de Peixe.
3. Anitta é o nome artístico de Larissa de Macedo Machado, carioca que “estourou” no segmento do *funk* brasileiro a partir do sucesso obtido com a canção “Meiga e abusada”, conduzindo-a a um contrato milionário com a Warner Music, em 2013. A imagem da cantora foi totalmente trabalhada para figurar o catálogo musical *pop*: alisamento do cabelo, cirurgias plásticas para afinamento de nariz e implante de silicone nos seios.

4. A inglesa Rhianna (Robin Hannah Louise Kenny) e as estadunidenses Kesha (Kesha Rose Sebert), Beyoncé (Beyoncé Giselle Knowles Carter) e Pussycat Dolls (grupo musical feminino idealizado pela coreógrafa Robin Antin) compõe a cena *pop* atual, apresentando em comum a vertente artística cujo destaque é evidenciar o poder feminino, elemento que também se faz presente no projeto musical de Anitta.
5. Michel Teló iniciou a carreira artística em 1997 como vocalista do grupo Tradição, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Inicialmente, o grupo se apresentava em eventos pequenos, bailes, aniversários, casamentos e formaturas. Aliando o caráter eletrificado de instrumentos do universo sertanejo, como a guitarra e o baixo, o estilo musical adotado comungava o ritmo dançante presidido pela levada da bateria, gaita e acordeom com letras romantizadas. Em 2009, Michel Teló iniciou sua carreira solo pela Som Livre, afastando-se ainda mais dos estilos tradicionais característicos do antigo grupo.
6. O *sampler* é a montagem de uma nova composição a partir de registros sonoros originais através de um aparelho, o sampleador, sendo este geralmente acoplado a outros instrumentos (como o teclado) ou realizado externamente através da captação de som feita por computadores.
7. Música modificada eletronicamente por uma pessoa, geralmente o DJ, o qual acrescenta batidas rítmicas e/ou efeitos adicionais, produzindo uma versão dançante.
8. Vertente da música eletrônica que mescla as batidas da bateria acústica (*drum*) com o grave obtido do baixo (*bass*) presente em diversos estilos musicais, principalmente o reggae, hip hop e funk.
9. Utilizada inicialmente no universo do *jazz*, a *jam session* simboliza esse processo de experimentação que é feito pelo improvisado e mistura de estilos musicais. Essa prática foi incorporada por outras vertentes, como o *rock*, um dos estilos que se sobressaem do trabalho efetuado pela banda Mercado de Peixe.
10. *Extended Play* (EP) é a produção de um disco cuja soma do tempo das canções apresentam-se extensas demais para a classificação de um compacto, também conhecido como *single*, e pequena demais na caracterização de um álbum musical.
11. A banda já havia participado de um processo semelhante, no início dos anos 2000, o Quilombo Groove, festival organizado por um grupo de jovens de Bauru-SP, cuja segunda edição contou com o apoio do Sesc da cidade. O envolvimento da Mercado de Peixe nesse projeto produziu influências determinantes na produção do disco *Beats e Batuques*, de 2002, uma vez que, assim como o primeiro álbum, a sonoridade construída remete-se às diversas influências das culturas negras e populares.

12. O artigo “Velha praga” foi publicado originalmente no jornal *O Estado de São Paulo*, em 1914. O impacto dessa produção levou o escritor a escrever outros textos que mais tarde seriam organizados e dariam vida ao livro *Urupês*, de 1918.
13. Outras variantes também foram utilizadas pela imprensa e pelas bandas na época na definição dessa movimentação musical, como *agro-mood*, *rock'n'roça*, *moda nova*, *caipira pop*, *novos caipiras*, entre outros. A persistência na figuração do movimento enquanto *pós-caipira* buscou endossar a recusa a uma identidade regional pautada no passado através do preconceito em relação ao rural, edificando, assim, o amálgama cultural da nova cena urbana que figurava nas diversas regiões interioranas paulistas.
14. A origem da palavra é grega e remete-se às festividades populares no processo de evocação de Baco (Dionísio), o deus das festas e do vinho. *Evoé* também é considerado um grito carnavalesco que inaugura festividades, prática cuja origem remonta aos bacanais festivos e religiosos da Roma Antiga.
15. Grifo meu.
16. Esse elemento é referenciado não só na letra como também na própria sonoridade, já que, em alguns intervalos da canção, os instrumentos, sobretudo os pratos da bateria, são utilizados para simular o som de exalação da fumaça do trem.
17. A Estrada de Ferro Noroeste Paulista foi projetada enquanto prolongamento da Estrada de Ferro Sorocabana, em 1906. Bauru era o ponto de origem, cujo trajeto final desembocava em Corumbá, atual Mato Grosso do Sul, fronteira com a Bolívia. A construção da ferrovia elevou Bauru a polo econômico do Oeste Paulista.
18. Eny Cezarino foi proprietária da Casa de Eny entre os anos de 1960 e 1980. O prostíbulo se situava no trevo de Bauru, na Rodovia Marechal Rondon, e hoje é referenciado como um dos bordéis mais famosos da história brasileira. Eny teve, entre sua clientela, importantes nomes da cena política, como o presidente Geisel e o general Figueiredo.
19. O primeiro quadro veiculado desse programa tratou do movimento *manguebeat* a partir dos pernambucanos Chico Science e Nação Zumbi, em 1994.
20. Ricardo Fela, vocalista, percussionista e mestre-cerimônia da banda foi quem intermediou o contato entre os idealizadores do projeto e quem se incumbiu da filmagem e apresentação da *Roça Elétrica* bauruense. A gravação foi tão bem recebida pela TV TEM, afiliada da Rede Globo na região, que resultou, mais tarde, na contratação de Ricardo para o cargo de apresentador do programa *Revista de Sábado*, forçando seu desligamento do grupo.
21. Gênero também conhecido como *global guettotech*, a definição é dada pelo próprio integrante da banda, Fabiano Alcântara: “a *world music 2.0* nasce

de artistas como a M.I.A., nascida no Sri Lanka, do Konono Nº1, do Congo, dos tuaregs do Tinariwen e de Bombino. São artistas que, como nós, incorporam a cultura de massa, a eletrônica, as distorções” (2015).

Referências bibliográficas

- APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia cultural global. In: FEATHERSTONE, M. (Org.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CAMAROFF, Jean. Retrato de um sul-africano. *Novos Estudos*, n. 49, p. 65-83, nov. 1997.
- CAMBRIA, Vincenzo. Diferença: uma questão (re)corrente na pesquisa etnomusicológica. *Música e Cultura: revista on-line de etnomusicologia*, n. 3. 2008.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4.ed. São Paulo: Editora USP, 2006.
- COHEN, Robin; KENNEDY, Paul. *Global Sociology*. London: MacMillan, 2000.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1997.
- LEÃO, Carolina. A negociação mangubeat: cultura pop, mídia e periferia no Recife contemporâneo. *Eco-Pós*, v. 6, n. 2, p. 95-111, ago.-dez. 2003.
- MIRA, Maria Celeste. Diversidade cultural em São Paulo: o “orgulho caipira”. In: FARIAS, E.; MIRA, M. *Faces contemporâneas da cultura popular*. Jundiaí-SP: Paco Editorial, 2014.
- ORTIZ, Renato. Desafi(n)ando o coro global. In: KASSAB, Álvaro. *Jornal da Unicamp*, Sala de Imprensa. 325.ed., p. 4-5. 2006.
- _____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ROBERTSON, Roland. *Globalization: social theory and global culture*. London: Sage, 1992.
- _____. Glocalization: time-space and homogeneity-heterogeneity. In: FEATHERSTONE, M.; ROBERTSON, R.; LASH, S. *Global Modernities*. London: Sage Publications, 1995.
- TATIT, Luiz. *O século da canção*. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.
- TESSER, Paula. Mangu Beat: hùmus cultural e social. *Logos 26: comunicação e conflitos urbanos*, ano 14, p. 70-83, jan.-jun. 2007.
- VELHO, Otávio. *Besta-fera: recriação do mundo*. Ensaios de crítica antropológica. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- VICENTE, Eduardo. Segmentação e consumo: a produção fonográfica brasileira – 1965/1999. *ArtCultura*, Uberlândia-MG, v. 10, n. 16, p. 103-121, jan.-jun. 2008.

Entrevistas

- ALCÂNTARA, Fabiano. *O Mercado de Peixe e o movimento pós-caipira*. Entrevista mediada por mídias digitais, realizada em 12/01/2015 e 26/01/2015 por Lays Matias Mazoti Corrêa.
- GOMES, Emerson. *O Mercado de Peixe e o movimento pós-caipira*. Entrevista mediada por mídias digitais, realizada em 12/01/2015 e 26/01/2015 por Lays Matias Mazoti Corrêa.

Documentos consultados

- CAFIEIRO, Carlota. Longe de ser Jeca. *Correio Popular*, 15/09/2003. Disponível em: <<http://www.oocities.org/violaeletrica/clippnig2.htm>>. Acesso em 05/jan/2015.
- NASCIMENTO, Patrícia. Mercado de Peixe traz o pós-caipira para São Paulo. *Portal Terra*, 05/01/2004. Disponível em: <<http://musica.terra.com.br/interna/0,,OI247655-EI1267,00.html>>. Acesso em 10/jan/ 2015.
- SUSUKI, Shin Oliva. Grupo tenta afirmação do pós-caipira. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 10/01/2004. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/acomece/ac1001200402.htm>>. Acesso em 15/01/2015.
- VALE, Israel do. Bandas paulistas semeiam o “agro-mood”. *Folha de São Paulo*, 25/04/2003.
- VIANA, Hermano. Manifesto pós-caipira. In: PEIXE, Mercado de. 2003. Disponível em: <<http://www.geocities.ws/violaeletrica/manifesto.htm>>. Acesso em 05/jan/2015.

Documentos sonoros

- PASCOAL, Hermeto. LP *Hermeto Pascoal Ao Vivo – MonTieux Jazz*, Gravadora WEA, 1979.
- PEIXE, Mercado de. CD *Aparições*. Estúdio SamMacô, 1999.
- _____. CD *Beats e Batuques*. Estúdio SamMacô, 2002.
- _____. CD *Roça Elétrica*. Coletivo Samacô e Atração Fonográfica, 2003.
- _____. CD *Territórios Interioranos*. Coletivo Samacô, 2008.

Documento audiovisual

- PEIXE, Mercado de. Festa na Roça Elétrica, 2004. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SzvFg8FtYbs>>. Acesso em: 20/dez/2015.

autora **Lays Matias Mazoti Corrêa**

Licenciada em História pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campus de Três Lagoas-MS, Mestre em História pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), campus de Marechal Cândido Rondon-PR, Doutoranda em Ciências Sociais na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), campus de Marília-SP, e Bolsista CAPES.

Recebido em 16/04/2015

Aceito para publicação em 18/12/2015