



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

FRANCISCO SECUNDO DA SILVA NETO

**A GÊNESE DA “CULTURA MOLEQUE CEARENSE”:
ANÁLISE SOCIOLÓGICA
DA INTERPRETAÇÃO E PRODUÇÃO CULTURAIS**

FORTALEZA

2015

FRANCISCO SECUNDO DA SILVA NETO

**A GÊNESE DA “CULTURA MOLEQUE CEARENSE”: ANÁLISE SOCIOLÓGICA
DA INTERPRETAÇÃO E PRODUÇÃO CULTURAIS**

**Tese apresentada ao curso de
Doutorado em Sociologia do
Departamento de Ciências Sociais da
Universidade Federal do Ceará, como
parte dos requisitos para obtenção do
título de Doutor em Sociologia. Área de
concentração: Ciências Sociais.**

**Orientadora: Profa Dra Andréa Borges
Leão.**

FORTALEZA

2015

Dados Internacionais de Catalogação
na Publicação Universidade
Federal do Ceará
Biblioteca de Ciências
Humanas

S582g Silva Neto, Francisco Secundo da.

A gênese da “cultura moleque cearense”: análise sociológica da interpretação e produção culturais / Francisco Secundo da Silva Neto. – 2015.

162 f. : il. color., enc. ; 30 cm.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Departamento de Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2015.

Área de Concentração:
Ciências Sociais. Orientação:
Andréa Borges Leão.

1. Humorismo brasileiro – Ceará – Aspectos sociais. 2. Entretenimento - Ceará. 3. Cultura e turismo – Ceará. I. Título.

CDD 306.481098131

FRANCISCO SECUNDO DA SILVA NETO

**A GÊNESE DA “CULTURA MOLEQUE CEARENSE”: ANÁLISE SOCIOLÓGICA
DA INTERPRETAÇÃO E PRODUÇÃO CULTURAIS**

Tese apresentada ao curso de
Doutorado em Sociologia do
Departamento de Ciências Sociais da
Universidade Federal do Ceará, como
parte dos requisitos para obtenção do
título de Doutor em Sociologia. Área de
concentração: Ciências Sociais.

Aprovada em 20/11/2015

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Andréa Borges Leão (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profª Drª Irllys Alencar Firmo Barreira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profª Drª Glória Maria dos Santos Diógenes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof Dr Márcio Acselrad
Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

Prof Dr Edson Silva de Farias
Universidade de Brasília (UnB)

AGRADECIMENTOS

Como costume dizer ao Criador com galhofa e respeito: agradeço a Deus, em primeiro lugar, e por via das dúvidas!

A toda a minha família por sempre estar do meu lado “para o que der e vier”. Amo muito todos vocês.

A todos os amigos que, de uma maneira ou de outra, me apoiaram e ajudaram nesta empreitada, em especial, a Radamés Rogério, a Mário Castro e a Carlos Henrique, grandes parceiros desta vida que é sempre travessia, nunca chegada, nem partida. Aos meus primos e grandes amigos Joaquim Petter e Beatriz Eufrásio, aos quais sou eternamente grato por saber que com vocês posso sempre contar.

Aos professores com os quais mais me aproximei no Programa de Pós-Graduação da UFC e os quais considero não apenas como grandes mestres, mas grandes seres humanos: Sulamita Vieira, Cesar Barreira, Irllys Barreira, Cristian Paiva, Domingos Abreu, Linda Gondim, Léa Carvalho. Todos aqui contribuíram de alguma forma para a realização desta tese.

Aos colegas da turma de doutorado que trilhamos juntos um pouco a estrada dessa vida pós-graduanda, em especial a Gerciane, a Mayara, ao Igor, ao Herbert, a Isabel e a Janaína.

A banca avaliadora desta tese pelo aceite do convite. Em especial, ao professor Márcio Acselrad, especialista nos estudos teóricos sobre humor e coordenador e fundador do Laboratório de Estudos sobre humor e riso, o LabGraça, ligado à UNIFOR e o qual me orgulho de ter sido membro.

A minha orientadora, Andréa Borges Leão, que não apenas conduziu uma ótima orientação, mas foi uma incentivadora crucial para que este trabalho se tornasse possível. Professora, um “muito obrigado” ainda considero pouco!

Ao Aimbêre, a Socorro e a Lorena, secretários deste Programa de Pós-Graduação em Sociologia (desculpem pelas perturbações e aperreios!)

Aos humoristas Valéria Vitoriano, Bené Barbosa, Tarcísio Matos, Falcão, Lailton Rocha Melo, Jáder Soares, Victor Allen e Rafael Carvalho Leite pelas entrevistas e atenções dispendidas. Agradecido de coração!

A Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo apoio com a bolsa de estudos a qual foi de grande valia.

RESUMO

A presente tese tem como foco principal estudar o que há de circunstância social e histórica em uma “cultura moleque cearense”. Em um sentido geral este é um rótulo que tem servido para se identificar as práticas humorísticas no meio social mais amplo, mas que enseja a produção artístico-cultural e a promoção do mecanismo institucional do entretenimento-turismo locais. E é apenas em determinados âmbitos da produção cultural que é sociologicamente e metodologicamente viável conduzir tal pesquisa. Um grupo de humoristas locais que fazem tanto *shows* em casas noturnas na cidade de Fortaleza como, alguns, sucesso nos meios de comunicação de abrangência nacional serviram como alvo de investigação para a compreensão da atual manifestação dessa “cultura moleque”. Sendo assim, na execução da pesquisa abracei um conjunto de medidas metodológicas que convergiram adequadamente para a coleta das evidências interpretativas. Debruzei-me primeiramente sobre as literaturas ficcional, folclórica, histórica e memorialista sobre o Ceará, enfocando evidentemente tudo que dissesse respeito a esta ideia de um “humor cearense”. Lancei mão de periódicos e jornais, a maioria locais, e tive acesso a dois compêndios publicados pelo Museu do Ceará que reuniram notícias datadas da fundação do museu na década de 1930 até o ano de 2007. Realizei pesquisa também no Acervo de Obras Raras da Biblioteca Municipal de Fortaleza, Governador Menezes Pimentel. Como complemento fez-se bom uso da rede mundial de computadores, detentora de fontes valiosas de informação. De modo concomitante, foram feitas entrevistas abertas direcionadas por curtos roteiros de perguntas com oito humoristas locais. Dentre os resultados obtidos têm-se que a criação e manutenção desta “cultura moleque cearense” deveu-se primeiro a uma persistente valorização de perspectiva modernista do que é “popular” e às suas mais recentes apropriações artístico-culturais e turísticas.

Palavras-chave: Cultura Moleque; Humor; Interpretação Cultural; Produção da Cultura; Entretenimento-turismo.

ABSTRACT

This thesis focuses primarily on studying the historical social origins of an “moleque cearense culture” over slightly more than a century. In a general sense this is a label that has served to identify humorous practices in the broader social environment and yet gives rise to the cultural artistic production and promotes the local entertainment-tourism institutional mechanism. Although only in certain areas of the cultural production that is sociologically and methodologically feasible to conduct such research. For understanding the current manifestation of that “moleque culture” this research aims a local group of humorists who both make shows in the Fortaleza’s nightclubs how they appear in the broadcast national television reaching large audiences. Therefore for the research proposals I brought a set of methodological measures that served properly for the interpretative evidence collection. First I read some sources in the past of the Ceará’s literature which focused on everything about the idea of a “cearense humour”. I used as part of that research the reading of periodicals and newspapers, local, most of them, and I managed to get possession of two textbooks published by Ceará Museum which brought together news covering the 1930’s until 2007. I too make research in the Collection of Rare Books of the Municipal Library Fortaleza, Governador Menezes Pimentel. The Internet was a great and good source of information for that research. Yet I made open interviews directed by a short script question with eight local humorists. On some results I demonstrate that the creation and maintenance of that “moleque cearense culture” is due to a persistent appreciation of a modernist perspective about the “popular” and to its more recently artistic cultural and tourist appropriations.

Key words: Moleque Culture; Humour; Cultural Interpretation; Cultural Production; Entertainment-tourism.

Sumário

Introdução.....	08
Capítulo I - Das origens e significados da molecagem.....	18
1.1 - <i>O Ceará Mu' leke</i> : imaturos e canalhas.....	21
1.2 - Padeiros do espírito e de molecagens.....	27
1.3 - Ceará moleque e mestiço.....	36
1.4 - As molecagens do bode no Museu.....	40
1.5 - A crônica histórica e a cultura moleque hoje.....	52
Capítulo II - A geração moleque dos bares: os humoristas do Ceará.....	61
2.1 - Comediantes não, humoristas do Ceará.....	62
2.2 - O teatro nos bares: o começo.....	69
2.3 - O humor moleque <i>frescando com a breguice</i>	76
2.4 - O sucesso nacional dos humoristas do Ceará.....	88
2.5 - O humor cearense local e nacional.....	99
Capítulo III - O entretenimento-turismo e a “cultura moleque” dos humoristas.....	105
3.1 - Destino Ceará, a Terra do Humor.....	106
3.2 - O reconhecimento político e social dos humoristas.....	114
3.3 - Associando os desassociados.....	126
3.4 - O cuidado com o palco do humor moleque.....	138
Considerações Finais.....	150
Referências.....	157

Introdução

No ano de 2002 participei pela primeira vez como estudante de um os encontros da Sociedade Brasileira de Sociologia (SBS) realizado em Fortaleza. O encontro deu-se em um dos hotéis da Beira Mar, orla turística da capital. Estava no quarto semestre do curso de Ciências Sociais Bacharelado da Universidade Estadual Ceará (UECE) e ainda não pensava em que temática de estudos iria me enveredar para a realização da monografia. Lembro que com pouco dinheiro fui passear entre as estantes das editoras a procura de algum livro interessante, tinha preferência por algum clássico da sociologia que estivesse mais em conta, porém, parei para ver um estante das editoras cearenses. Deparei-me com um livrinho que me chamou a atenção pelo curioso e anedótico título e o comprei, era o “**Orélio Cearense**: dicionário romanceado e ilustrado de termos e expressões do palavrado do Ceará”, de Andréa Saraiva, uma estudante da UECE. Na apresentação do “Orélio”, assinada pela “Profa. Maria Hercília Mota Coelho”, é avançado de início: “O ‘Orélio Cearense’, dicionário romanceado da ‘mulecagem cearense’, é, pois, um convite gostoso ao conhecimento da história e da expressão cultural do nosso povo”.

O que me levou a comprar em pleno congresso de sociologia um dicionário que promove um “humor cearense” talvez se explique pelo meu gosto cultural desde a adolescência, em meados dos anos 1990, de apreciar as piadas e os personagens do Tom Cavalcante (deste tinha umas duas fitas cassetes) e de escutar até aprender as músicas “pseudointelectuais” do meu “guru espiritual” Falcão (deste colecionei no período todos os *Compact Discs* lançados). Todavia, como sociólogo de formação e em formação compreendo a partir de Norbert Elias (1994b) que o “eu” e seus “gostos culturais” estão irrevogavelmente inseridos em um “nós”, uma vez que faço parte de uma rede intrincada de relações sociais que me formam e informam meus gostos e desgostos. Sentencia Elias e corroboro com ele, “o indivíduo só pode ser entendido em termos de sua vida em comum com os outros”, e é apenas tentando encontrar o fio de Ariadne das redes de interdependência sociais nas quais o indivíduo se enrosca é que se pode identificar o que há por trás dos “eus” e suas preferências.

Deixando a teoria sociológica um pouco de lado novamente, à época não recordo se algum colega de curso tenha rido dessa minha escolha, nem lembro se tive algum arrependimento sobre tal aquisição logo depois, mas sei que alguns anos à frente, quando fazia minha monografia sobre o programa humorístico local “Vila do

Riso” da TV Diário, protagonizado por humoristas que se apresentam em bares e restaurantes de Fortaleza, indagava jocosamente se aquela opção anos atrás pelo “Orélio” em um congresso da SBS não teria sido coisa das “forças acadêmicas do destino” conspirando a meu favor ou talvez *frescando* – para usar o “anedótico” (para quem, mesmo?) “linguajar cearenses” – comigo. Seguindo no campo semântico-interpretativo do “Orélio”, nos idos de 2005 o *site* da TV Diário alertava aos telespectadores cearenses sobre a “Vila do Riso”: “Não se surpreendam caso haja uma identificação com nossos personagens, afinal eles são nada mais do que nosso cativo telespectador traduzido numa leitura *fuleragem* (SIC), a verdadeira molecagem cearense” (apud SILVA NETO, 2006, p. 73).

O ideal de um “humor moleque” que diferenciaria definitivamente o “povo cearense” e o tornaria, de outro modo, distinto em relação a cariocas, paulistas, mineiros, paraibanos, pernambucanos, gaúchos e paraenses, por exemplo, serviu e serve, ainda hoje, tanto de fonte para a manutenção da memória e imaginário coletivos como tem direcionado práticas lúdico-artísticas que estão circunstanciadas, por exemplo, pelo mecanismo institucional do entretenimento-turismo (FARIAS, 2011) na cidade de Fortaleza. Na concepção de Edson Farias este “mecanismo” diz respeito à industrialização e consumo de bens culturais e serviços turísticos integrados ao campo institucional do entretenimento – órgãos governamentais de promoção turística, agências de turismo, hotéis, bares, casas de espetáculo, meios de comunicação, etc.

Mas de onde e como surgiu tal ideia de “molecagem cearense”? “Ser moleque” hoje no Ceará é sinônimo de ser brincalhão, gaiato, “fulêro”, irreverente, mas, também, de ser indecente, desbocado, imoral. De todo modo, muito mais contemporaneamente, por volta dos anos 1990 para cá, do que em um passado até recente, por volta da década de 1970, a “molecagem dos cearenses” tem se tornado uma afirmação positiva de identidade local. Nos dias correntes, se dizer “moleque” é motivo mesmo de orgulho para alguns nascidos e vividos no Ceará, a “Terra do Humor”, o “Celeiro de humoristas”. “Terra” de Chico Anysio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Falcão, Tiririca, *Raimundinha*, *Rossicléa*, para ficar apenas nos nomes de alguns dos humoristas nacionalmente conhecidos, verdadeiras celebridades. Contudo, que razões podem explicar a proliferação de humoristas neste estado do Nordeste brasileiro, o qual como os outros desta região, até poucas décadas atrás, carregava a imagem nada positiva do flagelo e da miséria provocadas pelas secas ou,

melhor, pelo tamanho das “cercas”? A propósito, um dos eixos principais desta tese é justamente tentar responder a seguinte pergunta: *como o Ceará produz tantos humoristas?*

Destarte, antes de prosseguir é preciso esclarecer que esta tese não trata das condições sociais e/ou culturais de produção do humor e do riso, especificamente. Aqui a preocupação maior é a de traçar o percurso de construção histórico-social daquilo que é chamado de “cultura moleque” no Ceará. Uma ideia que tem força simbólica e extrapola o foco do âmbito da produção artístico-cultural, hoje ela está difundida no meio social mais amplo orientando práticas, relações sociais e a construção de uma autoimagem que os cearenses têm de si como membros de uma coletividade local – *oh bicho gaiato é cearense*. Trata-se, de modo mais específico, de demonstrar nesta tese a conformação social de uma ideia e seus efeitos na constituição, por exemplo, de práticas lúdico-artísticas. A ideia de “molecagem cearense” teria nos humoristas que fazem espetáculos nas noites de Fortaleza e se apresentam nos programas humorísticos e de auditório da televisão nacional os atuais e celebrados representantes de um povo que seria moleque de berço – ou gaiato, irreverente, “fresquim”, “fuleragem”, etc.

Desde o término da graduação em Ciências Sociais pela UECE no ano de 2006 que estudo esta temática do “humor cearense”. No mestrado em sociologia pela Universidade Federal do Ceará e agora com esta tese de doutorado continuei com o tema. E, de modo geral, tenho me voltado para investigar tanto a construção social e histórica da ideia de “Ceará moleque” como entender as lógicas sociais por trás do fenômeno dos shows de *humor* de Fortaleza. Na monografia abordei a produção desse “humor moleque” no programa televisivo local “Vila do Riso”; na dissertação procurei investigar o *show* de humor de Eddi Lima, a *Madame Mastrogilda*, entendendo que tipo de “molecagem” é essa, trabalhada por esses humoristas nos palcos de bares e pizzarias de Fortaleza; e nesta tese, como já mencionado, o objetivo principal foi o de compreender o que há de social e histórico na constituição dessa “cultura da molecagem” no Ceará. Sublinho que não é só um rótulo ou um estereótipo que investigo e procuro desvelar com o pensar sociológico, isto qualquer bom estudante do ensino médio pode desconstruir numa redação, investigo, por exemplo, como a força do simbólico contribui na criação e consolidação de um dado espaço social de artistas do humor.

Neste sentido, reafirmo que não realizarei uma discussão teórica sobre o humor e o riso em especial, porém, parto de certas premissas sobre ambos os conceitos. Quando na feitura da pesquisa de mestrado, entre 2007 e 2009, por intermédio de um colega comecei a participar dos encontros do Laboratório de Estudos sobre o Humor e o Riso (o LabGraça) ligado ao curso de Comunicação Social da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e liderado pelo professor Márcio Acselrad. No LabGraça tive contato com muitas das teorias sobre humor e riso as quais me ajudaram a desenvolver a pesquisa à época. Como fruto da minha passagem por esse laboratório de estudos, em 2010, publiquei um artigo pela Revista Espaço Acadêmico intitulado “Rir e fazer rir – alguns apontamentos teóricos”. E como antes, ainda agora permaneço a defender que por mais que Bergson, Freud, Pirandello e Bakhtin (para ficar com esses autores mais comentados) sentenciem máximas sobre as causas e os porquês do humor e do riso nos seres humanos, reafirmo categoricamente que estes são fenômenos demasiadamente condicionados pela cultura de cada tempo e lugar, de cada configuração social. Tentar responder o que faz rir e do que as pessoas riem, para além das explicações da fisiologia humana, trará respostas tão diversificadas como diversas são as configurações humanas e suas diferenças entre grupos e classes sociais.

Entretanto, avanço que, de modo geral, o que é chamado de “humor moleque” esteve e está estreitamente ligado com a noção de “popular”, um “humor do povo cearense” ou, em uma “ótica classista”, “o humor do povão”, do “populacho”, daquele emaranhado de gente posicionada nas bases da pirâmide social da sociedade cearense. Entre aspas “ótica classista” já que na leitura de Roger Chartier (1995) o conceito de “cultura popular” é um “conceito erudito” posto que construído por “eruditos”, gente da “alta cultura” como intelectuais, literatos e folcloristas. E, como se verá, a expressão “Ceará moleque” aparece pela primeira vez – pelo menos, até onde pude apreender nas pesquisas desde a graduação – em obras literárias no final do século XIX, sendo posta em circulação de início entre os letrados. Voltando ao conceito de popular, para Chartier, este é gestado por dois modelos de descrição e interpretação: um que toma o “popular” como um sistema simbólico coerente e autônomo; e outro que o define em suas dependências e carências em relação à cultura dos dominantes. Para Peter Burke (2010) a cultura popular foi “descoberta” por intelectuais na Europa da Idade Moderna em países de industrialização e urbanização tardias como a Alemanha. A cultura do povo encarnaria o “espírito da

nação”, conforme defendia o filósofo do romantismo alemão do século XVIII, Johann Gottfried von Herder (1744-1803), compreensão que remete às relações entre cultura e política. Partindo desta mesma perspectiva da integração do popular com o nacional, no Brasil entre os fins do século XIX até pouco mais de meados do XX, duas “tradições de pensamento” diferentes evocaram o “popular-nacional”, uma que o entendia como tradição que deveria ser conservada e outra que a entendia em uma perspectiva mais politizada de ferramenta para a transformação social (ORTIZ, 2006).

Conforme Renato Ortiz, o “popular-nacional” foi redefinido no país com o fortalecimento da indústria cultural brasileira e o surgimento de um mercado consumidor ampliado de bens simbólicos a partir dos anos 1970 e 1980 dando vazão a uma “cultura popular de massa”. Tomando como referência este período, Ortiz (2006) argumenta que naquela época ocorreu uma progressiva consolidação de uma sociedade moderna no Brasil com o ajustamento do mercado de bens culturais aos padrões internacionais de produção e consumo. Assim, a discussão sobre o “popular-nacional” no país se transforma em uma ideologia justificadora da ação de grupos empresariais no mercado mundial que passaram a exportar um produto cultural nacional como a telenovela brasileira para fora. Renato Ortiz defende então a passagem, devido a este ajustamento e expansão do produto nacional a um mercado mundial integrado, do “popular-nacional” ao “internacional-popular”. O Brasil desde então vende a “cultura do povo” para o exterior, uma cultura que se internacionaliza.

O “Ceará moleque” seria a expressão cultural de um povo, seria uma manifestação do “popular-local”, o qual se constrói na sua relação com o “popular-nacional”, nas vicissitudes de divergências e aproximações entre periferia e centro. Todavia, dentre as tradições de pensamento ilustradas por Ortiz que unificaram o popular e o nacional, o “popular-local” na ideia de “molecagem cearense” é maiormente filiada, ainda hoje, àquela concepção que opta por conservar as coisas do povo, mesmo que também sofra a influência da mercantilização dos bens simbólicos em um país moderno, industrial e urbano e se torne elemento de uma “cultura popular de massa”. Uma opção que valoriza o popular e que tem ligação na história das artes e produção cultural do país com as correntes pré-modernistas e modernistas que enxergaram no “povão”, na população mais empobrecida o cerne ou a essência da nação. A molecagem como “manifestação popular” é também valorizada em dados momentos sociais e históricos, como se verá, por essas influências dos modernismos brasileiros. Aliás, a relação entre o popular e o nacional

no país tem nas “gerações de modernistas que se sucedem desde a década de 1920” – eu digo que bem antes desta década até – uma “referência obrigatória quando o tema é a coordenação entre cultura popular e nação, sempre tendo por sombra o espectro da modernidade” (FARIAS, 2011, p.31).

Uma vez que a “molecagem cearense” se refere ao humor e ao popular alguém poderia rememorar Bakhtin (1999) quando este aborda a “cultura popular cômica” da Europa Medieval e Renascentista, cultura carnavalesca, teatral, promotora de um “riso livre”, oriunda de um “realismo grotesco” no qual as piadas e os risos centravam-se no “baixo corporal”. Uma “cultura cômica popular” geradora de um princípio universal positivo, festivo e utópico, segundo o pensador russo. Como ressalta Reijane Pinheiro da Silva (2011, p. 515), a referência ao “baixo corporal” comum ao “humor popular”, no sentido atribuído por Bakhtin, está “marcadamente desvinculado da moral moderna e do processo civilizador, que submeteu o corpo e seus processos ao controle, à intimidade e ao silêncio”. Segundo Verena Alberti (1999) o erro de Bakhtin foi o de considerar uma ruptura ou descontinuidade inédita na “história do riso” entre a visão renascentista sobre um “riso popular medieval”, para a qual o riso teria “um profundo valor de concepção do mundo”, e a visão clássica que teria domesticado e condenado o riso da “cultura popular”. Na verdade, a domesticação de um “riso popular” não é fenômeno novo na história ocidental. A exclusão do popularesco pelo avançar entrelaçado da *sociogênese* (oriunda das estruturas sociais) e *psicogênese* (oriunda das estruturas mentais) do processo civilizador (ELIAS, 1993; 1994a) europeu remonta na história do Ocidente à humanização do riso pelos filósofos gregos no antigo mundo helênico (MINOIS, 2003).

Porém, entendo que o que deve ser problematizado nesta concepção de um “humor popular moleque” é o raciocínio que o pensa como existindo de modo separado e em oposição a uma “cultura moderna” ou “civilizada”, baseada no “controle das emoções”. Nesta tese compreendo, de outra maneira, que não é simples reiterar a clivagem usual interpretativa entre “cultura popular e cultura erudita”, pois é preciso ressaltar que a “molecagem cearense” está nos fluxos de linguagens, em ideias, em obras e autores que passeiam nos diversos nichos do gradiente entre “popular” e “erudito”, “baixa ou alta cultura” (MICELI e PONTES, 2014). O “humor moleque” pode ter se originado na alta gradação da “cultura dos letrados” no Ceará, por exemplo, porém é desde então um rótulo para identificar tanto as práticas não civilizadas do populacho como as ações curiosas e anedóticas da vida de intelectuais ilustres e

cheios de molecagens – *gente civilizada e moleque*, ao mesmo tempo. Em relação a atual “cultura popular de massa” do mercado ampliado dos bens simbólicos no país a molecagem revestida com a áurea do “popular-local” se torna produto artístico-cultural peculiar e propaganda turística na venda comercial do Ceará como destino de visitação e consumo.

Sendo assim, na execução da pesquisa que resultou nesta tese abracei um conjunto de medidas metodológicas que convergiram adequadamente para a coleta das evidências interpretativas sobre esta “cultura moleque”. Debrucei-me primeiramente sobre as literaturas ficcional, folclórica, histórica e memorialista sobre o Ceará, enfocando evidentemente tudo que dissesse respeito a esta ideia de um “humor cearense”. Abrindo parênteses, é preciso deixar claro que como estudo este assunto desde o final da graduação, entre 2005 e 2006, já cheguei para esta pesquisa com bastante conteúdo bibliográfico sobre uma “história do humor do Ceará”. Inclusive ressalto que esta pesquisa surgiu como um aprofundamento das questões suscitadas no segundo capítulo da minha dissertação de mestrado que fora intitulado “Que História é essa de Ceará moleque?”¹. Fechando parênteses, também lancei mão de pesquisa em periódicos e jornais, a maioria locais, e tive acesso a dois compêndios publicados pelo Museu do Ceará que reuniram notícias datadas da fundação do museu na década de 1930 até o ano de 2007. Realizei pesquisa também no Acervo de Obras Raras da Biblioteca Municipal de Fortaleza, Governador Menezes Pimentel, para a leitura de dois exemplares, apenas lá encontrados, de livros que versaram sobre este “humor cearense”, um dos finais do século XIX e outro dos anos 1930.

Na continuidade da pesquisa lancei mão do procedimento metodológico do estudo de trajetória com alguns humoristas que se apresentam nas noites de Fortaleza. Com tal tipo de método de pesquisa busquei reconstituir o percurso biográfico, profissional e artístico de meu público alvo ou objeto de estudo, mapeando as relações dos humoristas dentro do espaço social particular em que atuam, construindo ao longo de determinado período uma espécie de “campo humorístico” em relação, como se verá, à esfera das artes cênicas que o engloba e o submete a uma dominação simbólica. Pierre Bourdieu (1998b) define o procedimento metodológico do “estudo de trajetória” diferenciando-o “das biografias comuns”, pois

¹ Para leitura e comparação, a minha dissertação em versão digital se encontra no sítio de Teses e Dissertações do *site* da Biblioteca da UFC e para achá-la e baixá-la basta inserir parte do meu nome na ferramenta de busca. Segue o link: <<http://www.teses.ufc.br/>>.

a *trajetória* descreve a série de posições sucessivamente ocupadas pelo mesmo agente social em estados sucessivos da estrutura da distribuição dos diferentes tipos de capital que estão em jogo no campo. A tentativa foi a de traçar alguns determinismos sociais que foram exercidos através do *habitus* do artista, adquirido na família, na escola e na carreira artística, para ficar nesses exemplos, e sublinhar as demandas e constrangimentos sociais que estão inscritos na posição ocupada por cada humorista no campo de criação artístico-cultural de que fazem parte.

Destarte, realizei entrevistas abertas direcionadas por curtos roteiros de perguntas com oito humoristas locais: Valéria Vitoriano, Bené Barbosa, Tarcísio Matos, Jáder Soares, Lailton Rocha Melo, Rafael Carvalho Leite, Luis Carlos de Freitas e Victor Allen. Todavia, não lancei mão das falas desses dois últimos humoristas citados, integrantes do segmento mais nacional do que regionalizado do “stand up comedy”, devido à abordagem sobre um “humor mais local” que esta tese enfoca, um humor próprio dos “humoristas do Ceará”, como demonstrarei adiante. Como complemento desse percurso metodológico fiz bom uso de outras fontes secundárias, como textos jornalísticos impressos e em *blogs* e *sites* de jornais de grande circulação; vídeos assistidos pela internet com entrevistas com os humoristas; programas televisivos e a dados dos *sites* oficiais de órgãos governamentais. Tais fontes secundárias se tornaram importantes a fim de ter mais conhecimento sobre a trajetória dos humoristas entrevistados como também de outros humoristas que não entrevistei diretamente. Por exemplo, obtive valiosas informações sobre a vida e carreira artística do humorista Paulo Diógenes através de entrevistas em revistas acadêmicas da área de Comunicação Social da UFC e da UNIFOR, em jornais impressos e mídias digitais, no caso específico, coletei falas desse humorista na internet em versões eletrônicas de jornais e vídeos postados no site de compartilhamento *Youtube*, além de um DVD que versa sobre a história da carreira desse artista com depoimentos dele próprio e de parceiros de profissão.

Este caminho metodológico traçado pela investigação tenta concatenar as várias dimensões que tomou esta “cultura moleque cearense” em um longo período histórico, a qual remonta, até onde tenho conhecimento, na literatura local dos finais do século XIX, é exaltada com os memorialistas a partir dos anos 1930 e se atualiza com os humoristas da geração dos bares, numa cobertura que vai dos finais dos anos 1980 até os dias atuais. No primeiro capítulo, intitulado “*Das origens e significados da molecagem*” trabalho no sentido de compreender as variadas interpretações no

tempo histórico da ideia de “humor cearense” e tomo como ponto de partida a primeira aparição registrada em material impresso da expressão “Ceará moleque”, precisamente no ano de 1889, e como ponto de chegada enfoco em uma “molecagem contemporânea” socialmente difusa, mas apropriada pelos segmentos de produção artístico-humorísticos locais os mais diversos nos dias de hoje. A intenção é de explicar como narrativas circunstanciadas social e historicamente fundamentaram (e ainda o fazem) essa interpretação sobre *o que faz ser cearense*.

Já no segundo capítulo, “*A geração moleque dos bares: os humoristas do Ceará*”, enfoco naqueles que denomino, de modo generalizado, de “humoristas do Ceará”, investigando suas origens, a inclusão excludente destes na esfera das artes cênicas no estado e a sua imediata associação, desde o surgimento desse grupo de artistas, com a ideia de “molecagem”. Ideia apropriada pelos próprios humoristas que passaram a se ver como representantes legítimos da “cultura cearense”. Demonstro também como esse grupo de artistas, a maioria amadores, os quais iniciaram o movimento de *shows* de humor nos bares de Fortaleza nos finais dos anos 1980 contribuíram decisivamente para a construção da imagem nacional do Ceará como “terra do humor” nos últimos 25 anos, muito mais do que os consagrados Chico Anysio e Renato Aragão, cearenses de berço, mas “humoristas nacionais”. Foi muito devido à inserção desses humoristas dos bares na televisão de audiência nacional nos anos 1990 que esta imagem se fixou no imaginário e memória coletivos do país. Chico e Renato por terem figurado entre os precursores do humor como “gênero televisivo” no Brasil serviram para fortalecer esta imagem do “Ceará, celeiro de humoristas” construída maiormente pela geração do humor de bar de Fortaleza.

E, por fim, no terceiro capítulo, realço a estreita ligação entre o crescimento dos *shows* de humor de Fortaleza e o mecanismo institucional do entretenimento-turismo local; e a recente conformação e relativa autonomização de um “campo humorístico” em relação à esfera artístico-profissional das artes teatrais. Conformação que pode ser identificada, por exemplo, com as reivindicações perante os governos locais por editais de financiamento público exclusivos para o humor como linguagem artística a ser contemplada pelas políticas de incentivo à cultura e às artes. Reivindicações que denunciavam como o “pessoal do teatro”, os quais compõem as bancas de seleção de projetos contemplados com verbas pelos órgãos governamentais às artes cênicas, excluía os humoristas. Todavia, por mais que os humoristas lutem no campo político por um lugar ao sol contra a “classe teatral”, hoje

com o crescimento no número de humoristas alguns deles, em especial os mais antigos, voltam-se para os critérios artísticos teatrais sobre a produção e condução de espetáculos.

A compreensão dessa “cultura moleque cearense”, no que há de circunstância social e histórica, partindo da literatura local dos finais do século XIX e indo até as apropriações dessa cultura na reorientação de práticas lúdico-artísticas como as dos “humoristas do Ceará”, está desenhada nesta tese. Porém, esta ideia de um “humor moleque cearense” que destacaria os habitantes locais está hoje difundido no meio social mais amplo e não se restringe a uma esfera de produção artístico-cultural. Trata-se da força do simbólico como um processo social e psíquico entrelaçados influenciando mudanças mesmo nas estruturas comportamentais de muitos cearenses que se pensam e se fazem “moleques”.

Capítulo I - Das origens e significados da molecagem

De modo geral, a expressão “Ceará moleque” pode ser entendida como um *estereótipo cultural* (LUSTOSA, 2011) ou como mais uma interpretação, entre outras, que indica *o que faz ser cearense*. Uma interpretação de identidade local que é evocada em variados significados ao longo de um tempo de mais de cem anos. Identidade cearense assim definida pelo humor, um humor peculiar. Outras interpretações de identidade pelo país, similarmente, também se definem pelo anedótico e irreverente como o “carioca malandro”, o “mineiro come quieto” e o “baiano preguiçoso” que são maiormente conhecidas pelo país. Mas para alguns que nasceram e viveram por essas “terras alencarinhas”, o “humor moleque” possuiria peculiaridades tão manifestas ao ponto de fazerem com que os cearenses se sintam destacados diferentemente de outras identidades locais. Trata-se, assim, de um adjetivo ou epíteto, “moleque”, que colado ao substantivo Ceará tem servido desde até onde pude conferir, os fins do século XIX, para rotular o “povo cearense” e suas práticas sociais humorísticas ou que *fazem rir*.

Rui Zink (2011), quando trabalha a “bondade dos estereótipos”, aponta que só é possível falar de um humor local, regional ou mesmo nacional se for por estereotípias. Um estereótipo cultural indica algo, não se trata apenas de uma “falsa imagem”, de distorção da realidade ou de ideologia somente. Falar de um “humor moleque cearense” é falar de um dado simbólico. A questão não é se é “falso” ou “verdadeiro”, se existe ou não tal “molecagem”, antes trata-se de uma representação de identidade local ou regional, mais especificamente, de uma representação humorística, a qual juntamente com outras representações deste tipo ao redor do país (*o mineiro “come quieto”, o baiano preguiçoso, o carioca malandro*), como pode ressaltar Elias Thomé Saliba (2002), “participaram ativamente desse processo de invenção da imaginação nacional” na construção de tipos, visuais ou verbais.

Destarte, a referida expressão rotula um tipo de humor que seria “próprio do povo cearense”, um tipo de humor que pode ser qualificado, na maioria das vezes, como escrachado e bufão. Um humor, como mencionado, tão marcante que fundamentaria, ou melhor, marcaria a diferença do “povo cearense” perante qualquer outra “identidade social”. No estado o epíteto tem sido usado ao longo da história em narrativas literárias e de memórias que ajudaram a construir um dado discurso de identidade local. Lembrando Ruben George Oliven (1992, p. 126), “a eficácia de um

discurso está relacionada com sua verossimilhança e com a capacidade de repercutir no imaginário dos atores sociais”. E esse dado discurso de identidade local é apropriado de diversas formas atualmente por diferentes grupos e agentes sociais que tanto o pensam como verosímil à realidade circundante como querem promover ou defender uma *cearensidade* ligada a esse “humor moleque”.

Para Ruben G. Oliven (1992, p. 135), “com a velocidade da disseminação das mensagens estão se criando estilos de vida *mundializados*”, e “todo esse processo de mundialização da cultura, que dá a impressão de que vivemos numa aldeia global, acaba repondo a questão da tradição, da nação e da região”. O autor completa apontando que “a medida em que o mundo se torna mais complexo e se internacionaliza, a questão das diferenças se recoloca e há um intenso processo de construção de identidades” (OLIVEN, 1992, p. 135). Renato Ortiz (2000) sugere, por sua vez, que o movimento de diferenciação ao redor do mundo não é antagônico ao da globalização: “Padronização e diferença são faces de um mesmo fenômeno. [...]. O local não está necessariamente em contradição com o global, pelo contrário, encontram-se interligados” (ORTIZ, 2000, p. 181). A fim de se encontrarem e se reconhecerem no universo da “modernidade-mundo” é preciso que os seres humanos forjem suas diferenças e referências culturais próprias. Na conceituação de Ortiz (2000) *modernidade* significa descentramento, individuação, diferenciação, e *mundo* aponta para o extravasamento das fronteiras. Então, neste cenário de globalizações ou mundializações de culturas diferentes, por um lado, a valorização de identidades locais ou regionais é um reforço de fronteiras, uma necessidade “de marcos de referência que estejam mais próximos de nós” (OLIVEN, 1992, p. 136), por outro lado, tais identidades são as referências para que essas diferenças se *mundializem* (ORTIZ, 2000).

O “humor moleque” como atributo de uma identidade cearense hoje se manifestaria nos seguintes grupos e instâncias sociais: com os humoristas que apresentam seus espetáculos em bares e restaurantes todas as noites do ano em Fortaleza; com companhias de teatro, músicos e programas humorísticos nos meios de comunicação locais de rádio e televisão; com o perfil *Suricate Seboso* (*fan page*) da “rede social” *Facebook* criada por jovens moradores da periferia de Fortaleza; com o *Seu Lunga*, personagem real e fictício ao mesmo tempo, recentemente falecido, que residia no sul do Ceará, na região do Cariri – fictício, pois fora criado nos populares cordéis como o “homem mais bruto do mundo” supostamente por suas respostas

ríspidas a perguntas imbecis; com o empalhado bode loiô, peça do Museu do Estado do Ceará, animal que habitou Fortaleza entre 1915 e 1931 e que ao falecer teve necrológico publicado em jornal da época; com uma grife de camisas com estampas “invocadas”, a *Nordwest*, criação de um empreendedor local que investiu nesse “humor típico do Ceará”. Enfim, é uma lista que suspeito pode se estender mais ainda. É seguro afirmar que o discurso sobre o “Ceará moleque”, desde os fins do século XIX até hoje, neste exato momento que se lê estas linhas, é simbolicamente interpretado e coletivamente compartilhado para além desses grupos e instâncias sociais. Noutros termos, quer se dizer, a “molecagem cearense” é simbolizada no meio social mais amplo, está na fala e nas práticas cotidianas de maneira difusa. Contudo, apenas a partir desses lugares de produção cultural é que é sociologicamente viável enxergá-la.

Finalmente, o epíteto “moleque” com o significado de trocista e brincalhão e como atributo do “povo cearense” é hoje uma ideia mais ou menos difundida socialmente pelo país também por conta da fama que os humoristas locais obtiveram em âmbito nacional através dos meios de comunicação, principalmente pela TV, nas últimas décadas. Neste capítulo procuro responder as seguintes perguntas: de onde veio essa ideia? Como e quando ela surgiu? Quais outros significados a expressão “Ceará moleque” carrega, além de “engraçado” e “galhofeiro”? Até onde pude descobrir, essa noção ou ideia lança suas raízes em uma produção literária local dos finais do século XIX e é retomada de modo intermitente desde então em outras narrativas, âmbitos e circunstâncias nas quais se evoca essa “característica cearense”.

Nesta tese, especificamente, neste primeiro capítulo, pretendo investigar a relação entre a expressão “Ceará moleque”, com um possível surgimento histórico datado dos idos finais do século XIX, e as variadas concepções sobre um “humor cearense”. Humor de um povo que seria engraçado e galhofeiro de berço, ideia que tem sido propagada muito hoje nas mais variadas instâncias da produção e do consumo artístico-cultural e que também tem participado na construção de imagens para a promoção turística do estado. É importante ressaltar, todavia, que os significados que a expressão carregava quando aparece nos meios impressos dos fins do século XIX não indicavam nenhuma positividade, não simbolizavam um emblema ao qual se ostentasse com certo orgulho como por vezes se evoca hoje. O

“moleque cearense” na literatura dos finais do século XIX, por exemplo, foi sinal de atraso provinciano e canalhismo.

Antes de prosseguir, é preciso reforçar aqui o alerta, como o fizera na introdução desta tese, que o trabalho feito neste capítulo retoma algumas questões que eu procurei responder no segundo capítulo da minha dissertação de mestrado intitulado “Que história é essa de ‘Ceará moleque’? – pensando uma interpretação sobre o que faz ser cearense”. Alerto que as considerações sobre as raízes da palavra “moleque” são sim semelhantes às que já fiz antes, mas as retomo aqui de modo sucinto, e algumas das citações sobre às possíveis primeiras aparições da expressão “Ceará moleque” são inevitavelmente as mesmas. Contudo, não apenas retomo questões e realizo agora uma releitura, mas aprofundo aqueles questionamentos e, no meu entender, empreendo aqui uma melhor e mais refinada compreensão sobre as circunstâncias históricas e sociais dessa representação coletiva de uma “identidade cearense”.

1.1 - O Ceará Mu’ Ieke: imaturos e canalhas

A palavra “moleque” vem do *quimbundo*, idioma africano banto, *mu’ Ieke* que significa, segundo o *Novo Dicionário Banto do Brasil* de Nei Lopes (2003): “negrinho”, “menino de pouca idade”, “indivíduo irresponsável”, “engraçado, pilhérico, trocista”. Acepções similares se encontram no *Vocabulário Popular Cearense* de Raimundo Girão (2000a, p.268) que além de “canalha, sem-vergonha, patife”, indica as acepções “preto ou quase preto” e afirma na definição do verbete: “Molecagem ou molequice é incorreção de atitude, de procedimento e, também, sem-vergonhice. Molecada ou molecório – a ralé, gentinha [...]”. O detalhe desta definição de Raimundo Girão é que entre os sentidos demonstrados da palavra “moleque”, um identifica a palavra à cor da pele, *preto ou quase preto* ou não-branco, e o outro revela o lugar social dos “moleques”, eles fazem parte da “ralé”, da “gentinha” pobre, não branca e sem educação, poderia se completar.

O “moleque”, assim, nas origens sociais do termo, para além de sua acepção corriqueira de “menino pequeno” para a língua portuguesa, é antes um “negrinho”, uma criança não-branca. E canalhice assim se torna, em uma sociedade fundada na escravidão negra, coisa de um “negrinho”, antes de ser, por exemplo, coisa própria dos meninos pequenos com suas “estripulias” e “danações”.

“Molecagem” era o nome que se dava às assuadas de um “indivíduo sem gravidade” e “sem-vergonha”, um indivíduo cujo comportamento não era condizente com os comportamentos moralmente “superiores” e aceitos pelos grupos sociais que historicamente, desde o século XIX, procuravam a instalação de uma “sociabilidade burguesa” adequada ao lento, mas contínuo, processo de urbanização das capitais brasileiras. Dentre os princípios fundamentais que regeram as transformações urbanas na cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, Nicolau Sevcenko (2003, p.43) elenca a condenação dos hábitos e costumes ligados pela memória à sociedade tradicional e a negação de todo e qualquer elemento de “cultura popular que pudesse macular a imagem civilizada da sociedade dominante”. É possível afirmar que os moleques (os não-brancos) e os malandros, os vadios de rua e todos os elementos daquela “cultura popular” de então, destoavam na *Belle Époque* brasileira da “definitiva implantação do progresso e da civilização”.

Detalhe curioso é que segundo um tradicional discurso intelectual e historiográfico o estado do Ceará não teria tido muita influência negra na constituição étnica e cultural da sua população (MARQUES, 2013), devido à baixa existência de escravos negros. Todavia, como se pode notar, o adjetivo “moleque” para o Ceará, revela, assim, uma contribuição do passado negro e escravocrata brasileiro a uma “cultura cearense”. Depois de uma possível primeira aparição em meio impresso, a expressão “Ceará moleque” vai adquirir diversos significados de acordo com as circunstâncias sociais e históricas em que é evocada. E se quando desse surgimento a expressão conotava uma interpretação negativa de “identidade cearense” devido, entre outras razões, pelos significados pejorativos do adjetivo moleque, por volta dos anos 1930, tal *identidade moleque* passa a ser positivamente valorizada, e isto, entre outras razões, por leituras modernistas que davam aos aspectos populares da formação nacional o cerne da “cultura brasileira”. Ao longo do tempo, as cambiantes descrições de literatos, jornalistas e cronistas sobre uma irreverência, gaiatice ou molecagem supostamente próprias do “povo do Ceará” ora carregavam uma concepção negativa, ora uma concepção elogiosa ou positiva para esta *representação humorística* (SALIBA, 2002) que evoca um “jeito de rir e de fazer rir” (de si e dos outros) que caracterizaria os habitantes desse estado do Nordeste brasileiro.

Até onde descobri nas minhas investigações foi com Manuel de Oliveira Paiva (1861-1892) e seu romance *A Afilhada* de 1889 que aparece pela primeira vez, em meio impresso, a expressão “Ceará moleque”. *A Afilhada* de Oliveira Paiva foi

publicada nos primeiros meses do referido ano no jornal *O Libertador* de Fortaleza em formato de folhetim (no rodapé da página), a partir exatamente do número 32, de 6 de fevereiro. Oliveira Paiva morreu jovem sem ter publicado em vida sua produção literária em livros. Sobre a dita expressão, ela aparece no seguinte contexto: Vicente, um jovem educado na sede do Império, escutava sua tia, Dona Fabiana, falar sobre tal Visconde de São Galo. Segundo aquela senhora, este era um importante membro da “nobreza da Província”, um “nobre titular da cidade” com o qual Dona Fabiana aspirava casar sua filha, Maria das Dores. Assim, a Sra. Fabiana Góis rasgava elogios para o nobiliárquico e possível futuro genro:

*No meio da conversa, como era hábito seu adquirido, trazia sempre o Visconde de São Galo. Conhecia-o? O chefe da nobreza da província. Não? Digno dos nossos antepassados! O desembargador ou concordava, ou não tugia. Mas o engenheiro é que ficou embatucado. Senhor, que nobreza era aquela no **Ceará moleque?! Enfim, como não conhecia aquilo bem...** (PAIVA, 1993, p. 188, grifos meus).*

O Ceará era moleque para Manuel de Oliveira Paiva pois era uma Província na sua tenra idade, não tinha se desenvolvido ou amadurecido ainda para poder possuir “gente nobre”. O autor denunciava aqui o “atraso” da Província do Ceará em relação às cidades “verdadeiramente” maduras e desenvolvidas, as quais poderiam possuir nobres e aristocratas entre sua população. Lembrando Nicolau Sevckenko (2003), a luta contra a “preguiça”, a “caturrice” e o “atraso” brasileiros foi a luta contra as “trevas e a ignorância” travadas com a “implantação do progresso e da civilização” nos processos de transformações urbanas pelas quais as capitais do país foram submetidas na época. Fortaleza, ambiente do romance, com as poucas mudanças urbanas pelas quais passava à época da publicação, ainda estava longe de ser considerada uma cidade “moderna e civilizada”. Manuel de Oliveira Paiva aponta isso no início do romance: “A Fortaleza não tinha aristocracia, nem classes, e não sei se hoje tem; por modos que a florescente cidade poderia comparar-se a um organismo em formação, a uma semente fermentando, onde só o olho do sábio divisa o que terá de ser caule, folha, raiz” (PAIVA, 1993, p. 163). O “Ceará moleque” ali, enfim, não era um rótulo que evocasse uma distinção positiva para os cearenses. O tom de humor da cena descrita, portanto, evoca o deboche com o qual o escritor encarava a “atrasada” cidade cheia de pretensões aristocráticas.

Três anos após a primeira aparição impressa da expressão “Ceará moleque”, ela ressurgiu no romance *A Normalista* de Adolfo Caminha (1867-1897), publicado em livro na cidade do Rio de Janeiro no ano de 1893. Adolfo Caminha, nascido em Aracati-CE, viveu em Fortaleza e ao final do ano de 1892 mudou-se para a capital fluminense. Quando do falecimento de Oliveira Paiva, Adolfo Caminha assina um texto em uma antologia publicada em homenagem ao falecido pelo jornal *O Operário* de 9 de outubro de 1892. O tom do texto é não apenas de despedida, mas de elogio ao colega de letras no qual afirma “Fui vê-lo na antevéspera de sua morte [...] o Oliveira Paiva d’*A Afilhada*, o analista vigoroso da vida cearense...” (apud AZEVEDO, 1999). Caminha provavelmente leu a obra de Paiva. Sugiro aqui que talvez a expressão em foco fora tomada de empréstimo por Caminha do romance de Paiva, porém, também talvez, “Ceará moleque” podia ser então uma expressão conhecida nas conversas informais dos literatos e intelectuais de Fortaleza daquela época.

Em *A Normalista* de Caminha a cidade de Fortaleza é exposta impiedosamente nas suas “mazelas morais” e a expressão “Ceará moleque” aparece como peja para identificar a canalha que a habitava. Adolfo Caminha quando em Fortaleza, servindo a Marinha, apaixonou-se por uma mulher casada com um oficial da corporação, esta, no mesmo sentido, correspondeu a paixão do escritor. O resultado, diz Sânzio de Azevedo (apud CAMINHA, 1997), é que sua amada deixa o marido e vai viver com Caminha o que resulta em um escândalo na pequena Fortaleza de então. A pressão sofrida por Caminha faz com que ele peça baixa da Marinha. Segundo Sânzio de Azevedo (apud CAMINHA, 1997, p. 4) “não são poucos os críticos que veem no enredo d’*A Normalista* um revide contra a sociedade que, no pensamento do escritor, não tinha autoridade para julgá-lo”.

A referida expressão “Ceará moleque” aparece no enredo quando a estudante da Escola Normal, Maria do Carmo, reclama à sua amiga Lídia do pasquim *A Matraca* – de acordo com o narrador, “um jornaleco imundo que falava da vida alheia” – o qual escrevera versos de “pé de viola” sobre um suposto namoro da *Normalista* com o Zuza, este último, estudante de Direito em férias por Fortaleza:

– Estás vendo, menina? Lê isto aqui. E apontou com o dedo.
Eram uns versos de pé de viola que contavam o recente namoro do Zuza:

“A normalista do Trilho,
ex-irmã de caridade,

está caída pelo filho
dum titular da cidade

O rapazola é elegante
e usa flor na botoeira:
D. Juan feito estudante
A namorar uma **freira**...

Eis porque, caros leitores,
eu digo como o Bahia:
– Falem baixo, minhas flores,
Senão... a chibata chia!”

Lídia achou graça na versalhada. Ela também já saíra na **Matraca**.
– Um desaforo, não achas? Perguntou a normalista indignada.
– Que se há de fazer, minha filha? Ninguém está livre destas coisas no **Ceará Moleque**. Não se pode conversar com um rapaz, porque não faltam alcoviteiros (CAMINHA, 1997, p. 37, grifo do autor).

A *Matraca* não livrava ninguém “destas coisas no Ceará moleque”. “Coisas” com sinônimo aqui tanto de fofocas e maledicências como também de deboche. O dito pasquim era alcoviteiro e debochador dos escândalos domésticos e fatos particulares, era bisbilhoteiro e insultuoso. A *Matraca* representava ali a canalhice dos *moleques cearenses*. O “Ceará moleque”, assim, evocava para Adolfo Caminha o canalhismo daquela provinciana sociedade fortalezense retratada no romance. Em outra passagem da obra, quando um personagem tenta acalmar o pretende a namorado de Maria do Carmo, o Zuza, o autor aponta como cada cidadão naquela Fortaleza ambientada no romance era uma *Matraca*: “Mas no Ceará não se faz reparo nessas coisas, meu Zuza. O insulto nesta terra é um divertimento como qualquer outro, [...]. Cada cidadão aqui é uma verdadeira **Matraca**. Não te importes, não dê cuidados...” (CAMINHA, 1997, p. 73, grifo do autor). O insulto do pasquim feito ao namorico de Maria do Carmo e Zuza é algo moralmente inaceitável para as regras do bom convívio e da civilidade. Esses versinhos da *Matraca* na obra de Adolfo Caminha revelavam que o “Ceará moleque” era a canalha que se ocupava e debochava da vida alheia. *Ser moleque* para este romancista significava debochar da vida dos outros. Coisa de gente que não é “séria”, de outro modo.

No geral, críticos literários (BOSI, 2013; AZEVEDO, 1999) classificam Oliveira Paiva e Adolfo Caminha como realistas-naturalistas, seguidores de estilos literários que se caracterizaram por descrições de enredos e personagens submetidos às “leis naturais” que governam o ser humano e a realidade em que estavam inseridos. O Realismo buscava retratar objetivamente a realidade nas obras ficcionais e o Naturalismo era influenciado pelas ideias científicas prevaletentes no Brasil de então

como as que defendiam o meio e a raça como formadoras do “caráter nacional” (SCHWARCZ, 1993). Os naturalistas, principalmente, faziam largo uso e divulgação através de suas obras ficcionais dos modelos científicos deterministas, sublinha Lilia Moritz Schwarcz (1993), e esta autora ainda acentua que essas teorias científicas chegaram no país pela literatura no século XIX e não por uma prática e produção de pesquisas. Schwarcz (1993, p. 43) aponta como nos romances naturalistas as personagens eram condicionadas pelas máximas deterministas: “...os enredos terão seu conteúdo determinados pelos princípios de Darwin e Spencer, ou pelas conclusões pessimistas das teorias científicas raciais da época”. No Brasil, os escritores seguidores desses estilos literários trouxeram para o centro dos enredos o pobre, o negro, o escravo e o homossexual (BEZERRA, 2009), todos manietados pelas condições do meio-ambiente em que viviam e pelas naturezas genética e psicológica que os constituía.

Além da possibilidade coincidente de terem estreado a expressão “Ceará moleque” em meio escrito, há outros aspectos em comum na vida de ambos escritores, Paiva e Caminha. Os dois foram alunos da Escola Militar no Rio de Janeiro, os dois estiveram na capital fluminense por um período de suas vidas a fim de se formarem. Paiva fora da escola de engenharia e Caminha dos oficiais. Paiva teve que interromper os estudos por conta da tísica que contraiu e voltou para a terra natal. Caminha antes de se formar realizou uma viagem como aprendiz marinheiro e passou pelas costas das Américas Central e do Norte, o que lhe rendeu a obra *No País dos Ianques* de 1894. Cláudia Albuquerque (2000, p. 40) sublinha que durante todo o século XIX os intelectuais tentaram entender a formação do povo brasileiro e os mecanismos da índole mestiça, o que não foi diferente na Escola Militar onde alunos e professores costumavam debater acerca das relações entre cultura, civilização, arte e progresso a luz do “racismo científico” que à época influenciava os debates intelectuais. Os conceitos de raça, biologia, meio, clima eram usados pela “elite intelectual” para explicar as causas do progresso dos “países civilizados” e, conseqüentemente, explicar o atraso de países tropicais e de “raça mestiça” como o Brasil (SCHWARCZ, 1993). “Fazia-se uma grande salada de conceitos e preconceitos, em busca desse animal arisco, a identidade nacional” (ALBUQUERQUE, 2000, p. 40).

A Afilhada e *A Normalista* foram obras de cunho realista-naturalista que tiveram como influência as teorias científicas de seu tempo. O Realismo, afirma Bosi

(2013, p. 178), se tingiu de *naturalismo*, no romance e no conto, sempre que personagens e enredos se submetessem ao destino cego das “leis naturais” que a ciência da época julgava ter codificado. As ciências naturais então em voga imputavam aos elementos negros e indígenas na formação mestiça brasileira a razão pelo atraso do país em relação a um mundo moderno e civilizado. Não penso como coincidência que essa leitura explicativa sobre o atraso nacional corresponda com os significados que a expressão “Ceará moleque” carrega nas obras de Paiva e Caminha, respectivamente, de “imaturidade cearense” e de “canalhismo provinciano”.

É plausível pensar que o “Ceará moleque” em Paiva e Caminha não foi uma expressão que interpretou apenas os habitantes do Ceará, servia também para interpretar os “brasileiros”. Ambos os significados, imaturidade e canalhismo, eram também as características da “raça mestiça”, que englobava seja “cearenses”, seja “brasileiros”, de todo jeito, uma “raça humana inferior”, como alguns naquele período acreditavam. O mestiço, que carregava os estigmas das “raças inferiores”, era uma “realidade inferiorizada” da população do país (ORTIZ, 2012). O certo é que o “Ceará moleque” do modo como surge nessas obras remete-se aos aspectos negativos de um “caráter cearense”, negatividade com a qual era vista da mesma forma a “identidade nacional”.

1.2 - Padeiros do espírito e de molecagens

De modo geral, o “homem de letra” é um indivíduo cuja identidade e vida social dependem de sociedades e agremiações literárias (LEÃO, 2012). No Brasil do século XIX tais indivíduos faziam parte de uma “elite europeizada” portadora e divulgadora de um novo ideário que tomava conta da inteligência nacional, eram quase todos abolicionistas, liberais, democratas e republicanos (SEVCENKO, 2003; BOSI, 2013). O país no decorrer do século XIX fora introduzido no lento mas gradual processo de urbanização pautado pelo modelo europeu de civilização. Entendendo também de modo específico civilização como o processo de mudanças de longa duração nas estruturas de personalidade, no que diz respeito ao controle das emoções e autocontrole individual, a que estão conjuntamente ligadas às mudanças nas estruturas sociais (ELIAS, 1993/1994a). Aqueles “homens de letras” no Brasil do século XIX estavam, assim, integrados a esse processo civilizador ocidental que se expandia por todos os cantos do planeta com o avançar do mundo moderno, industrial

e urbano. E dentre as atitudes supostamente esperadas de intelectuais e pessoas educadas naqueles tempos era a de reverência a cultura e civilização europeias.

Manuel de Oliveira Paiva e Adolfo Caminha como “homens de letras” de seu tempo fizeram parte de uma “cultura letrada” em Fortaleza que se configura propriamente por volta dos anos 1870, logo após a capital provinciana se consolidar como núcleo econômico e político-administrativo do Ceará (LEMENHE, 1991). O crescimento da cidade impôs a criação de cursos secundaristas para a formação escolar dos filhos dos grupos sociais mais abastados, como é o caso do Liceu do Ceará, criado no ano de 1845, e o Atheneu Cearense, de 1863. Obediência, disciplina, organização hierárquica da sociedade e práticas culturais europeizadas eram, segundo Almir Leal de Oliveira (2002), os elementos básicos de “laços de classe” reforçados nessas escolas de formação secundarista daquela Fortaleza de então. Os literatos e intelectuais locais vieram na sua maioria dessas escolas citadas e formaram essa “cultura letrada” que se expressava através da publicação de revistas, livros, jornais, da realização de saraus, salões literários e da formação de grupos com interesses nas letras, na filosofia e na política (CARDOSO, 2002; OLIVEIRA Almir, 2002). Uma parte desses grupos se autoproclamavam como grêmios literários e naquela Fortaleza de antanho podem ser entendidos como uma espécie de intervenção intelectual e artística na realidade social de seu tempo.

Leonardo Mota (1891-1948), jornalista, escritor e folclorista cearense, no seu livro *A Padaria Espiritual*, publicado no ano de 1939, elenca 36 grêmios, clubes, sociedades e gabinetes de leituras criados entre 1870 e 1910 em todo o Ceará, sendo 20 destes apenas em Fortaleza (MOTA, 1994). E Alfredo Bosi (2013, p. 206-207) aponta sobre as últimas três décadas do século XIX que Fortaleza conheceu ali uma vida literária ativa: “Data de 1872 a fundação de uma *Academia Francesa* e entre esta e o grupo militante da *Padaria Espiritual*, reunido em 1892, formaram-se vários grêmios políticos e literários, onde se colocava a moda naturalista com as lutas ideológicas do tempo”. Acerca da *Academia Francesa*, esta teve entre seus integrantes Capistrano de Abreu (1853-1927), posteriormente historiador e professor no colégio D. Pedro II da cidade do Rio de Janeiro; Tristão de Alencar Araripe Jr. (1848-1911), crítico literário que viveu maior parte de sua vida na também capital fluminense; Domingos Olímpio (1851-1906), autor de *Luzia-Homem* de 1903, considerado por críticos literários uma importante obra do romance regionalista; e Raimundo da Rocha Lima um dos idealizadores e fundadores do grêmio.

Os intelectuais da *Academia Francesa* eram adeptos da corrente positivista de Auguste Comte, daí o nome, e defendiam os princípios do trabalho disciplinado, do ajustamento social à ordem industrial-civilizatória e do conhecimento científico, princípios tomados por eles como forças transformadoras e necessárias para a realidade brasileira que ainda se encontrava distante dos foros da “gente civilizada” da Europa (CARDOSO, 2002). A agremiação se reunia periodicamente na casa de Rocha Lima realizando principalmente leituras e debates sobre a filosofia positivista de Auguste Comte. Eles também promoveram conferências públicas noturnas para o “proletariado” de Fortaleza, experiência chamada de “Escola Popular” numa clara ação educativa (OLIVEIRA Almir, 2002).

Ainda sobre essas agremiações políticas e literárias de Fortaleza daquele período, Alfredo Bosi (2013) cita também, em nota de rodapé, a *Sociedade Libertadora Cearense* e o *Club Literário*. Este último criado no ano de 1886 e composto por 36 homens e duas mulheres, presenças que merecem destaque considerando a época. Dentre os integrantes do *Club* houve figuras celebradas posteriormente na história da literatura do Ceará como Antônio Sales, Juvenal Galeno, Rodolfo Teófilo e Manuel de Oliveira Paiva (OLIVEIRA Claudia, 2002). O veículo divulgador do *Club Literário* foi o jornal *A Quinzena* que teve 30 números e durou de 1887 a 1888. Pensando nessa produção de associações literárias e nos seus órgãos de divulgação naquelas circunstâncias sócio históricas de imenso analfabetismo no Brasil de então, é possível afirmar que em todo o país, à época, era forte a crença na “missão social” das letras (SEVCENKO, 2003) por parte dos intelectuais e literatos. Por exemplo, Manuel de Oliveira Paiva escreveu em *A Quinzena*, no ano de 1887, que as “Letras” são “a melhor síntese da civilização” – a noção geral era a de que eles podiam contribuir para tirar o Ceará do “marasmo” cultural no qual se encontrava.

Entretanto, a agremiação particularmente importante para a proposta deste capítulo de análise sócio histórica da “cultura moleque cearense” foi a *Padaria Espiritual*, fundada em maio de 1892 na cidade de Fortaleza. Um grêmio de Artes e Letras, como definido por seus fundadores, que procurou chocar com irreverência o meio social da época. Antônio Sales (1868-1940), autor do romance realista-naturalista *Aves de Arribação*² e ex-integrante do referido *Club Literário*, foi um dos principais idealizadores e fundadores deste grupo de homens de letras que teve

² O referido romance de Antônio Sales foi publicado primeiro em formato de folhetim no jornal carioca *Correio da Manhã* em 1903 e depois em livro no ano de 1913.

dentre outros: Jovino Guedes, Lívio Barreto, Lopes Filho e Adolfo Caminha. A *Padaria*, aliás, foi e é ainda hoje associada ao “espírito irreverente próprio dos cearenses” ou como mais uma expressão do “Ceará moleque”, porém, ressalte-se, tal associação é posterior à época da *Padaria*. Surgida no último decênio do século XIX, já sob a instalação do governo republicano no país, essa agremiação destoava de todas as outras que já tinham sido organizadas no Ceará. Formada na sua maioria por rapazes de origens sociais modestas e humildes e sem vinculação com as facções político-oligárquicas locais da então sociedade cearense. Segundo Antônio Sales, a proposta era de “uma cousa nova, original e mesmo um tanto escandalosa, que sacudisse o nosso meio e tivesse repercussão lá fora” (apud MOTA, 1994).

As marcas da *Padaria* nos seus anos iniciais foram, principalmente, a irreverência e a crítica social. Com um Programa de Instalação de 48 artigos fora estabelecido que as sessões da *Padaria* seriam chamadas de “fornadas”, o local onde se realizava, “o forno”, e seus membros, “padeiros” (do espírito), e ainda, o órgão divulgador seria intitulado *O Pão*, uma vez que arte e informação são alimentos da alma. A *Padaria* evitava o formalismo acadêmico e a retórica do proselitismo bacharelesco apontando a importância de valorizar uma “cultura brasileira” que teria nas suas raízes a realidade popular que compunha a nação, elegendo assim “os modos de vida dos habitantes dos sertões e vilarejos como definidores do caráter nacional” (CARDOSO, 2006, p. 23). O referido Programa de Instalação da *Padaria*, muito devido a iniciativa dos Padeiros de o enviarem para jornalistas e escritores de outras cidades brasileiras, “foi transcrito em quase todos os jornais do Brasil” (MOTA, 1994).

O artigo 6 do Programa de Instalação determinava que todos os Padeiros teriam um nome de guerra único com o qual seriam tratados e deveriam “usar no exercício de suas árduas e humanitárias funções”; o artigo 11 proibia aos seus membros o “tom oratório” nas palestras “sob pena de vaia”; o artigo 14 proibia o uso de palavras estranhas a língua vernácula; o artigo 16 os obrigava a dizerem uma “pilhéria de espírito” por semana, aquele que não cumprisse pagaria aos sábados café para todos; o artigo 21 estabelecia que seria julgada indigna de publicidade qualquer peça literária em que se falasse de animais ou plantas estranhas a fauna e a flora brasileiras como cotovia, olmeiro, rouxinol, carvalho; o artigo 26 declarava inimigos naturais dos padeiros o Clero, os alfaiates e a polícia. Pedro Nava, filho de um dos Padeiros, José Nava (*Gil Navarra*), e sobrinho de Antônio Sales (*Moacir Jurema*), foi

um médico e escritor mineiro que afirmou no seu livro de memórias *Baú de Ossos*, dos anos 1970, que o aspecto irreverente, revolucionário e iconoclasta da *Padaria Espiritual* “só encontra símile no movimento que sairia, trinta anos depois, na Semana de Arte Moderna de São Paulo de 1922”. Sânzio de Azevedo, em nota de rodapé ao livro de Leonardo Mota sobre a *Padaria*, também faz a mesma ressalva quando lembra a respeito do artigo 21 do Programa de Instalação que a fuga de termos estrangeiros fora anos depois da *Padaria* preocupação nacionalista de Monteiro Lobato e do movimento modernista paulista.

Acerca desta referência à *Padaria Espiritual* como uma “vanguarda dos modernistas” é preciso pensar, todavia, que a agremiação foi na verdade mais um sintoma do que vinha ocorrendo com escritores e intelectuais em outras partes do país à época, os quais imprimiam em suas produções jornalísticas e literárias críticas sociais mescladas com a valorização do “popular”, aspectos explorados pelos modernistas de São Paulo anos mais tarde. Talvez seja plausível alocar a *Padaria* como mais uma manifestação “pré-modernista” que no período se difundia pelo país. E a respeito da irreverência da agremiação quando na sua primeira fase de existência isso foi patente. Antes de prosseguir com o raciocínio é necessário lembrar que depois de um ano de sua criação, a *Padaria* se desfez, voltando a se reunir com velhos e novos membros, meses depois, fato que fez Antônio Sales e outros cronistas dividirem entre duas fases, a primeira e a segunda, a experiência da agremiação (AZEVEDO, 2011). A segunda fase da *Padaria*, iniciou-se em 05 de outubro de 1894 e, segundo cronistas, tomou ares mais sérios, abandonando as pilhérias propostas no Programa de Instalação.

Voltando à essa irreverência que marcou a primeira fase da agremiação, o jornal *O Pão*, que circulou em um primeiro momento de julho a novembro de 1892 com seis números é, segundo Leonardo Mota (1994, p. 81), “o vivo espelho do espírito de troça que animava os revolucionários letrados da terra dos cabeças-chatas”. Rodolfo Teófilo (*Marco Serrano*, quando Padeiro) no seu *Cenas e Tipos*, livro de crônicas sobre Fortaleza publicado em 1919, se refere a “antiga *Padaria*”, na sua “primeira fase”, como sendo composta “quase na sua totalidade” de boêmios, mas que reunia os “maiores talentos” da época como Antônio Sales, Adolfo Caminha (*Félix Guanabario*), Lívio Barreto (*Lucas Bizarro*) e Álvaro Martins (*Policarpo Estouro*). Para Leonardo Mota (1994), a primeira fase da *Padaria* foi “bulhenta e boêmia” e os Padeiros forçavam “a notoriedade pelo escândalo das atitudes imprevistas e

chocantes para o ramerrão do meio”. Como exemplos dessas atitudes irreverentes dos Padeiros: certa vez, da sacada de um prédio um dos membros da agremiação de barbas postiças fazia discurso para a multidão que se aglomerava; no Café Java, quiosque localizado na Praça do Ferreira, no qual os Padeiros costumavam se reunir, o dono por apelido de Mané Coco distribuía aluás aos fregueses e soltava um imenso balão com o nome “Padaria Espiritual” no objetivo de levar ao “Padre Eterno” as notícias do grupo; faziam-se piqueniques ao som de violinos e levavam consigo um pão de 3 metros pelas ruas de Fortaleza e nos trens. Em 1926 no jornal *O País* do Rio de Janeiro, Antônio Sales comentava: “A princípio, a Padaria Espiritual timbrou em conservar um caráter de brincadeira, visando impressionar pela excentricidade de seus atos e gestos” (apud MOTA, 1994, p. 50).

Para Gleudson Passos Cardoso (2006), entre os anos de 1889 e 1930, no Ceará, alguns intelectuais demonstraram insatisfação diante um discurso liberal e cientificista da imprensa partidária e dos órgãos literários e científicos que favoreciam o monopólio dos *bens simbólicos* (BOURDIEU, 2005, 1998) das elites urbanas as quais operaram a consolidação oligárquica nas esferas de poder local. Uma insatisfação que esses intelectuais mostravam através de suas obras literárias e de pasquins satíricos e jocosos. A aspiração de setores dos grupos sociais de prestígio e poder econômico era a de transformar Fortaleza, desde a segunda metade do século XIX, em uma “*pólis* moderna e civilizada” tendo em vista a materialização dos seus interesses hegemônicos. A resposta a essas pretensões elitistas dada pela *Padaria* foi a irreverência com a qual aqueles jovens rapazes procuravam desnudar e denunciar os vícios, as hipocrisias e corrupções que aqueles setores da sociedade com ares burgueses cometiam. Sânzio de Azevedo (2011) demonstra que quando do aniversário de um ano de fundação da agremiação, em maio de 1893, o seguinte poema foi publicado no jornal *A República*, simpatizante da *Padaria*, poema este que teria sido recitado em uma das últimas sessões da primeira fase da agremiação pelo padeiro Sátiro Alegrete, nome de guerra de Sabino Batista:

Padeiros!

O calendário

Do tempo marca a final

O primeiro aniversário

Da nossa mãe esp'ritual.

Um ano de vida (é incrível!)

Completa hoje a Padaria

*A inimiga mais terrível
Que possui a burguesia.
[...]
Hoje, porém, que aqui estamos
Reunidos em sessão,
E que alegres festejamos
A nossa associação,*

*Devemos mais uma vez
Fazer um protesto forte:
- Votar a todo o burguês
O nosso ódio de morte!* (apud AZEVEDO, 2011, p. 42).

Pedro Nava, filho do Padeiro José Nava, já citado aqui, no seu *Baú de Ossos* lembra acerca deste poema da *Padaria* de um outro poema de Mário de Andrade intitulado *Ode ao burguês* de 1927, no qual o autor de *Macunaíma* devotava da mesma forma o “ódio a burguesia”: “Ódio e insulto! Ódio e raiva! Ódio e mais ódio/ Morte ao burguês de gíolhos, / cheirando religião e que não crê em Deus! ” No seu livro de memórias, Pedro Nava complementa sobre a proximidade dos dois poemas: “É sem tirar nem pôr a mesma intenção do poema de Mário de Andrade escrito três décadas depois” (apud AZEVEDO, 2011, p. 42). Isso certamente faz com que se reafirme o valor da *Padaria* para a história dos modernismos pelo Brasil antes daquele que foi ensejado pela Semana de Arte Moderna de São Paulo em 1922.

Mais uma vez, acerca da irreverência dos padeiros, entretanto, como já mencionado, esta arrefeceu-se na segunda fase da agremiação que se caracterizou, segundo os cronistas, por um período de “seriedade e trabalho”. Para Dolor Barreira, no seu *História da Literatura Cearense* de 1948, a segunda fase da *Padaria* era “séria, frutificadora e construtiva” e diminuiu o “espírito de troça que essencialmente a caracterizava” (apud AZEVEDO, 2011). Sânzio de Azevedo (2011, p. 36), afirma, que a segunda fase foi de fato menos boêmia, “mas nem por isso alheia às brincadeiras e anedotas, caracterizou-se por maior seriedade nos trabalhos e sobretudo pela publicação da grande maioria dos livros da sociedade”. Retornando ao foco deste capítulo, indago: seria possível, então, associar o rótulo de “Ceará moleque” para a *Padaria Espiritual*, ao menos na sua primeira fase? Na pesquisa sobre essa “história da molecagem” não encontrei nenhuma referência anterior aos anos de 1930 que associasse os Padeiros a este adjetivo “moleque”, que na época deles já tinha sido usado para interpretar o “povo cearense”. Até onde pude descobrir a irreverência da *Padaria*, mesmo na sua primeira fase *boêmia e bulhenta*, não foi associada à expressão “Ceará moleque” propriamente dita na época em que esta existiu, e mesmo

anos depois nas lembranças de Rodolfo Teófilo (1919), de Antônio Sales (1938) e de Leonardo Mota (1939).

É talvez certo afirmar que aquela irreverência dos Padeiros na primeira fase da *Padaria*, por si, já pudesse indicar tal associação, porém não era plausível dotar “homens de letras”, pessoas de elevado *capital cultural*, de um adjetivo como o de “moleque”. Lembrando Sevcenko (2003, p. 274), no período da Primeira República brasileira, à época da criação da *Padaria*, políticos, militares, médicos, advogados, engenheiros, jornalistas e funcionários públicos “buscavam na criação poética ou ficcional o prestígio definitivo que só a literatura poderia lhes dar”. Os “padeiros do espírito” eram “boêmios”, mas considerados “talentosos” na pena por Rodolfo Teófilo nas suas lembranças, e ele se referia a primeira fase da *Padaria*. Sendo assim, os Padeiros eram homens detentores de prestígio social. Enfim, desde a criação da *Padaria* em 1892 até por volta dos anos 1930 o rótulo “Ceará moleque” não cabia para falar da irreverência daqueles rapazes literatos e civilizados.

No ano de 1936, todavia, um cronista local, sobrinho de um famoso poeta e advogado cearense bem conhecido historicamente por casos e frases cheias de irreverência, sugere que alguns membros que compuseram a *Padaria Espiritual* eram representantes ilustres da legítima “molecagem cearense”. Trata-se de Renato Söldon, sobrinho do irreverente Quintino Cunha (1875-1943). Söldon, ensaísta e jornalista, nascido no ano de 1903 na cidade de Guaramiranga, interior do Ceará, publicou uma obra intitulada *Ceará Moleque (humorismo cearense)*³ em 1936. Neste livro, o autor traz um elenco, por ordem alfabética, de figuras que seriam como que representantes ilustres do “Ceará moleque” e relata curiosos e cômicos acontecimentos protagonizados por cada um deles. Dentre estes, se encontram personalidades da história local como Álvaro Weyne, Antônio Sales, Gomes de Matos, Gustavo Barroso, João Brígido, Leonardo Mota, Paula Ney, o Pe Alexandre Verdeixa, Quintino Cunha, Rodolfo Teófilo. Acerca de Quintino Cunha é preciso ressaltar que este já foi mesmo considerado a figura histórica mais significativa do “jeito moleque de ser cearense”⁴ pelos vários causos inusitados e hilários de que fora protagonista, contados e recontados pelo sobrinho, Renato Söldon, por seu filho, Plautus Cunha, e

³ Esta obra de Renato Söldon faz parte do acervo de obras raras da Biblioteca Municipal de Fortaleza Governador Menezes Pimentel.

⁴ “Ninguém em toda nossa história encarou melhor o jeito ‘moleque de ser’ cearense do que Quintino Cunha”. Esta citação foi retirada da contracapa do livro *Quintino Cunha*, de Francisco José Souza, edições Demócrito Rocha, Fortaleza, 2002, coleção Terra Bárbara.

outros cronistas. Em suma, com essa obra de Sólton, o “humor moleque cearense” torna-se então apanágio de “nobres personalidades” da história do Ceará. E foi assim suprimido do adjetivo moleque o significado negativo de canalhismo nessa obra. O autor de *Ceará Moleque* no posfácio indica como a carga negativa do adjetivo precisava ser amenizada ao aparecer colada a nomes tão ilustres:

<<Ceará moleque>> é, ainda, na presente edição, um ensaio verdadeiramente apressado do anedotário e do sarcasmo cearense.

[...].

A muitos o título deste livro parecerá ofensivo àquela coisa complicada e de sete cabeças que se chama <<bairrismo>>.

E dirão, ventas resfolegantes para o ar, que isso de Ceará Moleque é uma afronta!

Temendo, pois, ira tão apocalíptica, nós vos afirmamos que esse ultrajante adjetivo – Moleque – não tem a acepção escaldante do vernáculo. (SÓLDON, 1936).

Como tenho insistido aqui o “ultrajante adjetivo” moleque, provavelmente, não foi naquele tempo dos Padeiros associado à agremiação, mesmo na sua fase boêmia e irreverente. A expressão “Ceará moleque” com o livro de Renato Sólton passa a rotular uma “nobreza intelectual”, na qual encontram-se os nomes de Antônio Sales (Moacir Jurema) e Rodolfo Teófilo (Marcos Serrano), dois ex-líderes ou Padeiros-Mor da *Padaria Espiritual*. Se antes, nos idos finais do século XIX, o adjetivo possuía claros significados depreciáveis como nas obras de Paiva e de Caminha, com o livro de Renato Sólton em 1936 se instaura de vez uma leitura positiva sobre a molecagem até então associada de modo depreciativo à “ralé” ou ao “povo pobre”, ou seja, a *gente inculta ou incivilizada*. É com o *Ceará Moleque* de Renato Sólton, assim, que aqueles “homens de letras” do Ceará do século XIX se tornam “moleques”. Mas, repito, naquela “cultura letrada” dos finais do século XIX, à época da instalação da *Padaria*, o adjetivo moleque não caberia para titular intelectuais, escritores e poetas – *gente civilizada* e de prestígio social, enfim.

É curioso notar, todavia, que há coerência dessa leitura positiva da expressão “Ceará moleque” naqueles anos de 1930 com a valorização já então bastante difundida no meio literário e intelectual brasileiro de tudo o que era “popular” como sinônimo da “identidade nacional”. Renato Ortiz (2012, p. 8) afirma que a “identidade nacional está profundamente ligada a uma reinterpretação do popular pelos grupos sociais e à própria construção do Estado brasileiro”. Como exemplos dessa valorização do “popular” no país, à época que Renato Sólton publica *Ceará*

Moleque, tome-se a literatura e a arte dos modernistas e a teoria culturalista de Gilberto Freyre, os primeiros valorizando aspectos das “culturas populares” nas suas obras e o segundo valorizando o mestiço como o “brasileiro legítimo”, o “cerne da cultura nacional”. Essas leituras de valorização dos elementos populares se tornavam as mais difundidas e aceitas quando nos anos de 1930 se tratava do assunto sobre a formação do Brasil como nação. Assim, apenas a partir dessas circunstâncias que ultrapassavam as fronteiras locais sobre o valor do “popular” para a “nação brasileira” é que foi plausível e, talvez, possível para cronistas e memorialistas encarar os “Padeiros do espírito” como “moleques de espírito” ou como representantes ilustrados do “Ceará moleque”, logicamente, sem a “acepção escaldante do vernáculo”.

1.3 - Ceará moleque e mestiço

Reafirmo, antes de prosseguir, que a obsessão para com esta expressão “Ceará moleque” se justifica pois penso plausível e coerente indicar que talvez tenha sido a partir dela que se desdobrou as leituras e interpretações diversas sobre essa identidade cearense fundamentada no humor. Uma identidade diferente de outras identidades locais ou regionais justamente pelo seu (conforme pode se acreditar) “genuíno e natural humor moleque”.

Assim posto, voltando aos finais do século XIX, depois da expressão ter sido inaugurada nas obras literárias de Paiva e Caminha, ela é utilizada para dar nome a um pasquim no ano de 1897, o *Ceará Moleque – Revista Caricata*, um periódico que servia para corrigir, segundo seus redatores, os vícios e comportamentos desviantes como namoros indecorosos, o jogo do bicho e a prostituição (SILVA, 2003). A molecagem aqui era a de bisbilhotar e debochar dos vícios alheios. O filósofo grego Cícero, no seu *De Oratore* de 55 A.C., defendia o bom uso do *ridiculum* nos discursos a fim de tornar risível os vícios e as deformidades corporais que se queira denunciar (apud ALBERTI, 1999). Ser moleque para os redatores daquele pasquim era tornar risível as condutas inadequadas dos fortalezenses de então – *molecagem para castigar os maus costumes*. Mas, todavia, não irei me deter aqui neste pasquim. Importa aqui apontar que desconheço outra publicação ou meio escrito de circulação que tenha veiculado a referida expressão até os anos finais do século XIX depois deste pasquim *Ceará Moleque*.

O jornalista e historiador João Brígido (1829-1921), outro elencado entre as ilustres personalidades históricas no *Ceará Moleque* de Renato Sôldon de 1936, publicou uma obra no ano de 1900 chamada de *Ceará, Lado Cômico*⁵. Esta obra que trazia uma coletânea de textos (“O Padre Verdeixa”, “Cem anos” e “Nossos antigos – bons, burros e bravos”) anteriormente publicados e uma inédita biografia do autor, o qual no ano anterior tinha completado 70 anos, não se refere em momento algum à dita expressão. Esta é mencionada, todavia, pelo crítico literário Frota Pessoa no seu livro *Crítica e Polêmica*, publicado na cidade do Rio de Janeiro em 1902, quando este autor analisa *A Normalista* de Adolfo Caminha e recomendava aos possíveis leitores do romance: “O Ceará burguês e o *Ceará moleque* estão retratados nessas páginas perduráveis com uma angústia e uma naturalidade que não são de nenhum escritor deste momento. ” (*apud AZEVEDO, 1999, p. 80, grifos meus*). Aqui, a “molecagem cearense” significa um comportamento “não burguês”, significado similar a ideia de “canalhismo de província” dada por Caminha à expressão em foco uma vez que uma “vida burguesa” era então sinônimo de “comportamentos civilizados”.

Antes de Frota Pessoa, outro crítico literário que resenhou essa obra de Adolfo Caminha foi Tristão de Alencar Araripe Júnior (1848-1911) no jornal *A Semana* do Rio de Janeiro, em 1894. Na crítica, Araripe Júnior avisava aos interessados: “Quem quiser conhecer a cidade de Fortaleza e intoxicar-se um pouco com a barbaria semicivilizada de uma capital provinciana [...], não tem mais do que abrir o livro de Adolfo Caminha e entregar-se à leitura de suas páginas sem preocupação de crítico” (*apud AZEVEDO, 1999, p. 85*). Ressalto: a “barbaria semicivilizada de uma capital provinciana”. Isto remete a compreensão deveras comum à época entre intelectuais sobre o atraso da matriz racial brasileira em relação aos países civilizados: a mestiçagem. *Raça atrasada e mestiça* que se manifestava, sobretudo na obra de Caminha, pela *molecagem canalha do povo cearense*.

Tristão de Alencar Araripe Júnior nascera no Ceará e cedo foi-se para a capital fluminense onde também aventurou-se como literato. E a expressão “Ceará moleque” em foco reaparece em uma obra literária de autoria de Araripe Júnior: a

⁵ Esta obra de João Brígido, *Ceará, Lado Cômico* (1900), também faz parte do acervo de obras raras da Biblioteca Municipal de Fortaleza Governador Menezes Pimentel. Porém, nos inícios do ano de 2014, última vez em que estive neste local, o livro encontrava-se em condições de avançada deterioração, fato preocupante para futuras consultas de pesquisadores.

novela *Um Motim na Aldeia*⁶ a qual foi publicada no ano de 1911 n'O *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro, em formato de folhetim, assinada por Cosme Velho, pseudônimo usado pelo autor à época. O enredo é ambientado no final do século XVIII, no tempo em que o Brasil era colônia de Portugal, precisamente na antiga Vila do Forte – como era chamada a cidade de Fortaleza, nos tempos da dominação portuguesa. Neste escrito, Araripe Júnior (1975) assinala que a origem do “Ceará moleque” se deveu à mestiçagem do “povo”.

Eis a trama: Fagundes, um açougueiro da Vila do Forte, era conhecido por mofar de tudo e todos, inclusive da autoridade de um Capitão-Mor. No enredo, o mofador Fagundes debochou do Capitão-Mor Féo e Torres por conta de um caso de adultério e injustiça em que este se envolvera. Em represália ao deboche de Fagundes, Féo e Torres mandou arrancar o frondoso cajueiro que fazia sombra em frente ao açougue, o que fez com que se iniciasse um motim na vila contra a autoridade do Capitão-Mor. Ao analisar o caráter do açougueiro Fagundes, sujeito que também gostava de “falar da vida alheia”, o autor afirma que este pertencia a um “gênero de gente, que, pelos tempos adiante, se alcunhou de **Ceará-moleque**.” E explica:

[...] O Ceará-moleque é a encarnação de todas as qualidades elementares resultantes da mestiçagem, não só física, mas também moral, da plebe cearense. Alegres, audaciosos, despreocupados, mofando de tudo, pertinazes, os cearenses dessa origem, com os seus hábitos sertanejos, quando perseguidos pelas intempéries, pelo tufão da desventura, hibernam, mas não sucumbem. É possível que na confecção dessa resistência de faquires, tenham andado por muito as crises climáticas das secas. Todo homem nascido naquelas regiões é, em regra, de temperamento periódico: ora abundância, ora penúria. Contudo o fôlego sempre alerta (ARARIPE JR., 1975, p. 80).

A molecagem do “povo cearense” é entendida aqui como algo que vem do mestiço que viveu nos tempos da colonização no Ceará. Uma molecagem que viria das “qualidades elementares” oriundas da “mestiçagem física e moral” da “plebe cearense”: alegria, audácia, despreocupação, mofa, pertinácia. Assim, o açougueiro Fagundes, nascido na antiga cidade do Aracati-CE, um mestiço e plebeu morador da

⁶ Essa novela, anos mais tarde, entre janeiro e outubro de 1929, é publicada na *Revista da Academia Brasileira de Letras*, mas com um título diferente: *O Cajueiro do Fagundes (episódio cearense)*. E é com este título, no ano de 1975, que a obra ganha uma edição em forma de livro pela Secretaria de Cultura, Desporto e Promoção Social de Fortaleza. Tive acesso a um exemplar desta obra na biblioteca da Academia Cearense de Letras, onde a li.

Vila do Forte, conjugaria todas essas “qualidades morais” na sua personalidade e teria sido um dos primeiros “moleques cearenses”. N’O *Cajueiro do Fagundes*, desse modo, o “povo cearense” se tornou moleque pelas *qualidades elementares resultantes da mestiçagem física e moral*. Como é também descrito, essa molecagem dos “mestiços cearenses” seria motivada pela resistência criada em resposta às intempéries climáticas, a “plebe cearense” teria se tornado irreverente e audaciosa no confronto periódico com as secas que assolam a região desde suas origens. Aliás, esta é uma das crenças que dominam até hoje o senso comum mais local quando tenta explicar essa “veia humorística” dos cearenses. Este seria um povo moleque porque sofre desde tempos idos com o flagelo das secas e a miséria social.

Euclides da Cunha (1998) com o seu livro vingador, *Os Sertões* de 1902, procurou demonstrar como a ação do meio natural influenciou nas formações da fisiologia humana e do caráter das populações sertanejas. Nos “sertões do Norte”, afirma Euclides (1998, p. 78), “a seleção natural” operou-se “à custa de compromissos graves com as funções centrais do cérebro”, progredindo inversamente e prejudicialmente para os desenvolvimentos físico e intelectual daquelas populações ali residentes. Neste sentido, continua Euclides (1998, p. 78-79), nos sertões a vitória foi das “expansões instintivas” as quais visaram “um ideal de adaptação” que tiveram como “consequências únicas, a máxima orgânica, a mínima fortaleza moral”. É plausível sugerir que a “mínima fortaleza moral” do sertanejo poderia ter como corolário os comportamentos mofadores e audaciosos do “mestiço cearense”? Independente de uma resposta positiva é possível notar como são análogas a explicação euclidiana sobre a formação do caráter sertanejo condicionado pelo meio e a explicação de Araripe Júnior sobre a mestiçagem como motivadora de comportamentos audaciosos e pertinazes da “plebe cearense”, supostamente criados no confronto desta com as intempéries do semiárido.

Aos fins do século XIX, segundo aponta Renato Ortiz (1994), as concepções científicas raciológicas colocavam, biologicamente, o mestiço como portador das seguintes “qualidades naturais” herdadas das “raças inferiores” (negros e índios): a “apatia, a imprudência, o desequilíbrio moral e intelectual, a inconsistência”. Desequilíbrio moral e intelectual próprio da mestiçagem, segundo defendiam aquelas teorias racistas. A molecagem poderia ser um sinal desse desequilíbrio moral? Lembrando que dentre as definições de molecagem anteriormente demonstradas há uma que a define como “incorrecção de atitude”. É

certo afirmar, todavia, que a herança moral do mestiço para a “identidade brasileira” é coerente com essa compreensão do “Ceará moleque” como resultado da mestiçagem. Assim como em *A Afilhada* de Paiva e em *A Normalista* de Caminha, no *Cajueiro do Fagundes* os significados que o adjetivo moleque evocava sobre o “povo cearense” corroboravam com a compreensão que o “racismo científico” tinha sobre a “identidade brasileira” à época.

Mesmo que Lilia Moritz Schwarcz (1993) sublinhe que Tristão de Alencar Araripe Júnior junto com Manoel Bonfim e Joaquim Nabuco fossem vozes influentes que destoavam do racismo científico à época, este, todavia, era moeda corrente e estava difundido pelos intelectuais brasileiros entre meados do século XIX e os inícios do século XX, trazendo para aquela “reduzida elite pensante nacional” uma “representação mestiça” da nação. No geral, essas concepções raciológicas daquela intelectualidade encarava o mestiço como uma “identidade nacional inferiorizada” em relação aos “europeus superiores”. Assim, o “Ceará moleque mestiço” descrito por Araripe Júnior (1975) está em sintonia com a mesma leitura sobre a “identidade mestiça brasileira” de então. Em outros termos, as explicações do “racismo científico” daquele período, que imputaram sejam ao meio natural ou a “raça mestiça” (ou a ambos atuando ao mesmo tempo, como em Euclides) as razões para o “atraso” do país em relação aos modelos de civilização e modernidade europeus, influenciaram difusamente a compreensão sobre a formação do “caráter brasileiro” (SCHWARCZ, 1993). Explicações científicas racistas que estavam presentes e explícitas mesmo na explicação de uma “voz influente e destoante” das teorias racistas, como a do crítico literário Araripe Júnior quando este aborda as origens mestiças do “Ceará moleque” na sua obra ficcional o *Cajueiro do Fagundes*.

1.4 - As molecagens do bode no Museu

A pergunta “Terra da Luz e Ceará Moleque, que história é essa?” fora o título de uma exposição do Museu do Ceará criada no ano de 1996. A responsável pela criação dessa exposição foi a arquiteta e designer, Gisela Magalhaes, que fora à época auxiliada pelo professor de história da Universidade Federal do Ceará (UFC), Sebastião Rogério Ponte. “Terra da Luz” é a expressão dada ao Ceará por ter sido a primeira Província no Brasil Imperial a abolir oficialmente a escravidão, no ano de 1884. Já a expressão “Ceará moleque” para a referida exposição deveu-se,

principalmente, à presença do empalhado bode loiô, um bicho que ali, naquela exposição, representava uma histórica rebeldia irreverente do “povo cearense”. Este caprino habitou a cidade de Fortaleza entre os anos de 1915 e 1931, sendo um tipo popular daqueles tempos no meio urbano fortalezense. Ele perambulava pela cidade percorrendo cotidianamente um caminho de ida e volta entre a Praia do Peixe (atual Praia de Iracema) e a Praça do Ferreira, daí o nome de loiô. Devido à popularidade do animal, quando faleceu em 1931, teve necrológico publicado em jornais da época, fora embalsamado, empalhado e, anos mais tarde, em 1935, doado para o então recém-criado Museu do Estado.

No jornal *Gazeta de Notícias*, em edição de 9 de julho de 1935, lê-se que o Museu Histórico do Estado saiu da “norma costumeira, com a interessante documentação histórica” ao apresentar o “Bode Yôyô”, referido no jornal como “uma das curiosidades de Fortaleza” (apud BOLETIM DO MUSEU HISTÓRICO DO ESTADO DO CEARÁ. Edição Fac-Similar, 2006). Ressalte-se: “curiosidade”, nada sobre alguma “molecagem” ou “irreverência” dos fortalezenses de então. A reportagem informava ainda que o dramaturgo e escritor maranhense Viriato Correa (1884-1967), ao passar por Fortaleza em outubro de 1924, “a frente de uma companhia de operetas”, “achou muito interessante a situação daquele caprino que perambulava na via pública sem ser incomodado como se fosse gente e immortalizou-o numa crônica”. Outro cronista que immortalizou o bode loiô foi Raimundo de Menezes (1903-1984) no seu livro de crônicas sobre Fortaleza *Coisas que o tempo levou* de 1938⁷. Menezes (2000) aponta o animal como “um dos tipos mais populares e queridos da Fortaleza de outrora” e conta alguns detalhes de sua vida como o fato de ter sido trazido para a capital por um flagelado da seca de 1915 e que fora “vendido, por qualquer coisa, a firma Rossbach Brazil Company”, a qual se tornou assim proprietária do bode. loiô, ainda conta Raimundo de Menezes (2000, p. 184), passeava pela cidade sem ser incomodado pelos fiscais municipais “com a sua barbicha descuidada e com o seu cheirinho acentuadamente característico”, quando falecido, seus donos resolveram embalsama-lo e, mais tarde, o doaram ao Museu. Foi

⁷ Na verdade, antes de serem publicadas neste livro de 1938, as crônicas sobre a cidade de Fortaleza foram publicadas no jornal *Gazeta de Notícias* em meados dos anos 1930, logo depois foram lidas pelo próprio Raimundo de Menezes – ele também fora *speaker* da primeira rádio do estado – na *PRE-9 Ceará Rádio Clube* no seu programa *Coisas que o tempo levou*.

provavelmente Raimundo de Menezes, naqueles anos de 1930, que deve ter sido o primeiro a associar o bode à imagem de uma “irreverência cearense”:

Ouvinte amigo: quando fordes em visita ao nosso Museu Histórico, procurai rever o Bode Yoyô, que ali se encontra empalhado, colecionado entre as recordações que o tempo levou.

O Bode Yoyô é bem a imagem do espírito irreverente e profundamente irônico dos filhos desta gleba heroica do sofrimento!

É um símbolo que fica perpetuado, em boa hora, entre as paredes do nosso Arquivo, como a crônica alegre e galante da nossa gente, cuja mocidade de espírito constitui um apanágio encantador... (MENEZES, 2000, p. 185).

“Imagem do espírito irreverente” dos cearenses, “símbolo” perpetuado no Museu de uma gente “cuja mocidade de espírito” é um “apanágio encantador”, era o que evocava o bode loiô para Raimundo de Menezes. E mesmo que este cronista não tenha usado a palavra “moleque” para descrever o popular caprino, ali em definitivo a “nossa irreverência” já aparece como algo de positivo e exaltado, um apanágio encantador.

Sebastião Rogério Ponte (2001), o mesmo historiador que ajudou a montar a exposição “Terra da Luz e Ceará Moleque” no Museu do Ceará em 1996, dedicou-se antes disso a compreender o processo de reformulação urbana e afrancesamento dos costumes locais que propuseram as classes dirigentes para o Ceará no século XIX. Tal pesquisa resultou no livro *Fortaleza Belle Époque* dos inícios dos anos 1990. O último capítulo desta obra intitula-se “Mundanismo Chique X Irreverência Chocante” no qual o autor aponta como fora frequente as referências de cronistas a um “comportamento amolecado” dos cearenses vindo na direção contrária do chiquismo afrancesado e burguês que se tentava implementar. A inserção da *Belle Époque* – daquele cosmopolitismo identificado com a vida parisiense – foi compulsória em todas as capitais brasileiras do período (SEVCENKO, 2003) e tudo que destoasse desse projeto podia causar choque e aversão. Ponte (2001) indica como o epíteto “Ceará moleque” foi tomado como sinônimo de “conduta pouco civilizada” para uma sofisticada revista de atualidades, arte e literatura dos anos 1920 de Fortaleza. Em duas ocasiões, *A Jandaia*, destratava tal alcunha jogada sobre os cearenses:

Não sabemos quem, estudando a psicologia dos brasileiros, assinalou em cada Estado, de maneira interessante, um símbolo. Coube ao Ceará a mais forte característica – a de “moleque”! Não sabemos se pela rebeldia de sua gente, se pela irreverência de seu povo, o certo é que o cognome de “moleque” vem se aplicando a todas as notas dissonantes que, de quando

em quando, o Ceará, pelos seus representantes, comete irrefletidamente (edição 46, jan. de 1925, *apud* PONTE, 2001, p. 175).

O espírito moleque que nos domina, acha-se traumatizando todo o Brasil e, quem sabe, por outras paragens longínquas, como uma característica cearense [...]. Nos bondes, nas festas, em tudo por fim notamos o grande defeito que nos pesa, maltratando os nossos foros de gente culta (edição 80, set. de 1927, *apud* PONTE, 2001, p. 175).

Para os redatores da *Jandaia* essa “característica cearense” traumatizava todo o país sendo um “grande defeito” que pesava, maltratando “os foros de gente civilizada” do Ceará. Seja “símbolo do estado” ou “característica forte”, esse rótulo colado à “irreverência popular” foi para a *Jandaia* contrário à ideia de civilização, ou seja, não era um símbolo de que se pudesse sentir orgulho. Para Ponte (2001) tais comportamentos irreverentes seriam sinal de rebeldia do povo, o qual cultivava uma “irreverência chocante” como uma maneira de se contrapor ao “mundanismo chique” das pretensões civilizatórias da Fortaleza *Belle Époque*. Sebastião Rogério Ponte (2001) neste sentido elenca como alguns “tipos populares” que perambulavam pela cidade que se modernizava serviram como indicadores desse choque proporcionado pelas transformações urbanas:

[...]. Os tipos populares, indivíduos empobrecidos e enlouquecidos, faziam parte daquele contingente de miseráveis produzido ou intensificado pela velocidade das relações capitalistas em desenvolvimento no País. Suas esquisitices, manias ou distúrbios psíquicos de alguma forma foram provocadas pelo impacto das transformações frenéticas nas ruas, nas casas e na vida das pessoas. (PONTE, 2001, p. 177).

Dentre os “tipos populares” elencados por Sebastião Rogério Ponte (2001) estão o Chaga dos Carneiros, o Tertuliano, o Tostão, o De Rancho, o Pilombeta e o Bode Yoyô, figuras que destoavam do cenário do chiquismo que então se implementava na cidade. As fontes utilizadas pelo historiador foram as obras de três cronistas ou memorialistas: *Coisas que o tempo levou...* (1938) de Raimundo de Menezes (1903-1984); *Imagens do Ceará* (1959) de Herman Lima (1897-1981); e *Fortaleza Descalça: reminiscências* de Otacílio de Azevedo (1892-1978), esta última escrita por volta dos anos 1970 e publicada no ano de 1980. De maneira geral, as memórias apontadas por eles se reportam à capital cearense justamente quando esta passava pelas transformações urbano espaciais de que trata Ponte (2001). O cronista João do Rio – pseudônimo de João Paulo Alberto Coelho Barreto (1881-1921) – na

obra *Alma Encantadora das Ruas: crônicas* (2008), coletânea de textos publicados em jornais do Rio de Janeiro entre 1904 a 1907, apontava também os “tipos populares” que deambulavam pelas ruas do Ouvidor, Frei Caneca e outros logradouros na então capital federal do Brasil, a qual também passava pela reformulação urbana nos moldes da civilização europeia e na imitação afetada dos comportamentos afrancesados (SEVCENKO, 2003). João do Rio cita, por exemplo, O Pai da Criança e a Perereca como os tipos que exteriorizavam “a influência psicológica da rua”. Tipos que, segundo o cronista carioca, “são o riso das ruas”.

Sebastião Rogério Ponte (2001) em *Fortaleza Belle Époque* indaga acerca da “extrema simpatia” conquistada por esses tipos populares entre aquela população que passava por um “período de maior intensificação de medidas disciplinares impostas pelos poderes e saberes comprometidos com a ordenação sócio urbana”. O historiador responde “que tanto os tipos populares como o ‘espírito amolecado’ do povo – na verdade uma coisa só: a propensão popular à irreverência” devia-se, principalmente, a “uma prática contestatória”, uma tentativa de chocar e ferir “os padrões e regras do mundo ordenado e tedioso do trabalho, da assepsia e da normalidade” (PONTE, 2001, p. 183). O “espírito amolecado do povo” é aqui um símbolo de contestação e rebeldia populares contra os poderes constituídos. No referido capítulo “Mundanismo chique X Irreverência chocante”, Ponte (2001, p. 160) considera:

A resistência das camadas populares ante os variados mecanismos disciplinadores que lhes penetravam cotidianamente tanto nos espaços públicos como privados, expressou-se sob as mais diversas formas: [...], houve a relutância em se deixar vacinar, a conservação de certas crenças, ritos e posturas, a bilontragem, o desapego ao trabalho sistematizado, a fuga, o “se fazer de louco para melhor passar”, o escárnio, a irreverência, o riso e a vaia. Esta compulsão dos populares pelo deboche e à ironia públicas foi tão notória que já na época cunhou-se o epíteto de Ceará Moleque para caracterizá-la.

Essa perspectiva do “Ceará moleque” ou da “irreverência cearense” como “prática contestatória” naquela *Fortaleza Belle Époque*, trabalhada por Sebastião Rogério Ponte, mesmo que se considere o peso de uma leitura científica, metodicamente construída e de opinião controlada, não deixa de exaltar positivamente uma “pulsão moleque do povo” (PONTE, 2001, p. 183). Assim, mesmo que a leitura do cronista Raimundo de Menezes, feita nos anos de 1930, e a leitura do atual historiador sobre o bode loiô ou os tipos populares guardem diferenças, ambas

corroboram ao exaltar de modo positivo um “Ceará moleque”. Seja o “espírito irreverente cearense” um apanágio encantador, seja o “espírito amolecado cearense” um sinal de rebeldia ou contestação popular, ambos os significados ai remetem ao quão positivo foi essa molecagem historicamente registrada.

Retomando a relação entre o bode loiô e o Museu do Ceará é interessante notar que a associação entre esse histórico e popular animal e a “tradicional irreverência cearense” apenas foi realizada pelo Museu naquela exposição de 1996 antes citada. A exposição “Terra da Luz e Ceará Moleque, que história é essa?” ao elencar o dito bode reforçava o estereótipo, segundo Marcos Uchoa Passos (2011), que atrela o cearense a um perfil irreverente, bem-humorado e gaiato, “através da exaltação de histórias populares referentes ao bicho, sendo sua presença no espaço expositivo mais um fator de ‘excentricidade’”. O empalhado bode loiô fora assim oficialmente alçado pelo Museu como ícone de uma *cearensidade moleque*, mas com o significado de contestação ou rebeldia.

Lembrando que fora Sebastião Rogério Ponte que auxiliou na montagem da referida exposição. Assim, aquela leitura expositiva do bode foi ali a mesma feita por este historiador no seu *Fortaleza Belle Époque*. Em reportagem de *O Povo*, Caderno Vida & Arte, de 15 de agosto de 1998, intitulada “Aulas no Museu”, é informado que 30 vagas do curso “Fortaleza, Ceará: temas em exposição”, promovido pelo Instituto Dragão do Mar de Arte e Cultura, foram destinadas para funcionários do Museu do Ceará. Segundo a matéria, esse curso ministrado pelos professores de história Sebastião Rogério Ponte e Berenice Abreu de Castro Neves ocorreria entre os dias 17 e 26 de agosto de 1998 e dentre as discussões que seriam debatidas estariam “os tipos populares e a resistência típica do Ceará Moleque” (apud MUSEU DO CEARÁ 75 ANOS, 2007, p. 272-273). Assim, para esta leitura historiográfica a molecagem que loiô encarnava se torna uma espécie de estratégia inconsciente de resistência da população mais empobrecida e miserável que era constrangida pela inadequação às mudanças urbanas da capital cearense da época.

O bode loiô compôs, todavia, diferentes narrativas expositivas ao longo dos anos no Museu do Ceará, mas, nenhuma antes desta de 1996 interpretou loiô como símbolo de um “Ceará moleque rebelde”. O jornal *Gazeta de Notícias* publicou reportagem intitulada “Museu: patrimônio cultural de um povo”, de 9 de julho de 1958, na qual menciona o “célebre bode loiô” como objeto “d’A Sala do Sertão” (apud MUSEU DO CEARÁ 75 ANOS, Vol. 2, 2007, p. 155). No ano de 1978, por exemplo,

loiô integrou a *Sala do Vaqueiro* e vinculava-se sua imagem ao cotidiano do homem sertanejo, claramente por conta de ser um animal comum da caatinga nordestina e do criatório da região (PASSOS, 2011), mas nada sobre ser ícone de uma *cearensidade moleque rebelde*. Nos anos 1980, ele esteve na *Sala Eusébio de Souza* – nome do primeiro diretor do Museu do Estado, foi na gestão dele que loiô se tornou mais uma peça do acervo –, a qual reunia junto ao empalhado bode, memórias distintas como as do Pe Cícero Romão Batista, do beato José Lourenço e do literato Rodolfo Teófilo.

É significativo, entretanto, para se perceber a maneira que o Museu do Ceará tratou loiô como peça de seu acervo antes daquela exposição de 1996, o que disse em 1989 o seu então diretor, Osimírio Barreto, em entrevista ao jornal *O Povo*. O diretor que desde 1971 esteve à frente da instituição reclamava da presença de loiô como peça museológica e afirmava, como historiador de formação, não saber muito sobre a história do caprino por escrever “sobre coisas sérias”. Osimírio Barreto não via importância histórica no bode e disse que a popularidade do animal no passado deveu-se “apenas a gozação, uma espécie de brincadeira das pessoas” e indagava: “como igualar um bode às personalidades históricas que temos aqui?” (apud MUSEU DO CEARÁ 75 ANOS, Vol. 2, 2007, p. 232).

Como demonstrado, logo poucos anos à frente da declaração do ex-diretor Osimirio Barreto, o tratamento dispensado pelo Museu ao bode vai colocá-lo como mais um ícone dessa “identidade moleque cearense”. Foi na gestão de Valéria Laena Rolim, com a exposição antes citada, que o Museu do Estado passou a integrar o bode ao discurso oficial da instituição. “No material publicitário do Museu do Ceará, a imagem do bode foi bastante veiculada, denotando que a peça era considerada um elemento de atração de público” e que fazia parte das histórias do Museu e do “povo cearense” (PASSOS, 2011).

Outra indicação significativa dessa diferença de tratamento dispensado pelo Museu do Ceará ao bode antes dos anos 1990 foram as matérias jornalísticas da imprensa local ao longo do tempo. Investigando algumas reportagens sobre o bode entre 1935, ano que loiô fora doado à instituição, até os anos 1990, não encontrei nenhuma que atrelasse a imagem do animal à “irreverência cearense”. Curioso isso, pois o cronista Raimundo de Menezes, como demonstrado, já o fizera naquele tempo. Contudo, não consegui encontrar nenhuma associação entre o bode loiô e as ideias

de “irreverência, gaiatice cearense” ou de “Ceará moleque” no referido período nas reportagens a que tive acesso⁸.

Na edição do jornal *O Povo* de 31 de dezembro de 1941, na reportagem “O Mais Célebre Boêmio da Cidade”, o bode loiô é descrito com as seguintes palavras: “inefável cidadão de longas barbas e olhar tranquilo”; “Indivíduo dotado de um refinado sentimento de cavalheirismo, ele era igualmente respeitado e querido em toda cidade”; “muito pacato caprino”; “o mais célebre vagabundo da história de Fortaleza”. Em matéria do jornal *Nordeste*, intitulada “Vendo e ouvindo coisas que o tempo levou”, publicada em 1º de junho de 1944, o bode loiô é dito como “uma das mais notáveis reminiscências” conservadas no “Arquivo Público” (sic); “uma das curiosidades de Fortaleza”; “um tipo nobre”. Em matéria da *Revista Contemporânea*, edição de julho de 1945, loiô é citado como um “grande símbolo popular do Museu Histórico do Ceará”. Em artigo assinado por Eduardo Campos e publicado pelo *Correio do Ceará*, em 1º de março de 1948, o autor afirma que outro dia cerca de 106 pessoas visitaram o Museu, em poucas horas, porque, num descuido, deixaram que da rua se visse a figura venerada do famoso bode loiô, “uma atração de rua nos tempos passados”. Sobre matéria acerca de uma das reinaugurações do Museu que se daria em 4 de julho de 1955, o jornal *O Povo* relatava o bode loiô como uma “velharia [...] que vivia nas ruas de Fortaleza, ameaçando todo o mundo”. O jornal *O Povo* de 14 de abril de 1967 apontou o bode loiô como uma “curiosidade” no meio das raridades históricas do Museu.

Enfim, as referências sobre o bode loiô como “célebre boêmio”, “célebre vagabundo”, “notável reminiscência”, “atração de rua”, “figura venerada”, “curiosidade”, “tipo nobre”, “grande símbolo popular”, “velharia” sugeridas por essas matérias jornalísticas, mesmo que algumas sob o viço da ironia ou da galhofa, em momento algum indicam alguma ligação do caprino com uma “irreverência ou molecagem cearense”. Pelo contrário, o bode loiô no Museu podia evocar algo ruim para alguns, já que podia servir para achincalhar a história do Ceará e de Fortaleza.

⁸ As reportagens que irei me referir aqui sobre a relação entre o bode loiô e o Museu do Ceará (MC) encontrei em dois catálogos organizados pelo próprio Museu que publicou matérias de jornais e documentos sobre o Museu do Ceará em ordem cronológica, desde a fundação oficial nos anos de 1930 até o ano 2007, quando completou 75 anos de existência. Conferir: **BOLETIM DO MUSEU HISTÓRICO DO ESTADO DO CEARÁ**. Edição fac-similar. Introdução de Francisco Régis Lopes Ramos. Fortaleza: Museu do Ceará/Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2006; **MUSEU DO CEARÁ 75 ANOS**. Introdução e organização de Antônio Luiz Macêdo e Silva Filho e Francisco Régis Lopes Ramos. Fortaleza: Associação Amigos do Museu do Ceará/Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2007.

A mais significativa das reportagens que sublinha a diferença (ou a indiferença?) de tratamento interpretativo em relação ao que foi dado nos anos de 1990 ao bode pelo Museu, fora a matéria assinada por Raimundo Eufrásio Oliveira, publicada no jornal *O Correio do Ceará* em 14 de setembro de 1974. Este jornalista relatou um acontecimento de desrespeito à “cultura histórica” – título da reportagem – do Ceará que envolveu o empalhado bode loiô:

Em face de constantes e grosseiras distorções de fatos notáveis de nosso passado, não podemos aceitar, em absoluto, que a nossa história tão gloriosa seja depreciada e menosprezada através de falsas interpretações ou deduções fúteis e ilógicas, como as que são geralmente transmitidas aos nossos visitantes, por simples desconhecimento dos fatos ou por motivos que não podemos adivinhar. [...]. Outra barbaridade que tive de destruir, em sinal de respeito à nossa cultura histórica. Outro moço, com ares de sabido e “enxerido”, foi mostrar o empalhado bode loiô aos seus companheiros, e falando alto proclamou: “Este foi o bode que foi prefeito de Fortaleza, no tempo do boticário Ferreira”. Ao ouvir o achincalhe, logo corri a desfazê-lo, pelo respeito que me merece a edilidade de uma capital com mais de um milhão e meio de habitantes (MUSEU DO CEARÁ 75 ANOS, 2007, p. 198).

O bode loiô eleito prefeito no tempo do boticário Ferreira? O boticário Ferreira, que deu nome à Praça do Ferreira, tinha morrido uns 60 anos antes do aparecimento de loiô por Fortaleza, e o que existe há um tempo são boatos, os quais não consegui confirmar nesta pesquisa, de que o bode teria sido bem votado para vereador em uma eleição no período em que esteve vivo, o que provavelmente está na origem da desinformação confusa do sujeito.

Abrindo um parêntese sobre essa estória de que loiô teria sido bem votado para vereador em Fortaleza no passado, *O Povo*, em um caderno especial (*Caderno Clubinho*) de 22 de março de 2003, apresentava o trabalho pedagógico do Museu do Ceará com as crianças e deixou na capa desse encarte especial, no canto superior direito, a seguinte pergunta: “Você sabia...que um bode foi eleito vereador?” No *Diário do Nordeste*, Caderno 3, de 24 de maio de 2003, em um artigo assinado por Délio Rocha, intitulado “Quem matou bode loiô”, no qual se discorre sobre algumas histórias que povoam o imaginário em torno da figura do bode, é dito que: “Se dependesse de voto, loiô poderia ter se tornado, na década de 1920, vereador de Fortaleza. Em uma eleição municipal, segundo contam, sua votação foi maior do que a de qualquer candidato da época”. Em uma nota a parte do artigo, intitulada “Estórias que o povo conta”, Régis Lopes, então diretor do Museu, afirmava loiô como a peça mais importante da instituição e que o bode colocava “em pauta a diversidade do acervo e

da cultura cearense, que é séria e irreverente ao mesmo tempo”, mas alertava ao fim que a maioria das histórias sobre loiô não passava de lenda.

Fechando o parêntese, porém, o que importa salientar aqui são os sentimentos de afronta e desrespeito que o jornalista Raimundo Eufrásio Oliveira, em 1974, sentiu perante a confusão feita pelo desinformado visitante. O bode assim, pelo enxerimento e desinformação de alguns, poderia achincalhar e desrespeitar a “história gloriosa” do estado. Com que espanto este jornalista não reagiu, se vivo estava, quando viu o Museu elevar para ícone da “identidade cearense” o empalhado caprino?!

As interpretações dadas pelas reportagens que mencionam o caprino a partir da década de 1990 salientam uma valorização dessa peça do Museu como nunca anteriormente. Em matéria de *O Povo*, de 4 de setembro de 1995, intitulada “O museu mostra as armas”, assinada por Christiane Viana, quando se apresenta ao leitor o Museu do Ceará, é mencionado que no “hall de entrada o visitante depara-se com a figura empalhada e curiosa do bode IOIÔ (sic), um dos símbolos de irreverência popular e do espírito gozador do povo cearense”. *O Povo* de 19 de dezembro de 1996 traz matéria intitulada “Museu do Ceará Moleque”, na qual demonstra detalhes da exposição permanente “Terra da Luz e Ceará Moleque” e aponta que a trilha construída pelos idealizadores da exposição para os visitantes termina na ala Ceará Moleque: “O final não poderia ser mais significativo da gaiatice cearense. Com o seu olhar enigmático e eterno, o bode loiô dá adeus aos visitantes”. Em reportagem de *O Povo*, Caderno Vida & Arte, 10 de dezembro de 1997, intitulada “Deu bode na cabeça”, assinada por Janaína de Paula, fala-se sobre a restauração do empalhado bode que teve sua calda arrancada e roubada em 1996: “O célebre bode loiô, a peça mais polêmica do Museu do Ceará, foi completamente restaurado. Símbolo máximo da molecagem cearense, ele ganhou pelo novo, recebeu um outro rabo e recuperou até mesmo o seu ‘cheirinho’ original”.

Em reportagem do *Diário do Nordeste*, Caderno 3, 25 de março de 1998, intitulada “Um passeio pela história: Museu do Ceará é reaberto dentro do Projeto Estação Ceará Terra da Luz”, é indicado que o empalhado bode loiô é a mais peculiar e preferida entre as atrações expostas e diz que o animal tornou-se “o símbolo de um povo moleque e irreverente”. Em reportagem de *O Povo*, de 30 de dezembro de 2002, intitulada “Ceará-Moleque”, é informado que o bode loiô fora homenageado pela curadoria do humor do Festival Vida & Arte e para receber o Prêmio Albanisa Sarasate

em nome do homenageado, fora convidado o diretor do Museu, Francisco Régis Lopes Ramos. Aliás, o diretor Régis Lopes, em entrevista ao jornal *Diário do Nordeste* de 20 de maio de 2007, disse: “Eu considero o bode loiô como nossa peça mais importante. [...]. O bode loiô representa a rebeldia, a ironia e o espírito irreverente que estão muito presentes em nossa cultura”.

É possível se estender mais ainda e demonstrar mais reportagens e artigos, principalmente dos anos 1990 para cá, que se referem ao bode loiô como símbolo da molecagem e da irreverência do “povo cearense”, pois essa é uma leitura que ainda ressoa nos dias correntes. E é inegável notar, todavia, como todas essas reportagens indicam como o empalhado bode no Museu passou a sugerir uma leitura positiva sobre sua figura histórica. O bode ali, no espaço museológico, se tornou ícone de uma “cultura cearense”, uma “cultura moleque” especificamente, e não mais fora visto como algo pitoresco ou curioso. E para a certeza daqueles que assim o leram desde então ainda se pode evocar Raimundo de Menezes, o cronista contemporâneo do bode, que em 1936 já o chamava de símbolo da irreverência dos filhos desta “gleba heroica de sofrimento”. O bode assim tem feito parte dos registros legítimos do passado histórico do Ceará – passado não necessariamente glorioso, mas moleque, conforme dizem.

Antes de concluir esse tópico sobre loiô é preciso esclarecer, em primeiro lugar, que atribuo ao trabalho de Sebastião Rogério Ponte (2001) essa recente leitura da molecagem como sinônimo de rebeldia ou resistência. Leitura a qual o Museu do Ceará adotou para o Bode loiô a partir de 1996 com a exposição “Terra da Luz e Ceará Moleque”. Ponte (2001) se tornou aqui um *mediador simbólico* (ORTIZ, 1994) na construção de sua interpretação histórica. Influenciado pela força interpretativa de outros trabalhos, como exemplos, os de Michel Foucault sobre as relações entre disciplina, saber e poder na história ocidental e o de Nicolau Sevcenko sobre a reforma urbana do Rio de Janeiro dos 1900, Sebastião Rogério Ponte construiu a sua *reinterpretação simbólica* de um “Ceará moleque” no seu *Fortaleza Belle Époque*. E mesmo entendendo que um dos trabalhos importantes do historiador é o de fazer a sua própria interpretação dos fatos históricos, momento no qual reside o valor de um trabalho historiográfico, essa interpretação não se deu gratuitamente para a comunidade de receptores que a recebeu.

A interpretação do bode como representante da “cultura cearense” foi adotada no contexto social e histórico em que os governos estaduais e os agentes

comunicativos em conjunto buscavam a valorização da identidade local na intenção de promover imagens turístico-culturais para o estado. A dita “molecagem cearense” e seu representante histórico, o empalhado bode loiô como peça de museu, se tornavam nos anos 1990 produtos de um “turismo cultural”. A imagem exótica de um bode no Museu estadual como símbolo de uma “cultura cearense” refletia um esforço feito pelos agentes da comunicação local e dos governos locais à época na promoção turística do Ceará e, mais especificamente, de Fortaleza.

Em segundo lugar, a valorização de um popular bode que fez parte da história do cotidiano daquela Fortaleza de outrora só pôde mesmo ocorrer depois da influência das modernas tendências historiográficas baseadas na história cultural e das mentalidades. Influências que remontam no tempo aos anos 1960 com Philippe Ariès, Peter Burke, entre outros historiadores europeus. Antes disso, o tratamento historiográfico dispensado ao bode no Museu só podia coadunar com a historiografia tradicional que valorizava maiormente eventos, datas e vultos célebres do passado. Apenas a partir de meados do século XX os “novos estudos históricos” baseados em metodologias como a da História Oral privilegiaram os grupos minoritários, os oprimidos ou esquecidos pela história tradicional. A história das mentalidades abordou o cotidiano, os comportamentos, as crenças e os valores daqueles que na “antiga história” foram suprimidos ou completamente esquecidos. E tanto o trabalho de Sebastião Rogério Ponte, *Fortaleza Belle Époque* dos anos 1990, como o ex-diretor do Museu do Ceará e historiador, Francisco Régis Lopes Ramos, foram influenciados por essas novas correntes teóricas na história.

Enfim, cito aqui Michel Polak (1992) quando aponta que há uma estreita ligação fenomenológica entre a memória e a identidade, esta entendida no sentido da imagem de si, para si e para os outros. A memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, e se constitui em fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si. Um museu trabalha com memória e é sempre preciso ressaltar que a memória é também um objeto de luta pelo poder de dizer, de fazer ver e de reconhecer qual é a memória legítima – ou reconhecida como legítima – dos grupos ou das classes sociais. Francisco Régis Lopes Ramos, já referendado aqui, na Introdução do *Boletim do Museu Histórico do Estado do Ceará* (2006, p. IV), afirma que um museu não é somente um lugar de preservação da memória, é, antes de tudo, “um espaço de escolha”, de forças que, em certas circunstâncias, seleciona artefatos,

exatamente aqueles que assumiram a condição de “objetos de memória”. E ele conclui: “Não há museu inocente, assim, como não existe memória espontânea”.

1.5 - A crônica histórica e a cultura moleque hoje

Se por um lado, nos anos de 1990, os novos discursos historiográficos concederam à expressão “Ceará moleque” um lugar de destaque no espaço de consagração à memória que os museus representam, colocando, no caso do Museu do Ceará, o empalhado Bode loiô como símbolo de uma rebeldia popular contra o que fora a *Belle Époque* fortalezense e seus projetos de remodelação e controle urbanos, por outro lado, difusos no meio social mais amplo os discursos de uma “identidade moleque cearense” já se consolidaram há muito.

Corroborando com Sebastião Rogério Ponte, certamente uma parte da crônica histórica que conta maiormente o passado da capital cearense denunciam um “histórico comportamento amolecado” do “povo cearense”. Mais precisamente, todas essas interpretações contribuíram para compartilhar as variadas simbolizações e/ou significações sobre essa “identidade moleque cearense” durante o século XX. Leituras, em grande parte, positivas e emblemáticas dessa “molecagem histórica”. A lista de cronistas que evocaram, ao longo do tempo, o “Ceará moleque” ou uma irreverência que caracterizaria o “povo cearense” é considerável. Esses cronistas ao relatarem acontecimentos anedóticos ou curiosos de um passado que era antes de Fortaleza do que do resto do Ceará deram como causa desses fatos a irreverência, a molecagem ou a gaiatice que seriam próprias dos cearenses.

O já citado Rodolfo Teófilo, antigo Padeiro-Mor da *Padaria Espiritual*, sanitarista, farmacêutico e romancista, em outro livro de crônicas, *Coberta de Tacos*, publicado em 1931, relata que em uma festa particular em Fortaleza um presidente de Estado vaiou um homem embriagado “com longos e finos assobios”. Teófilo explica a vaia: “É que os cearenses são irreverentes por índole, garotos por temperamento..., tanto que os nossos maiores chamavam a nossa terra deles: Ceará-Moleque” (apud MONTENEGRO, 2001, p. 163). Ressalto: os *nossos maiores!* Aqui, o autor além de identificar uma “índole irreverente” do “povo cearense”, aparenta ser mais simpático ao rótulo, pois os “grandes nomes do nosso passado” já alcunhavam o Ceará de moleque, e termina por apresentar outra justificativa, definindo a “irreverência

cearense” como *garotice* – os cearenses são garotos por temperamento! Afinal, uma das acepções da palavra moleque indica o “menino pequeno” e suas estripulias.

O também já citado Renato Sólton com o seu *Ceará Moleque (humorismo cearense)* de 1936 e seu elenco de personalidades que seriam como que representantes ilustres de um “Ceará moleque” dá à expressão notoriedade para o “anedotário e sarcasmo cearenses”. Raimundo Álvaro de Menezes (1903-1984), também já referido, com o seu *Coisas que o tempo levou...* de 1938, foi talvez o primeiro a associar o Bode loiô como o símbolo do “espírito irreverente dos cearenses”. João Nogueira (1867-1947), no seu *Fortaleza Velha* de 1954⁹, refere-se de modo negativo ao “riso do Ceará Moleque” como sendo, talvez, “pior que o de Voltaire, porque este achincalha e aquele mata...” e quando relata um “grande escândalo” nas ruas de Fortaleza indica que isso deve-se ao “Ceará Moleque, que tudo acanalha e desrespeita” (apud SILVA, 2003).

Herman de Castro Lima (1897-1981) no seu *Imagens do Ceará* de 1959, publicado no Rio de Janeiro, fala de um “rótulo definitivo para homens e coisas” no Ceará, “o título de Ceará Moleque, tantas vezes lançado pejorativamente ao mesmo berço de Alencar”, e afirma não ver razão em se desdenhar de um “gênero em que tanto se requer de sutileza intelectual, vivacidade e malícia, seja na chispa de gênio tantas vezes anônimo do povo, pois nele se compraz tanto o poeta ou o romancista de renome, como o cantador de improvisos ou o próprio homem da rua” (LIMA, 1997, p. 135-136). A molecagem é encarada positivamente em Herman Lima (1997) significando sutileza intelectual, vivacidade, malícia e chispa de gênio. Como se pode notar já nos anos 1950 ser moleque no Ceará não mais significava ser imaturo ou canalha. Há outras obras de memórias que são voltadas exclusivamente para a temática desse humor ou irreverência local como a de Plautus Cunha que publicou, dentre outros trabalhos, o *Ceará Gaiato* de 1955; Renato Sólton com o seu *Verve Cearense (de Quintino Cunha e Outros)* de 1969; Hilário Gaspar, *Ceará Hilariante*, de 1970.

Abelardo F. Montenegro (1912-?), como diria Raimundo Girão (2000, p. 67), “com o seu sólido forro de sociólogo”, publica em 1959 *A Praça do Ferreira - uma tentativa de interpretação do Ceará-Moleque*, obra que não trata de memórias, mas a

⁹ *Fortaleza Velha* (1954) de João Nogueira é uma coletânea de crônicas reunidas postumamente ao autor em jornais e épocas diferentes, a começar de junho de 1921 até maio de 1942, como informa Raimundo Girão (2000b) no seu *Fortaleza e a crônica histórica* de 1983.

partir de teorias psicológicas e sociológicas trata de um “molequismo cearense”. Ali Abelardo Montenegro explica como os “tipos populares” que deambulavam pela praça – “dementes, maníacos, paranoicos, psicopatas de todos os graus” – serviam de alvo predileto daqueles que precisavam descarregar tensões. Os “tipos populares”, personalidades “doentias”, despertavam o “molequismo” nos frequentadores da Praça do Ferreira – “a sede social do Ceará-Moleque”. Segundo Abelardo Montenegro, os “tipos populares”, “figuras grotescas e disgênicas”, cavavam “o molequismo ávido de vítimas, sequioso de escândalos e faminto de dissimetrias hilariantes”. Contudo, ao tentar realizar uma análise pretensamente científica, procurando a imparcialidade e a objetividade, ele, mesmo assim, realça o estereótipo de uma “irreverência inata” ao falar de um “molequismo cearense” como se abordasse um quadro de patologia psicológica com causas sociais. E o autor acaba, enfim, contribuindo para a produção dessa “memória coletiva” (HALBWACHS, 1990) sobre a molecagem.

Renato Ortiz (1994) realiza a aproximação entre a teoria da “memória coletiva” de Maurice Halbwachs (1990) com sua metáfora da memória estruturada como uma partitura musical e a teoria sobre as dramatizações da vida cotidiana de Erving Goffman (2011)¹⁰ para ressaltar que é na trama da interação social que o teatro da memória coletiva é atualizado. O grupo dá vida a memória, a preserva, pois ela é um mecanismo de conservação do grupo, mas a “memória coletiva” só pode existir enquanto vivência, isto é, enquanto prática que se manifesta no cotidiano das pessoas. Essa memória fundamenta a origem do grupo, dos quadros sociais, e é recorrentemente lembrada e se atualiza através, por exemplo, de rituais religiosos em certas culturas. Neste caso, sejam memórias em formas de crônicas ou em forma de pretensos trabalhos científicos, o certo é que todas essas obras aqui referidas, assim como várias outras, se tornaram fontes de uma “memória coletiva” (HALBWACHS, 1990) acerca desse “Ceará moleque”. Memória que foi e é acionada por variados grupos e instituições em diversos contextos quando cabe lembrar os “causos” passados do amolecado “povo do Ceará”.

¹⁰ Segundo Ortiz (1994), Halbwachs considera que a memória coletiva além de se apresentar como tradição se estrutura como uma partitura musical na qual a sinfonia final é o resultado das múltiplas ações de cada agente em particular (músico). Todavia, o músico executa algo programado de antemão e aqui Ortiz faz sua analogia com Goffman quando este faz sua metáfora teatral dos papéis dramáticos dos indivíduos na interação social, nos quais tais papéis, previamente definidos, influenciam as ações de uns sobre os outros.

Tomada como “tradição cultural” a ideia de um “Ceará moleque” se atualiza na vivência dos grupos sociais que fazem, cotidianamente, a “cultura moleque” hoje. Pouco depois de meados dos anos de 1980¹¹ se inicia em bares, pizzarias e espaços culturais nas noites de Fortaleza uma onda de *shows* humorísticos protagonizados por alguns indivíduos oriundos da cena teatral da cidade e outras figuras com a audácia necessária ou o “dom artístico” de fazer as pessoas rirem. Nos últimos anos, todas as noites da semana, durante todo o ano, é possível assistir a *shows* de humor em Fortaleza. A associação entre essa “tradicional molecagem cearense” e esses profissionais do humor no Ceará é operada, desde o início, tanto pelos meios de comunicação locais como pelos próprios humoristas. Em matéria jornalística local, publicada em julho de 1990, lê-se, textualmente, qual é razão por trás da explosão daquele movimento de humor de bar: “Rir sempre foi um grande programa. O Ceará, aliás, registra na sua história personagens que fizeram da molecagem uma forma de expressão. [...] o certo é que o humor está dando muito trabalho para atores e cantores em Fortaleza”¹². Como parte da mesma reportagem, o *brega star* Falcão, um dos, à época, “novos talentos do humor”, assinou um texto intitulado “A molecagem cearense”, no qual faz um rápido esboço histórico sobre essa “característica cearense” e perguntava por que Fortaleza é uma cidade “tradicionalmente moleque”.

Aquelas mesmas figuras que começaram a fazer humor nas noites de Fortaleza também passaram a ser contratados pelas emissoras de TV locais para protagonizarem programas humorísticos. A *TV Jangadeiro*, a qual foi inaugurada no ano de 1990 em Fortaleza, é uma das emissoras que, desde seu início, produz programas com os “humoristas do Ceará”. Tradicionalmente os programas humorísticos da *Jangadeiro* com esses artistas do riso são de curta duração (de 10 a 15 minutos) e vão ao ar todos os dias da semana, com exceção de domingo, no início da tarde. Elenco alguns desses programas ao longo dos últimos anos: no ano de 1993 a *Jangadeiro* veiculava o *Zé Modesto Fumando Numa Quenga*, protagonizado pelo humorista João Netto com o seu personagem *Zé Modesto*; no ano de 1995 o programa era o *Botando Boneco* que tinha como estrela o boneco *Seu Encrenca* articulado pelo

¹¹ O próximo capítulo deste trabalho se detém sobre o processo de formação desse movimento de “humoristas do Ceará” que vai de imediato sendo interpretado a luz dos discursos sobre a “tradicional molecagem cearense”.

¹² Matéria intitulada “O Boom do Humorismo de Bar”, jornal *O Povo*, Fortaleza, Caderno B, p. 2, 22 jul. 1990; assinada por Jackson Araújo e Tininha Magalhães.

humorista de origem pernambucana Augusto Bonequeiro; no ano de 2006 era a vez da *Panelada da Babalu* com o humorista Amadeu Maia e sua personagem *Babalu*; desde 2012 até o corrente ano de 2015, a Jangadeiro transmite o *É de Graça*, protagonizado pelo humorista Aluísio Júnior.

Outras emissoras de TV locais também incluem em suas grades de programação os “humoristas do Ceará”. É o caso da emissora *TV Diário* afiliada ao sistema Verdes Mares de Comunicação com os programas *Nas Garras da Patrulha* e *Vila do Riso*, este último, aliás, é apresentado como sendo embasado pela “mais autêntica molecagem”¹³. Contudo, elencar os variados programas de humor e seus protagonistas não é o importante aqui, importa apontar é que a representação de uma “tradicional irreverência cearense” não apenas é difundida por eles nos dias hoje, mas fundamenta propriamente a feitura e existência desses programas. Aqui não se trata unicamente de uma estratégia de busca de identificação com o público assistente (*a TV que é a cara da gente!*). *Fazer molecagem na televisão*, a “molecagem do povo do Ceará”, é manifestar a simbolização que orienta essas práticas lúdico-artísticas.

Nas últimas décadas alguns “dicionários populares” foram publicados na divulgação de um linguajar ou vocabulário que seria “próprio do Ceará” ou de um “jeito de falar cearense” (LIMA, 2003). Em 2000, Andréa Saraiva, publica o *Órelho Cearense – dicionário romanceado e ilustrado de termos e expressões do palavrado do Ceará*; em 2001 é a vez de Marcus Gadelha, publicar o seu *Dicionário de Cearês – termos e expressões populares do Ceará*. Nonato Lima (2003) compreende que os dicionários baseados nos “falares regionais” surgiram com a valorização dos estudos linguísticos sobre o “uso efetivo da língua na comunicação cotidiana dos falantes”. Estes dicionaristas querem mostrar, segundo Lima (2003), um “jeito de ser cearense” a partir de um “jeito de falar cearense”. Contudo, esses dicionários são compreendidos por Nonato Lima (2003) como veiculadores de um discurso que demonstra um padrão linguístico-comportamental que “silencia aspectos sócio-históricos e ideológicos relevantes”, um discurso que possibilita, por exemplo, o “preconceito linguístico” contra aqueles que falam fora das normas gramaticais. Um falar que é próprio daqueles que não tiveram educação formal, pessoas analfabetas ou sem estudo.

¹³ “O programa Vila do Riso comprova que por trás de todo cearense há um humorista. Diversos tipos conhecidos do grande público interpretam o cotidiano tendo por base a mais autêntica molecagem”. Disponível em: <<http://verdesmares.globo.com/tvdiario/noticia.asp?codigo=118112&Modulo=779>>; Acesso em: 10/10/2014.

Esse “jeito de falar cearense” é reproduzido atualmente em um canal de vídeos humorísticos, vinculado ao *site* de compartilhamento *Youtube*, chamado de *Xafurdaria*, o qual é feito por um grupo de jovens garotos residentes na cidade de Aracati, litoral leste do Ceará. O “Cearês” também se encontra na *fan page* *Suricate Seboso*, do *site* de perfis pessoais Facebook, que é produzido por jovens que residem na periferia de Fortaleza, especificamente no bairro de Messejana. O *Suricate Seboso* veicula imagens de Suricates, animal natural da África, cheios de dizeres e falares locais como “armaria nam!” – expressão de espantada rejeição, corruptela de “Ave-Maria, Não!” O sucesso foi tamanho que atualmente a *TV Jangadeiro* veicula “As rapidinhas do Suricate Seboso”, curtos vídeos de animação que, segundo informam, “simulam situações do cotidiano com abordagens genuinamente cearense”¹⁴. Cito o *Xafurdaria* e o *Suricate* aqui, pois os seus idealizadores têm atingido com suas “molecagens” na internet números expressivos de acessos e seguidores – a página do *Suricate* no Facebook já possui, neste corrente ano de 2015, 20 milhões de seguidores – e já convertem as “brincadeiras” em lucro financeiro. O *Xafurdaria* e o *Suricate Seboso* são manifestações dessa “cultura moleque” contemporânea que se atualiza também no e pelo mundo virtual. Uma cultura que está, como pode ser percebido, em variadas instâncias da produção artístico-lúdica atualmente.

Outro produto cultural que investiu em um linguajar “cearês” foi o filme *Cine Holliúdy*, lançado em 2013, de Halder Gomes. Segundo alerta a crítica do *site* “Adoro Cinema” sobre este filme, assinada por Roberto Cunha com o título “Filme Porreta”¹⁵, o *Cine Holliúdy* é “um filme todinho falado em ‘cearensês’ ou, se preferir, cheio de ‘cearensidade explícita’”. E para aqueles que não entendem nada de “cearensês”, avisa o crítico, o filme é todo legendado mostrando expressões como “bife do oião” e “foi-se as prega rainha” para que os não falantes desse linguajar entendam. A propósito outras películas já fizeram quase o mesmo ao procurar retratar um “falar nordestino” como é o caso do *Auto da Compadecida* de Guel Arraes de 1999, baseado na peça teatral homônima de Ariano Suassuna de 1955.

Na América Latina, sublinha Renato Ortiz (2000), o rádio e a televisão “reciclam as tradições populares”. Em vários países, na verdade, as indústrias

¹⁴ Informação disponível em: <<http://tribunadoceara.uol.com.br/videos/suricate-seboso-2/rapidinhas-suricate-seboso-7/>>; acesso em: 25/11/2014.

¹⁵ Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-219352/criticas-adorocinema/>>; Acesso em: 23/11/2014.

culturais combinam tecnologias, interesses pecuniários e as especificidades culturais. Na moderna sociedade brasileira, sublinha Ortiz (2006), com a ascensão da indústria cultural no país, o popular se identifica com aquilo que é mais consumido. Só é popular hoje aquilo que atinge um grande público consumidor. E com a consolidação de um mercado de bens culturais, de uma televisão nacional que integra o país, o nacional se identifica com o mercado de consumidores ao redor do Brasil. No caso específico, da “cultura moleque” contemporânea, trata-se do “popular local ou regional” mercantilizado e bem consumido agora pelas instâncias diversificadas de consumo da indústria cultural no país hoje.

Desde 2009, uma empresa chamada *Nova Letra* de Fortaleza promove a corrida de rua “Pé na Carreira”, o título se justificaria porque “cearense não corre, dá o pé na carreira”. Mais uma vez o linguajar aqui procura definir *o que faz ser cearense*. Com percursos de 5 a 10 quilômetros o “Pé na Carreira” chegou no ano de 2014 na sua 5ª edição. Reproduzo a seguir o que afirma o *site* do evento sobre os motivos de criação dessa corrida de rua:

O que é o Pé na Carreira?

Vivemos num tempo em que as sociedades perdem cada vez mais os tradicionais costumes, velhos hábitos, gêneros de vida, profissões e muitos paradigmas são substituídos por práticas passageiras, apelativas e com pouca ou nenhuma identificação social, histórica e cultural.

Há 5 anos, o Pé na Carreira promove em Fortaleza uma corrida de rua diferente, onde milhares de corredores, profissionais e amadores, turistas e cearenses se encontram numa grande festa culturalmente esportiva.

Mais que uma corrida de rua, o Pé na Carreira valoriza a irreverência criativa e genuinamente do cearense, em suas mais variadas manifestações históricas e comportamentais. A molecagem saudável é tema e atração principal do evento, fazendo do esporte uma grande homenagem aos costumes do nosso povo.

Então, Ó o mei que lá vem uma ruma de cearense. iiiieeiirrr !!!¹⁶

Como se pode ver, a ideia que os idealizadores do evento defendem é a de que nos tempos atuais os “tradicionais costumes” se perdem para “práticas passageiras, apelativas” com pouca ou nenhuma identificação social, histórica e cultural como, evidentemente, o tradicional “comportamento amolecado dos

¹⁶ Disponível em: <<http://www.penacarreira.com.br/info.html>>; acesso em: 23/11/2014.

cearenses”. A molecagem, esse suposto comportamento cearense tradicional, seria aqui resguardada nessa corrida de rua. Daí uma das razões de existir dessa “festa culturalmente esportiva” e diferente. É certo afirmar que a preocupação aqui claramente é de firmar fronteiras contra as padronizações de uma “cultura global”. Lembrando Renato Ortiz (2000, p. 171), entretanto, este afirma, que os movimentos de diferenciação não são antagônicos ao da globalização. Padronização e diferença são faces de um mesmo fenômeno. O local não está necessariamente em contradição com o global, pelo contrário, encontram-se interligados, pois a globalização se realiza através da diferenciação (ORTIZ, 2000). A corrida *Pé na Carreira* é mais uma manifestação dessa “diferença dos cearenses”, diferença que se reafirma justamente nesse processo de “mundialização da cultura” o qual apesar de possibilitar uma impressão de que vivemos numa aldeia global, termina “repondo a questão da tradição, da nação e da região” (OLIVEN, 1992).

Outro aspecto a se considerar sobre isso é que esse discurso de *cearensidade moleque* engendra uma “representação prática”, ele pode *contribuir para produzir* o que aparentemente ele descreve ou designa, ou seja, a *realidade objetiva* (BOURDIEU, 1996). Os critérios “objetivos” da identidade “regional” ou “étnica” constituem o objeto de *representações mentais* e de *representações objetivas*: emblemas, bandeiras, insígnias, coisas ou atos. A definição da identidade “regional” ou “étnica” é objeto de uma luta entre classificações, como diz Bourdieu (1996). E para entender essa luta simbólica, essa luta pela classificação de uma “identidade regional”, é preciso superar a oposição (aparente) entre representação e realidade; é preciso incluir no real a representação do real, ou melhor, a luta entre representações da realidade que fazem essa realidade. Discurso e/ou representação que é apropriado de diversas formas atualmente por diferentes grupos e agentes sociais que tanto o pensam como verossímil com a realidade em que vivem como o promovem ou defendem marcando assim a diferença em relação aos “não-cearenses” que não possuiriam o traço marcante, histórico e tradicional, desse “humor moleque” do povo – *Ó o mei que lá vem uma ruma de cearense, iiiieeiirrr !!!*. Trata-se afinal de uma representação e/ou discurso que é *verossímil* (OLIVEN, 1992) no imaginário e memória coletivos dos agentes sociais.

Existe hoje, assim, um número significativo de instâncias de produção desta “cultura moleque” contemporânea, as quais podem ou não se comunicar entre si, mas que formam como que uma rede de intertextualidade cômica, a qual, por

vezes, aciona a crônica histórica como o cânone da memória da molecagem. Elenco aqui uma série de referências trabalhadas no humor tanto dos “humoristas do Ceará” (na TV e nos *shows*) como no dos cordéis, da internet, e dos dicionários regionais: um “jeito de falar cearense” (*arrocha o nó, riba os braço*); as piadas sobre cornos (*os mói de chifre*); a “baitolagem” (forma insultuosa de se referir aos homossexuais “espalhafatosos”); a “vaia cearense” (algo como *iiiiiee*); as ignorâncias do bruto matuto sertanejo Seu Lunga de Juazeiro do Norte; a falta de decoro *das “rapariga”* (sem plural mesmo), não propriamente as prostitutas, mas as mulheres desonestas; o linguajar dos malandros ou criminosos das periferias de Fortaleza (*os nego, os chapa, os muito doido*); enfim, cito elementos gerais *que servem para fazer rir* e são componentes dessa rede intertextual do “humor cearense” de hoje. Um humor que traz a marca do “popular local” e que é nos últimos anos apropriado por essa rede econômica do entretenimento-turismo do Ceará.

Por fim, temo que existam lacunas certamente nesta minha tentativa de mapear o processo espaço-temporal de criação ou cultivo de uma “cultura da molecagem”. Porém, o esforço aqui, foi no sentido de demonstrar que apesar da ideia de um “Ceará moleque” ter se originado nos fins do século XIX, provavelmente nas interpretações literárias sobre uma Fortaleza do passado com suas personalidades e seus fatos humorísticos ou inusitados, o rótulo fundamenta hoje representações e práticas com sentidos os mais diversos. A “tradição moleque” alusiva ao Ceará é mote hoje para alguns grupos de pessoas ganharem mesmo dinheiro com isso. Entretanto, antes de ficar por aqui, é preciso que fique evidente um importante aspecto sobre tudo o que foi exposto até o momento: mais do que um estereótipo, o “Ceará moleque” é uma *interpretação sobre o que faz ser cearense* que tem atualmente sido engendrada pela relação entre economia e cultura, pelas políticas culturais dos governos locais e tem servido para orientar ações artístico-lúdicas.

Capítulo II - A geração moleque dos bares: os humoristas do Ceará

Neste capítulo, procuro demonstrar o surgimento dos hoje nacionalmente conhecidos “humoristas do Ceará” que, em âmbito local, desde suas primeiras aparições, foram e continuam sendo vistos e se veem como representantes da “cultura moleque do povo cearense”. E é preciso esclarecer: chamo aqui de “humoristas do Ceará” aqueles que surgiram a partir do movimento de apresentações humorísticas nos bares de Fortaleza de meados dos anos 1980 em diante. Essa denominação entre aspas se explica porque, como demonstrarei, foi a partir deles que a produção artístico-cultural de humor no estado passa a ser encarada com um caráter local. Antes deles, por exemplo, humoristas como Chico Anysio (1931-2012) e Renato Aragão (1935), nascidos no Ceará, eram vistos mais como “artistas brasileiros” do que “cearenses”. Como se verá, o início desses “humoristas do Ceará” teve como ponto de partida movimentos artísticos de um teatro cômico experimentando espaços alternativos de apresentação ocorridos na década de 1980, em Fortaleza, junto a uma tendência nacional de abordagem artístico-anedótica de um estilo musical e comportamental “brega”.

A movimentação de atores e cantores, muitos deles amadores, no circuito de apresentações artísticas dos bares fortalezenses há quase 30 anos foi, desde então, interpretada como outra manifestação da “molecagem cearense” por esses artistas e pela imprensa local, principalmente. Artistas do riso que, como irei demonstrar no próximo capítulo, nos últimos anos, tem constituído uma específica esfera da produção cultural que transforma o humor em um bem simbólico para o circuito econômico do entretenimento-turismo (FARIAS, 2011).

Trata-se aqui, então, de um trabalho de análise das circunstâncias sociais e históricas na qual emergiram os “humoristas do Ceará” que só recentemente – e, enfatizo, só recentemente – tem também começado, timidamente é verdade, a se estruturarem em torno de uma configuração de relações socialmente distribuídas fundamentadas pela existência de regras próprias, disposições e pela conquista de posições e lugares hierárquicos, os quais só podem ser alcançados pela aquisição de determinados capitais simbólicos, culturais e econômicos (BOURDIEU, 2005, 1998, 1996a, 1996b). Destarte, como já mencionado, o embrião desta atual esfera da produção artístico-humorística a que me refiro, desde o começo, teve como lastro um imaginário e memória coletivos acionados para associar àquele movimento de

humoristas nos bares a outra manifestação do “Ceará moleque”, uma associação feita em âmbito local e que se torna um mote para o reconhecimento nos meios social, cultural e político do estado para esses profissionais do riso. Humoristas que se recobrando da imagem de representantes de uma *cearensidade moleque* buscam, assim, conquistar a legitimidade do seu trabalho artístico-cultural no espaço social mais amplo em que atuam profissionalmente.

No geral, a “molecagem cearense” com esses humoristas teve a possibilidade de fazer transitar o “popular local” para o “popular-nacional” quando este grupo de artistas dos bares passou a se apresentar nos meios de comunicação de grande público do país. Outro respaldo para este trânsito do local ao nacional fora fortalecido pela associação desses humoristas às figuras já consagradas como celebridades televisivas no Brasil de Chico Anysio e Renato Aragão, o que ajudou a consolidar nacionalmente a imagem do Ceará como “Terra do Humor” durante os anos 1990, principalmente. Nascidos no interior do Ceará, tais personalidades conquistaram notório conhecimento público no país justamente por terem feito programas radiofônicos (no caso de Chico) e televisivos de humor de grande audiência nacional entre os anos 1940 e 2000: “... a história do humor no Ceará se iniciou tempos atrás. Tudo começou com Chico Anysio e Renato Aragão, que entre os anos (19)40 e (19)60 mostraram seu talento”¹⁷ (grifos meus). Contudo, como demonstrarei um pouco mais a frente neste capítulo, Chico e Renato eram, antes da “geração dos bares”, humoristas mais nacionalizados do que localizados ou regionalizados. Além disso, apenas a trajetória artística de Chico Anysio vai ter uma relação direta com os “humoristas do Ceará”. E sobre Renato Aragão, este não teve nenhuma ligação direta com a conformação do espaço social artístico que aqueles humoristas dos bares vêm constituindo nos últimos anos.

2.1 - Comediantes não, humoristas do Ceará

Os “humoristas do Ceará” tem uma relação simbolicamente dominada com o “pessoal do teatro” no estado. Esses humoristas foram e são desvalorizados pelos artistas teatrais locais, grosso modo, como “não artistas”, pois contar piadas em bares e restaurantes não faria parte das artes cênicas. Contudo, não apenas parte desses

¹⁷ Reportagem “A arte de fazer rir”, **Revista Bravo**, nº 4, outubro de 2009, p. 50 a 52.

humoristas são oriundos de um teatro alternativo e amador, como correntemente os princípios de diferenciação que podem organizar a relativa autonomia nesta esfera da produção cultural do humor no Ceará foram e são tomados de empréstimo justamente do teatro.

Desconsiderando de primeiro momento a arbitrariedade das distinções no espaço social maior das artes, tanto o ator comediante como o humorista são artistas do entretenimento que tem por intenção o *fazer rir*. No entanto, ao se considerar essas arbitrárias diferenciações é preciso salientar que diferente do ator comediante oriundo do teatro, o humorista não é necessariamente e nem precisa ser do teatro, este seria o sujeito que cria e/ou conta piadas ou situações engraçadas. Apesar da interessante discussão semântica sobre as definições precisas desses *sujeitos do riso*¹⁸ o que interessa aqui é demonstrar como os agentes que produzem e atuam especificamente nas artes cênicas do Ceará se opõem aos humoristas dos bares. Uma oposição que é responsável, na verdade, não apenas no âmbito local do Ceará, por diferenciar e separar atores de humoristas. Oposição fortemente demarcada por um dos lados que descobri ou dei-me conta quando na pesquisa para o mestrado em sociologia, em 2007. Nas entrevistas exploratórias com alguns humoristas ouvi a menção a um preconceito que viria por parte do “povo do teatro” em relação aos humoristas que atuavam nos bares de Fortaleza:

Rapaz, é um negócio com o povo do teatro, não sei se você sabe, tem um preconceito *pra caralho* com o humorista. Eu não sei, eu nunca tive esse preconceito, eu na minha mente tudo tem espaço para todo mundo. O pessoal do teatro pode ter o preconceito de humor quando o humorista não faz o caminho que eu fiz: do teatro para o palco do bar. Tem humorista que começa a fazer piada em casa e daqui a um dia está subindo num bar e às vezes não tem aquele preparo cênico, não tem aquela coisa, eu acho se houver o preconceito é a partir daí, tá entendendo?! (Amadeu Maia, entrevista em 07 de julho de 2007)

Este trecho de fala é oriundo de uma entrevista que fiz com o ator e humorista Amadeu Maia, intérprete dos personagens *Biba* e *Babalu*, em julho de 2007, no camarim da TV Jangadeiro, quando eu realizava a pesquisa no mestrado em sociologia da UFC. Amadeu Maia em depoimento contou que veio do teatro amador

¹⁸ Para uma discussão semântica sobre os tênues traços que definem os *sujeitos do riso*, conferir: VALE, Ronny Petterson Gomes do. Quem faz rir? – Das máscaras cômicas dos sujeitos do riso. Revista Sell, vol. 4, nº 2, 2014. Disponível em: <<http://www.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/sell/article/view/392>>; acesso em: 12/02/2015.

no seu bairro de infância, o Conjunto Ceará aqui de Fortaleza, nos anos 1990, depois foi integrante da *Companhia da Molecagem Cearense*, companhia de teatro capitaneada pelo ator comediante Carri Costa. Sublinho que este último, Carri Costa, ator de teatro e que já fora tomado muitas vezes pela imprensa local como membro desse grupo de humoristas dos bares, não se identifica como humorista, mas categoricamente se coloca como ator comediante. Todavia, como se verá, é um fio comum na biografia de alguns desses humoristas dos bares terem experiências pregressas à carreira de humorista no teatro amador de escolas e/ou comunidades religiosas.

Retomando, até então, antes desta entrevista com Amadeu Maia, repito, desconhecia a visão preconceituosa do “povo do teatro” contra esses humoristas. Um preconceito que se justificaria quando o humorista não vem ou é do teatro, quando “não tem aquele preparo cênico”. A rejeição dos que fazem teatro a esses humoristas de bar de Fortaleza foi criticada recentemente por um sujeito que ocupa uma posição privilegiada nesse espaço social das artes cênicas no estado. Em artigo publicado no site da *Rádio Universitária* de Fortaleza, datado do dia 25 de janeiro de 2012, o professor do curso de licenciatura em Teatro do Instituto Federal Tecnológico do Ceará (IFCE), Fernando Lira Ximenes, critica esse preconceito contra os “profissionais do riso” cultivado pela “classe teatral”. Existe, sublinha o professor, entre a “nossa classe artística, principalmente a teatral, aqueles que desclassificam os méritos alcançados pelos nossos profissionais do riso...”. Fernando Lira afirmou que tal *desclassificação* se assentaria sobre “alegações equivocadas e, em muitos casos, enciumadas” de que “os humoristas cearenses se utilizam, na maioria das vezes, de repetição dos temas, e o que se produz no lugar de um riso salutar e rebelde é um riso extremo, apelativo e forçado”.

O professor de teatro do IFCE prosseguiu no referido artigo jornalístico em sua defesa aos humoristas *desclassificados* por alguns membros da “classe artística teatral” salientando que para “além dessas alegações, existem outras que desmerecem o valor estético do espetáculo de humor classificando-o de um riso fácil, o riso pelo riso, que não é arte, por ser muito fácil estar em frente de um público, contando piadas em pizzarias”. Os humoristas, assim, provocariam no público assistente um *riso fácil*, sinal de desclassificação de sua arte humorística, uma vez que seria apelativo e usaria de palavrões e referências ao “baixo corporal” bakhtiniano nos seus espetáculos. É este um dos aspectos nos quais se centra essa

desclassificação dos “humoristas do Ceará” por parte da “classe teatral”, como mencionado por Amadeu Maia, é o de que os humoristas não fazem uma “boa arte” ou uma “verdadeira arte” por não terem preparo ou formação para o palco. Outro aspecto dessa rejeição cai sobre o tipo de humor caricato feito por esses humoristas, os quais com suas personagens representam preconceituosamente algumas categorias sociais como o homossexual afetado (a “bichinha”), o sertanejo ou o “matuto” e a “empregada doméstica” que são, por vezes, interpretados como ignorantes ou “burros”. E a despeito de uma discussão do tipo “e o que é arte, afinal?”, que tal rejeição possa despertar, Fernando Lira arrematou:

Não há nenhuma pretensão de solucionar, nestas poucas linhas, essa “querela” secular que parece não ter solução. A intenção de trazer à tona tais questões é, apenas, para evidenciar um fato histórico que, apesar de algumas manifestações humorísticas propagarem certos preconceitos sociais, como outras expressões artísticas, o espetáculo de humor sofre, durante muitos anos, o preconceito e a rejeição de uma grande parcela da classe artística de nosso estado. Muitos desses preconceitos acontecem por pura ignorância no assunto, pois comparadas as outras linguagens artísticas, as publicações sobre o risível são quase insignificantes. Mesmo nas escolas de teatro, a esta abordagem não tem sido dada a devida atenção, pela crença equivocada de que a expressão humorística não merece ser levada a “sério”.

As escolas de teatro não estariam dando devida atenção ao humor por uma crença de que não se trata de algo a ser levado a “sério”. Fernando Lira lembrava, antes desse trecho citado, que desde a afirmação de Aristóteles na sua *Poética* de que a comédia representa os homens piores do que eles são, a arte de fazer rir há muito é considerada como uma “arte menor” – “... para Aristóteles, é estrita a separação entre a tragédia, que apresenta os homens como melhores do que são, e a comédia, que exagera seus defeitos (MINOIS, 2003, p. 38). George Minois (2003) com o seu *História do Riso e do Escárnio* e Verena Alberti (1999) com o seu *O riso e o risível na história do pensamento* podem confirmar esse desdém pela comédia e as artes do “não-sério” ao longo da história ocidental. No *Filebo* de Platão, obra do século IV a.C., a mais antiga formulação teórica que aborda o riso, trata-se o risível como um vício que se contrapõe à máxima escrita na entrada do oráculo de Delfos: “Conhece-te a ti mesmo”. Quem se desconhece, quem não sabe seus limites, é risível. Quando se crê que é mais rico ou mais afortunado do que se é na realidade; quando se acha mais belo, virtuoso ou forte do que se é de fato. Na inclusão da questão do riso no *Filebo*, um diálogo dedicado à distinção entre os prazeres verdadeiros e os falsos,

compreende-se a inferioridade do prazer cômico ante os prazeres puros do belo, do ser e da verdade (ALBERTI, 1999, p. 44).

Todavia, o problema aqui é o de que para o “povo do teatro” os humoristas é que não devem ser levados à “sério”. Noutros termos, não se trata propriamente do “menor valor estético” das artes do risível em frente ao “maior valor estético” das “artes sérias”, trata-se de uma demarcação de fronteiras simbólicas, de uma delimitação de quem é ou não é “artista”. Elias Thomé Saliba (2002) lembra dos “engraçados arrependidos” na *Belle Époque* carioca como o escritor, bibliotecário e jornalista Bastos Tigres (1892-1957) que escrevera revistas e obras de cunho humorístico no início do século XX no Rio de Janeiro, e o qual teve várias vezes seu nome indicado para integrar a Academia Brasileira de Letras (ABL) e todas as vezes saiu derrotado, ou de outro modo, *desclassificado*. Ressalta Elias Thomé Saliba (2002) que Bastos Tigre queria partilhar daquele grupo de “homens cultos”, mas percebeu que pesava sobre ele a pecha de “humorista” – em dado momento era constrangedor ser classificado apenas como humorista ou “escritor-cômico”, pois, sublinha Saliba (2002), particularmente no Rio de Janeiro, o humorista era confundido com o “boêmio”, uma categoria social mal vista pela “elite intelectual” da Academia. A não aceitação do escritor cômico, do cartunista e humorista Bastos Tigre pela ABL exemplifica mais do que uma rejeição milenar contra o humor, representa o contexto de relações de força no qual uma “elite artístico-intelectual” mantém seus privilégios e *status quo*.

Aos “humoristas do Ceará” o preconceito e a rejeição do “povo do teatro” já foi sentida violentamente em outras paragens no Brasil. O humorista Paulo Diógenes, criador e intérprete da personagem *Raimundinha Jereissati*, um dos primeiros a iniciar esse “humor de bar” em Fortaleza, e que tem origem teatral, em maio de 2011 foi vítima na cidade de São Luís no Maranhão desse preconceito. Depois de 15 minutos de abertura do espetáculo *Raimundinha, meu nome é humor*, anonimamente arremessaram três preservativos cheios de fezes na plateia do Teatro Arthur Azevedo. Há uma tradição antiga nas artes cênicas de desejar “merda” para os atores na intenção de que a apresentação seja um sucesso, e alguém de modo deliberado usou metaforicamente tal tradição para achincalhar com o espetáculo de Paulo Diógenes. É como se o teatro, lugar da “verdadeira arte cênica”, não possa se render a esse tipo de “arte comercial” feita pelos “humoristas do Ceará”.

Aqui, certamente, trata-se de uma demonstração, por parte daqueles que fazem teatro, em um ato de rejeição violenta, de que a arte deles é superior ao que

esses “artistas comerciais” fazem sem fundamentação técnica ou valor estético. É necessário salientar, porém, que o caso também envolve a revolta da classe teatral do Maranhão com o tratamento do então governo maranhense para as artes cênicas no estado. Em um *blog* intitulado “Teatralizando”, administrado por pessoas ligadas ao teatro maranhense, há uma esclarecedora crítica acerca deste episódio com Paulo Diógenes: “Mas gente! Não posso ser injusto e dizer que ‘MERDA’ só acontece no TEATRO SUJO ARTHUR AZEVEDO. A merda começa deste a Secretaria de Cultura, na verdade desde o governo do estado”. A crítica ainda denuncia como as artes cênicas foram desprivilegiadas no estado e como o produtor cultural que levou o *show* da *Raimundinha* conseguiu facilmente alugar o espaço público do teatro, coisa que não seria fácil para os que fazem teatro no Maranhão¹⁹.

O jornalista Magela Lima²⁰ assinou uma crítica no jornal *O Povo* (de Fortaleza) sobre o caso, à época do ocorrido, na qual reconhecia que “independente dos equívocos” o “humor cearense é um patrimônio nosso e um motor decisivo para a nossa economia cultural”. Todavia, o interessante é que apesar de dar algum crédito aos humoristas, Magela Lima, em outro trecho, indicava que embora claramente não concordasse com o mal feito, sabia dos motivos dessa rixa que é nacional: “Em São Paulo e no Rio, por exemplo, o besteiro não é teatro. Na Bahia, a patifaria não é teatro. Assim como, para muitos de nós, cearenses, os shows de humor também não são”. Destarte, enfatizo, os humoristas não seriam “atores”, pois fazem humor e não participam da arte teatral. Trata-se aqui da defesa de uma “arte teatral pura” e isto demonstra explicitamente uma luta por *definição* (BOURDIEU, 1996b), de definir *quem é e quem não é do teatro*, a tentativa é mesmo de impor os limites do *campo* da arte teatral, conforme diria Pierre Bourdieu, de delimitar as “condições da vinculação verdadeira” daqueles que pertencem e os que não. Eu mesmo presenciei em uma palestra sobre humor promovida no Theatro José de Alencar, no mês de outubro do ano de 2009, o ator e diretor de teatro local, Carri Costa, que dirige e atua em peças humorísticas na cidade, afirmar que o humor feito por “alguns desses humoristas daqui” é de “baixo nível”, e ao falar gesticulava colocando a palma da mão rente ao

¹⁹. Disponível em: <<http://teatralizandodramaturgia.blogspot.com.br/2011/05/o-caso-da-merda-no-e-do-teatrinho.html>>; acesso em: 10/02/2015.

²⁰ Crítica intitulada “O humor do Ceará e a merda do Maranhão”, assinada por Magela Lima, *O Povo*, edição 27743, Coluna Imagem em Movimento, Fortaleza, sexta-feira, 13 de maio de 2011.

chão, demonstrando de quão “baixa qualidade” era a “arte” produzida por esses profissionais do riso no estado.

Em depoimento registrado em 2005 concedido a revista *Entrevista* do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará, Paulo Diógenes desabafava acusando os atores-administradores do teatro do Instituto Dragão do Mar de Arte e Cultura – equipamento cultural de Fortaleza – que cobravam a ele mais caro a pauta²¹ do espaço: “Eles perseguem”²², dizia o humorista, pelo fato de ele “fazer humor e não teatro”. Porém, o próprio Paulo, nessa entrevista, dizia: “Eu acho que no teatro você tem a condição de mostrar o seu trabalho artístico. O bar não...”; “E eu prefiro o teatro. De tudo, o que me satisfaz é o teatro. Foi de onde eu vim”. Aqui, mesmo reconhecendo a desvalorização e “perseguição” por parte “deles”, Paulo lembra sua associação de origem artística com seus “perseguidores”. E como um sujeito próprio das artes cênicas Paulo Diógenes apresenta nos encerramentos de seus *shows* de humor uma performance no qual dublando a música *Sonhos de um palhaço*, de autoria do compositor e cantor Antônio Marcos Pensamento da Silva (1945-1992), vai tirando a maquiagem e a roupa da personagem *Raimundinha Jereissati* e vestindo-se e maquiando-se como um palhaço²³. Assim, este humorista embora reconheça a rejeição que sofre por parte “deles” do teatro, em outros momentos aciona a relevância e importância das suas origens teatrais sobre o humor que faz nos palcos dos bares.

Por fim, a busca da distinção por parte do “pessoal do teatro” aqui indica uma procura inconsciente de reproduzir na esfera de interações das artes cênicas a distribuição estrutural de posições sociais e de recursos. Os humoristas, por exemplo, teriam menos capital cultural do que os atores comediantes no que diz respeito a quantidade de membros de cada grupo artístico que possua diploma de nível superior completo ou que está cursando alguma faculdade/universidade? Em um universo pesquisado com 58 humoristas que atuavam em Fortaleza no ano de 2006, Paulo Sérgio de Brito (2006) demonstra o seguinte quadro do nível de escolaridade desse grupo artístico: 67,2% tinham ensino médio completo (39 humoristas) e 13,8% tinham

²¹ A pauta é a quantia pré-fixada ou percentual da bilheteria paga aos administradores do espaço físico do teatro pelos artistas para o uso do local.

²² Revista *Entrevista*, do curso de Comunicação Social da UFC, Fortaleza, julho de 2006, nº 17, p. 3-27.

²³ Esta performance final do *show* da *Raimundinha* pode ser vista também em alguns vídeos compartilhados no site *Youtube*. Segue o endereço eletrônico de um dos vídeos que está disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qBTfTj9U6uw>>; acesso em: 04/03/2015.

nível superior completo (8 humoristas). É importante ressaltar que o grau de escolaridade pode não ser o critério para ser um “bom/boa ator/atriz” ou um “bom/boa humorista” certamente, porém é plausível argumentar, nos termos de Pierre Bourdieu, que isto indica uma qualificação intelectual produzida pelo sistema educacional, no caso de um diploma trata-se de um capital cultural em estado institucionalizado, o que se converte em um recurso valorativo para o posicionamento do agente social nas sociedades modernas e em dados espaços específicos de relações de poder.

Pensando ainda com Pierre Bourdieu, a oposição entre a arte dos espetáculos teatrais e a arte de fazer rir dos *shows* humorísticos é a oposição dentro do *campo artístico-cultural* entre produtores da arte cênica feita para um público mais específico e produtores de uma arte de apelo comercial, de menor valor simbólico e estético em relação com o teatro e feito para um público amplo e diverso. Todavia, não é possível argumentar em defesa de uma lógica binária na qual se movimentam os humoristas e os artistas teatrais. Há, neste caso específico, mais entrelaçamentos entre essas práticas artístico-culturais do que separação real ou de fato, embora se reconheça o posicionamento excludente do “pessoal do teatro” para com esses humoristas. A despeito da “classe teatral”, de modo geral, estabelecer claramente que *show* de humor não é teatro, que os humoristas não são “artistas”, é preciso demonstrar agora como o início de todo o movimento de humor em bares, pizzarias e barracas de praia nas noites de Fortaleza foi incentivado também e justamente pelas artes cênicas.

2.2 - O teatro nos bares: o começo

Paulo Osmar dos Santos Diógenes, atual vereador da Câmara Municipal de Fortaleza (no seu primeiro mandato: 2012-2016), foi um dos precursores desses *shows* de humor nos bares de Fortaleza. Nasceu no Rio de Janeiro em 12 de abril de 1961, filho de um político – seu pai foi deputado estadual –, de família cearense, veio ainda criança para o Ceará, o que o faz dizer: “eu sou cearense, só nasci lá”. Paulo Diógenes começou sua vida artística participando de peças nas escolas que estudou na capital quando jovem e integrou, já adulto, grupos teatrais nos quais atuou em peças nos finais dos anos 1970. Trabalhou no extinto Banco do Estado do Ceará (BEC) de 1980 a 1986, mas não abandonou o sonho de seguir na vida artística. No ano de 1986 montou junto com a então esposa e atriz, Neidinha Castelo Branco, a

comédia *O que vocês não vão pensar*. Paulo interpretava nesta peça uma mãe “muito doida” que levava a filha “muito crente” para um cabaré a fim de iniciar a moça na vida artística. Este foi o início de *Raimundinha Jereissati*, principal e marcante personagem desse ator-humorista, que carrega um nome popular ou comum como “Raimunda” e o sobrenome “Jereissati”, referência a uma família de empresários e políticos cearenses²⁴.

Quando, em 1986, Paulo Diógenes estava apresentando o referido espetáculo, a empresária Ana Rizato, dona do *Cais Bar* – um antigo bar que se localizava na Avenida da Abolição na capital cearense, já próximo a orla marítima –, o convidou para fazer quadros da peça nesse estabelecimento todas as quintas-feiras a noite. Este foi o primeiro dos posteriores *shows* de humor nos bares de Fortaleza. Porém, ressalto que não se tratava de um espetáculo de humor propriamente, mas de uma encenação teatral feita em um espaço diferente, em um bar. Na época, como sentenciou Paulo, “não existia humor de bar, nada, nem humorista, não tinha história”. Ele se refere a “história do humor dos bares” em Fortaleza no qual ele inaugurava ali. Paulo Diógenes afirma que na montagem desse espetáculo foi influenciado pela peça *Dzi Croquettes* que assistiu na cidade do Rio de Janeiro, quando dos 19 aos 22 anos morou por lá. Além disso, Paulo teve uma experiência teatral feita em um bar na capital fluminense, algo antes da encenação no *Cais Bar*, que teria sido o embrião da sua empreitada de fazer humor nos bares da capital cearense:

O que me marcou muito é que eu morava no Rio e fui assistir a um espetáculo chamado Dzi Croquettes, no qual seis bailarinos faziam personagens femininos. Aquilo me chamou muito a atenção, achei super diferente e ficou na minha cabeça a ideia de montar uma companhia daquela maneira e, não sei por que, naqueles moldes. (**Revista Entrevista**, 2006, nº 17, p. 5).

Então, no Rio de Janeiro foi quando eu conheci o Ciro (Santos) e a gente resolveu montar um espetáculo. Ele já estava trabalhando numa casa (de *shows*). Esse foi o embrião da história, o começo mesmo. Eu comecei a trabalhar com ele e vi que tinha um lance de humor. Eu entrava pela plateia e brincava com o pessoal. Mas uma coisa num bar, [...]. (**Revista Entrevista**, 2006, nº 17, p. 8).

A peça *Dzi Croquettes* estreou em 1971 numa boate de nome “Pujot”, no Rio de Janeiro, com atores/bailarinos vestidos caricaturalmente de mulheres e

²⁴ Família, na verdade, de onde veio Tasso Jereissati que governou o Estado do Ceará entre 1986 a 1990, depois entre 1994 a 2002, e que atualmente é Senador pelo PSDB no mandato 2015-2022.

estruturada em esquetes com piadas escrachadas. Segundo um de seus integrantes, Ciro Barcelos, a peça à época foi inspirada no “Bloco das Piranhas” do Rio, um bloco que sai nas ruas no carnaval carioca e no qual os homens se vestem de mulheres²⁵. A influência dessa peça sobre as primeiras aparições da *Raimundinha* era mais evidente mesmo na estética da personagem que, assim como os atores da *Dzi*, fazia questão de deixar pernas e peitos cheios de pelos a mostra, evidentes características masculinas. Quando em 1990, em um programa para uma campanha política de televisão que participara com a *Raimundinha*, Paulo disse que o diretor ordenou: “‘Tapa esse cabelo (do peitoral), que as pessoas estão reclamando, as pessoas que assistem’. E aí foi quando também eu fui tapando, vendo a parte estética mesmo da coisa” (**Revista Entrevista**, 2006, nº 17, p. 9).

Já Ciro Santos, citado antes, é um ator/transformista (na sua própria definição), natural do Rio de Janeiro, que veio para Fortaleza a convite de Paulo Diógenes e se tornou mais um desses “humoristas do Ceará” pelos inícios desse movimento de humor nos bares. Quando Paulo iniciou essas apresentações em Fortaleza chamou Ciro Santos, que à época trabalhava no Banco do Brasil na capital fluminense, para contracenarem juntos e a primeira peça dos dois foi intitulada “Caviar com Rapadura”, na qual contracenavam os dois vestidos de mulheres. Segundo afirma o próprio Ciro Santos²⁶, ele interpretava *Virgínia Del Fuego*, uma mulher “chique”, representando o “Caviar”, e Paulo com a *Raimundinha*, uma mulher pobre e “brega”, representando a “Rapadura”.

A dupla *Raimundinha* e *Virgínia* atuou por diversas vezes nos palcos de bares e churrascarias durante vários anos, desde o início desse movimento de humor em Fortaleza, além de ambas já terem comandado o programa humorístico “As Furonas” da *TV Diário* no ano de 2009, emissora de televisão local. As apresentações de Paulo Diógenes e Ciro Santos nos bares, naquele tempo, tratavam-se de uma incursão de artistas do teatro em um espaço diferente do tradicional, alternativo. Os dois à época eram possivelmente vistos antes como atores de comédia do que como humoristas propriamente. Artistas do riso que tiveram influências de experiências cênicas como a do *Dzi Croquettes* dos anos 1970 na composição de suas

²⁵ As informações sobre o *Dzi Croquettes* foram obtidas na matéria “Dzi Croquettes retorna ao palco” do jornal *O Estado de São Paulo*. Disponível em: <https://br.noticias.yahoo.com/dzi-croquettes-retorna-ao-palco-120000152.html>; acesso em: 01/05/2015.

²⁶ Esta afirmação de Ciro Santos faz parte de um depoimento dado no DVD “Raimundinha – 23 anos de humor. Essa é minha história” de 2009, produzido por Paulo Diógenes.

personagens e de seus espetáculos nos bares. O trabalho de Paulo Diógenes e Ciro Santos no Rio de Janeiro, antes da apresentação de Paulo no *Cais Bar* em 1986 foi “o embrião da história, o começo mesmo” do humor feito por essa dupla, segundo afirma Paulo. Assim, é certo afirmar que a incursão de atores teatrais na cena alternativa aos espaços tradicionais da arte cênica está na origem mesma dos *shows* de humor de Fortaleza.

É interessante ressaltar que mesmo no caso em que Paulo e Ciro fossem então pouco conhecidos pelos que movimentavam a cena teatral da cidade, outros artistas com maior reconhecimento local neste meio também estiveram naqueles inícios do humor nos bares. Um desses foi Artur Guedes (1957-2006), consagrado no meio teatral local como dramaturgo e ator, foi também poeta, radialista, cineasta e teve postumamente em 2006, ano de seu falecimento, seu nome homenageado com um troféu – o Troféu Artur Guedes – que premia filmes para o Festival de Cinema e Cultura da Diversidade Sexual, o *For Rainbow*, realizado em Fortaleza anualmente. Artur Guedes figurou em uma reportagem de 1990 sobre a explosão do “humor de bar” aparecendo como integrante de uma turma de “atores e cantores” que estava fazendo sucesso nas noites da capital cearense, entre eles a reportagem incluía Marcondes Falcão Maia (o *Falcão*), Valéria Vitoriano (a *Rossicléa*), Karla Karenina (a *Meirinha*) e Paulo Diógenes (a *Raimundinha*). Sublinhava a matéria jornalística, com o título “O boom do humorismo de bar”, que ao lado desses humoristas citados aqui, estavam os diversos personagens interpretados pelo Grupo Raça, uma companhia de teatro que era capitaneada por seu “diretor e mentor intelectual”, Artur Guedes.

A referida matéria indica que a inauguração do Pirata Bar²⁷ no ano de 1987, teve como atração a peça “Suzana e o tráfico de cenas” do Grupo Raça de teatro de Artur Guedes. Este mesmo grupo, informa a reportagem, no “palco da Praia de Iracema” apresentou “A Síndrome da Comunicação Adquirida”, “A Autobiografia de Eglantine Saleté” entre outras peças. Ainda, a matéria demonstra que o Grupo Raça apresentava todas as quintas-feiras, em um bar de nome “Última Sessão”, a peça “Operária ou a Vingança de Estefânia”. Em depoimento à época, Artur Guedes analisava a importância dos bares para eles, os atores teatrais:

²⁷ Estabelecimento localizado no bairro Praia de Iracema em Fortaleza ainda hoje, precisamente na orla turística. O nome inaugural era Pirata Bar & Restô. O local foi palco de estreia de outros nomes hoje consagrados desse humor cearense.

Nos anos (19)60, as praças e as ruas já haviam sido tomadas, só sobraram os *bares* pra gente [...], o trágico já está no dia-a-dia das pessoas, o humor é mais incisivo e o local, bar, garante um público que em sua maioria, não tem muita relação com o teatro. [...]. O bar é um espaço informal, onde pode-se tentar novas formas e linguagens. (O boom do humorismo de bar, **O Povo**, 22 de julho de 1990, p. 2B e 3B)

O bar era, assim, um “espaço informal”, mas *informal* para o “povo do teatro” que queria tentar novas formas e linguagens artísticas e atingir outros públicos. Artur Guedes e sua companhia figuram, assim também, entre os precursores dos espetáculos humorísticos atuais. Todavia, a querela do teatro com os humoristas talvez ainda hoje faça os ferrenhos defensores de uma “verdadeira” arte teatral esquecer tal passado dos *shows* de humor de Fortaleza ou dissociar quem eram os humoristas ali e quem eram os atores à época. Em matéria jornalística de 2006 que divulgava a volta da cena teatral nos bares de Fortaleza, quase 20 anos depois, é mencionado que nos idos dos anos 1980 o Grupo Raça “invadia” os bares com suas peças, mas em nenhum momento da reportagem de divulgação o grupo é associado aos humoristas nos seus inícios como fez a reportagem antes citada de 1990. Antes o humorismo de bar se confundia com o teatro, e no decorrer dos anos que se seguiram tal associação foi desfeita. Segue o trecho da matéria “A Cena e o bar” de 17 de janeiro de 2006, do jornal *Diário do Nordeste*:

Nos idos dos anos 80, a ideia se fez fértil no Ceará. Entre tira-gostos, cerveja gelada e o tradicional bate-boca dos bares, por que não abrir cena também para experimentos cênicos?

Isso mesmo: já que os bares estavam entupidos de gente, o desafio era aproveitar esse público. Numa época hoje distante, de uma Praia de Iracema no Auge do circuito cultural da Capital, o Grupo Raça escreveu parte de sua história.

Capitaneada pela dobradinha Artur Guedes/Fernando Piancó, a companhia fez temporadas e temporadas nos bares Pirata e Suspeito. É desse tempo montagens memoráveis, como “Suzana e o tráfico de cenas”, “Síndrome da comunicação adquirida”, “A autobiografia de Eglatiene Salete” e “Operária ou Leocádia, teu nome é esperança”.

Rivalizando com condições pouco adequadas, nascia ali um movimento cheio de irreverência e autocrítica, que oxigenou a cena cearense de vinte e tantos anos atrás. Agora, sem nenhum vínculo específico o teatro volta a encontrar aconchego nos bares da vida.²⁸

É preciso ressaltar, a reportagem anuncia que o teatro volta para os bares, depois de vinte anos, *sem nenhum vínculo específico*. Nos finais dos anos 1980, no

²⁸ Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/zoeira/a-cena-e-o-bar-1.597749>>; acesso em: 22/02/2015.

“Auge do circuito cultural da Capital” o Grupo Raça estava movimentando também aquele “boom do humorismo de bar”. Entretanto, esta reportagem de 2006 não cita “nenhum vínculo específico” do teatro com o “humor de bar”. Depois de mais de vinte anos, o vínculo originário da arte teatral com os “humoristas do Ceará” foi mesmo olvidado aqui, talvez não intencionalmente, uma vez que a noção de que *show* de humor não é teatro é difusamente entendida e defendida pelos que *entendem* – críticos de arte, jornalistas especializados no assunto, atores e diretores. O Grupo Raça é assim visto como uma companhia teatral que “oxigenou a cena cearense de vinte anos atrás”, mas não é mencionado que oxigenou e contribuiu também para o surgimento do humorismo de bar da capital.

Entretanto, como já registrado, naqueles inícios o bar era uma cena alternativa tanto para o Grupo Raça de Artur Guedes como para Paulo Diógenes, pioneiro nessa exploração e que vinha para este “novo espaço” com suas experiências teatrais. Cena alternativa que se dava para um público mais diversificado, o qual não tinha muita relação com o teatro e que, assim – é possível afirmar sem desconfiar de imprecisão –, não iria exigir muito daqueles que se propusessem a entreter, pois não se tratava justamente, em sua maioria, de uma audiência com hábito de ir ao teatro. É preciso sublinhar agora que na reportagem de 1990, na qual se elenca junto à Artur Guedes, Paulo Diógenes (*Raimundinha*) Valéria Vitoriano (*Rossicléa*), Karla Karenina (*Meirinha*) e Falcão, alguns aqui sem experiência teatral, mas que naquele ano já faziam suas apresentações em bares e em festas universitárias, a única diferença mencionada foi entre “atores e cantores”, nada de referência a separação entre “atores e humoristas”.

Valéria Vitoriano, uma das que não teve formação ou experiência teatral anterior ao início de sua carreira, disse ter iniciado sua vocação para fazer humor artisticamente desde a época do colégio quando queria se “encaixar né, em turminhas e tal, no colégio e tal, e para eu ser aceita, eu acho que... eu mostrei um lado mais assim engraçadinho né de fazer piada...”²⁹. Depois, já ao final da adolescência ela foi “fazer a voz do *disque amizade*³⁰, eu tive que inventar uma história e aí nasceu a *Rossicléa*, foi do *disque amizade*”, com uma característica voz nasalizada e um

²⁹ Entrevista concedida em 17 de dezembro de 2011, no camarim do restaurante e bar *Lupus Bier*. Valéria Vitoriano promove os *shows* de humor neste estabelecimento.

³⁰ O “145 Disque-Amizade” foi um serviço de bate-papo para encontros amorosos oferecido pela telefonia no Brasil iniciado nos anos 1980 e extinto em meados dos anos 1990.

linguajar “matuto” Valéria também ligava para programas de rádio nas madrugadas de Fortaleza se passando por ouvinte: “... eu ligava, como ouvinte, e fazia a voz da Rossicléa. Logo em seguida, as pessoas ligavam rindo, elogiando minha performance. Eu fazia isso brincando, para gravar a voz em uma fita e mostrar para as amigas no colégio”.³¹ Karla Karenina, prima de Valéria, diz ter iniciado sua vocação artística em 1984 fazendo da mesma forma ligações para o “disque-amizade 145”, “dizendo-se uma empregada recém-chegada do interior fazendo uma voz bem gasguita”³². Além disso, Karla junto com Valéria imitavam suas “empregadas matutas” animando as festas da família. Com as vozes das personagens feitas, faltava dar corpo e rosto à *Rossicléa e Meirinha*, e mesmo sem formalmente ambas estarem inseridas no mundo artístico cearense da época, Valéria e Karla estrearam como artistas do riso em uma intervenção cênica de rua:

E ai quando foi em (19)88 teve a campanha do Mário Mamede, do PV (Partido Verde), e a minha prima, a Karla (Karenina), que é a Meirinha, a irmã dela é filiada ao PV, na época já era, então tinha assim um engajamento muito grande, muito forte, e como estava tendo umas intervenções aqui na Praia de Iracema, de atores, algumas coisas, algumas esquetes, a irmã da Karla disse: “você não querem ir lá, não? Vestem as personagens e vão lá!”. Só que ninguém tinha ideia do que era vestir... É o Pirata (Bar) aqui, o Estoril aqui, do lado, aqui nesse cruzamento, era um tablado, era chão batido, e ai vamos, vamos sim, e ai a gente começou a se maquiar e fazer umas coisas horríveis [...] e quando eu subi ali naquele tablado que eu fiz a história que eu tinha que falar e falar sobre o comprometimento ecológico diante de uma pessoa que não tinha formação para isso, mas que a patroa pediu para que ela falasse, botar o tal do buraco que tinha que ter cuidado com o buraco de ozônio, então dando uma... né, sempre uma segunda (intenção)... rapaz e ai foi fantástico e logo em seguida o Pedro Carlos Alvarez, que é da Fundação Demócrito Rocha, viu aquela apresentação, pseudo-apresentação, e fez umas cartinhas de recomendação para os lugares, tipo para o Pirata (Bar), para o Subindo ao Céu e tal porque ele tinha que dizer que tinha visto a apresentação e tal, que tinha gostado, tipo avalizando, e a partir daí, os DCEs e CAs começaram a chamar e a gente começou a se apresentar. (Entrevista concedida em 17 de dezembro de 2011)

As pessoas que não tinham “formação” ou educação formal para falar a mando da “patroa” sobre assuntos do tipo “comprometimento ecológico” eram justamente as “empregadas matutas”, *Rossicléa e Meirinha*. O nome *Rossicléa*, a propósito, conta a humorista, foi inspirado no nome de uma empregada que trabalhava

³¹ Esta fala de Valéria é de uma matéria sobre a humorista intitulada “25 anos de humor” do caderno Zoeira do jornal *Diário do Nordeste*, de 23/09/2013, assinada pela repórter Jacqueline Nóbrega.

³² As informações sobre Karla foram obtidas na matéria “A graça e o coração de Karla Karenina”, no blog “Retratos e Perfis”. Disponível em: <https://retratoeperfis.wordpress.com/2012/11/06/a-graca-e-o-coracao-de-karla-karenina-2/>; acesso em: 01/05/2015.

na casa da avó dela à época. Como dito na fala transcrita, foi nesta ocasião que as primas Valéria (*Rossicléa*) e Karla (*Meirinha*) vestiram pela primeira vez as personagens. Duas empregadas domésticas, “que não tinha formação” e que iam falar sobre ecologia e responsabilidade ambiental, tudo, claro, com um humor que explorava o linguajar informal, “matuto” e de duplo sentido – “*a patroa pediu para que ela falasse, botar o tal do buraco que tinha que ter cuidado com o buraco de ozônio, então dando uma... né sempre uma segunda (intenção)*”. A apresentação das primas Valéria e Karla foi em um tablado ou pequeno palco montado na Praia de Iracema na mesma época em que o Grupo Raça se apresentava no Pirata Bar, estabelecimento que se localizava ao lado deste pequeno palco.

Depois desta intervenção com as personagens “vestidas”, da estreia pública, elas começaram a se apresentar em bares e na Concha Acústica da Universidade Federal do Ceará para o público universitário dos diretórios centrais e centros acadêmicos. É importante ressaltar que as apresentações iniciais de *Rossicléa* e *Meirinha* atraíam um público mais intelectual, mais específico à época do que o público bem mais diversificado que no decorrer dos anos 1990 essas humoristas e seus colegas obtiveram com os bares, churrascarias e pizzarias. Os bares surgiram para elas através de cartas de recomendação, como citado na fala de Valéria, para estabelecimentos que começavam a investir nesses artistas a fim de movimentarem seus negócios noturnos.

Enfim, naqueles anos finais da década de 1980, os bares, principalmente os que se localizavam naquela região de praia e de entretenimento noturno de Fortaleza, surgiam como um espaço alternativo para as artes cênicas. Um movimento de teatro alternativo que se encontra precisamente nos inícios do “boom do humorismo de bar” que logo veio a reboque estrelando outras figuras que não tinham ligação direta com o teatro, assim como Valéria Vitoriano que, em relação ao “pessoal do teatro”, podia até ser considerada à época como uma *heresiarca* do campo das artes cênicas, mas era, na verdade, tomada como pertencente a um “teatro amador” ou mesmo vista como um “novo talento”. Talentos que anos seguintes seriam rechaçados pelos que faziam a “verdadeira” arte teatral.

2.3 - O “humor moleque” *frescando* com a *breguice*

Apesar de terem surgido para conhecimento público inseridas neste mundo do teatro amador e alternativo, Valéria Vitoriano e sua prima Karla Karenina, obtiveram sucesso maior concorrendo como cantoras em um festival de “música brega” ocorrido no Pirata Bar em 1989. Elas ficaram em segundo lugar nesse concurso musical, mas deslancharam de vez no ramo do humorismo de bar. Um estilo comportamental e musical “brega ou cafona” tomado como algo risível foi um dos motes ou temas mais recorrentes no humor produzido naquelas apresentações nos bares da época. Como afirma-se no *site* do referido estabelecimento, ainda hoje, esse Festival de Brega, “premiado com o Nobel de Medicina Ortopédica graças à Almofadinha Contra Dor de Cotovelo” – quando nas apresentações os organizadores do evento distribuía para o público assistente uma pequena almofada para o cotovelo – é considerado uma “entre mil e outras *brincadeiras* realizadas no Pirata” (grifos meus). Cantar brega de brincadeira!! Mas por que não cantar a sério? Por que rir da música ou estilo brega ou de quem a canta? Começo a responder tais indagações aqui com Paulo Cesar de Araújo (2002, p. 335), historiador que fez um trabalho de fôlego sobre esse estilo musical:

A música de Waldik Soriano ou de Nelson Ned não costuma ser objeto de análise ou debate, a não ser excepcionalmente, em conversa de botequim. Em determinados lugares, se alguém a evoca, não vem o reforço, o apoio dos outros. *A tendência é ainda considerá-la sob a conotação anedótica*, como se a produção musical desta geração de cantores/compositores não tivesse nada a ver com a nossa realidade social. (grifos meus).

Ou que não tivesse nada ver com algo que devesse ser levado a sério, de outro modo. O termo brega, como assinala Paulo Cesar de Araújo (2002), apenas veio a rotular “uma geração de cantores e compositores populares” que surgiram entre os anos 1968 e 1978, como Waldik Soriano, Odair José, Dom & Ravel e outros, na década de 1980. No período em que iniciaram suas carreiras, essa geração foi qualificada de “cafona” – palavra de origem italiana, *cafóne*, que significa “indivíduo humilde, vilão, tolo” (ARAÚJO, 2002). É interessante ressaltar que cantores como Waldik Soriano (1933-2008) não se reconheciam com tais denominações, pois os termos “cafona” e “brega” rotulavam pejorativamente a produção musical que faziam: “... há uns tempos atrás não era brega, era cafona né, como eu surgi na televisão de

terno preto, chapéu preto, então me chamavam de cafona, agora é brega, só que eu não sou brega, eu sou um cantor romântico”.³³

A palavra “brega” teria alcançado popularização definitiva a partir de 1984, afirma Araújo (2002), com o sucesso do cantor Eduardo Dusek, a música “Brega-chique (o vento levou Black)”, a qual deu nome ao *Long Play* (LP ou disco) *Brega-Chique* lançado no mercado fonográfico brasileiro daquele ano. No refrão dessa música, que contava em tom jocoso a história de uma empregada doméstica negra que trabalhou para “dois gringos” trapaceiros, se canta: “Doméstica! Ela era.../ Doméstica/ Sem carteira assinada/ Só caía em cilada/ Era empregada.../ Doméstica!”. As empregadas domésticas, justamente, a categoria social que fazia parte do público mais pobre que consumia aquele estilo musical chamado até então de cafona, o qual era considerado vulgar, ingênuo e atrasado por críticos de música nos anos 1970 e por um público mais intelectualizado (ARAÚJO, 2002). Com o rótulo de “brega” aquela “vulgaridade e atraso musical”, no entanto, começava a ser vista comicadamente.

Valéria Vitoriano e Karla Karenina fizeram rir muita gente com suas respectivas “empregadas bregas”, *Rossicléa* e *Meirinha*, tanto no teatro amador que realizavam como no Festival de Música Brega do Pirata Bar de 1989. Eram com suas personagens caricatas de empregadas domésticas, pobres, matutas e bregas que elas se apresentavam para o público mais intelectual como as audiências universitárias dos Diretórios Centrais e Centros Acadêmicos. Naquele momento, desse modo, a música de estilo brega foi definitivamente aceita através do riso para um tipo de público que antes apenas o desprezava como cafonice.

Todavia, embora a música jocosa de Eduardo Dusek tenha sido uma exemplar manifestação daquela tendência anedótica de tratar o estilo musical brega no país, no ano de 1987 – apenas lembrando: mesmo ano em que se iniciavam as apresentações de teatro amador na Praia de Iracema e adjacências – a Rede Globo de Televisão transmitiu a novela, do horário das sete da noite, de Cassiano Gabus Mendes, *Brega & Chique*, a qual teve grandes picos de audiência por todo o Brasil, e que tratava também de modo jocoso o tema. A trama principal envolvia a história de duas mulheres “de universos opostos” que foram casadas com o mesmo homem,

³³ Fala de Waldik Soriano no documentário “Waldik, Sempre No Meu Coração” com produção e direção de Patrícia Pilar, de 2009, duração de 58 minutos. Este filme se encontra completo no site de compartilhamento de vídeos, Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XnuSPkO4EkA>>; acesso em: 15/03/2015.

Herbert Alvaray, interpretado por Jorge Dória, sem saberem uma da outra. Rafaela Alvaray, interpretada por Marília Pêra, era “uma mulher rica e muito chique, desligada dos problemas cotidianos, cheia de manias e futilidades”, já Rosemere da Silva, interpretada por Glória Menezes, era “uma mulher simplória, pobre e *brega*”³⁴ (grifos meus). No decorrer da trama, quando o marido de ambas vai à falência, finge a própria morte e foge do país, Rafaela, agora sem dinheiro, vai morar na mesma vila suburbana em que residia Rosemere, o que faz ambas se tornarem amigas, desconhecendo o que tinham em comum.

Investindo no humor, como de costume se faz nas “novelas das sete” produzidas pela Globo, *Brega & Chique* de Gabus Mendes figura ao lado da música de Dusek como outro produto da indústria cultural brasileira dos anos 1980 que foi consumido em larga escala, sendo também responsável pela popularização em tom jocoso ou anedótico de uma “moda brega” pelo país. A “cultura de consumo” é uma das principais instâncias mundiais de definição da legitimidade dos comportamentos e dos valores (ORTIZ, 2000) e um “estilo brega de ser” começava a ser valorizado ou mais aceito pela comicidade de como era tratado por esses produtos da indústria cultural consumidos largamente no Brasil de então. O estilo brega promovido tanto pela música de Eduardo Dusek como por aquela novela da Globo foi à época uma expressão da “cultura popular de massa” no Brasil (ORTIZ, 2006). A propósito lembro aqui o nome da primeira peça que Paulo Diógenes e Ciro Santos encenaram juntos nos bares de Fortaleza intitulada “Caviar com Rapadura”, justamente ao final dos anos 1980, na qual, afirmou Ciro, a *Raimundinha* de Paulo representava o “Brega” e a sua personagem *Virgínia Del Fuego* representava o “Chique”.

É possível pensar analogamente sobre essa popularização dos “produtos culturais bregas” com aquilo que Marc Augé (1998) chamou de “ficcionalização do mundo”, quando um “regime de ficção” se instala nas sociedades modernas pela grande incidência ou proliferação de “imagens ficcionais” proporcionadas pela TV, Cinema e outros meios. Um “regime de ficção” que, segundo este antropólogo francês, faria com que as pessoas se relacionassem cada vez mais e se reconhecessem, formando o seu “eu” ou as suas “identidades”, nas imagens produzidas por esses meios: “... não é mais a ficção que imita o real, mas o real que imita a ficção”.

³⁴ Informações colhidas no site *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/brega-chique/trama-principal.htm>>; acesso em: 12/03/2015.

Logicamente, a *imitação do real* de atores e humoristas é definitivamente uma imitação, é uma ficção cênica produzida por artistas do riso nos seus espetáculos. Contudo, um “regime de ficção” do “brega-cômico” incentivava a criação de atores, cantores e humoristas de Fortaleza nas suas “brincadeiras sérias”, nos seus *shows*. E a recorrência a essa temática brega para fazer rir era então sinal daquela *tendência nacional de considerá-la sob a conotação anedótica* (ARAÚJO, 2002), popularizada por um “consumo cultural” da época. Falcão e *Lailinho Brega*, os quais também contribuíram para o começo do “boom” do humorismo de bar em Fortaleza, são outros exemplos de como essa temática brega era o mote principal do humor feito por aquela primeira geração de “humoristas do Ceará”.

No ano seguinte à novela *Brega & Chique*, em 1988, estreava em Fortaleza, no Festival Bancário da Canção, organizado pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB), Marcondes Falcão Maia, hoje nacionalmente conhecido por seu característico “jeito brega” de se vestir e por suas jocosas músicas. Falcão estreou para o público nacional através dos meios de comunicação no início dos anos 1990 cantando com um *inglês-cearês* a música “I’m not dog no”, uma versão humorística de “Eu não sou cachorro, não” do cantor e compositor baiano Waldik Soriano, lançada em 1972, o que lhe rendeu no início de sua carreira por um tempo o apelido na imprensa, principalmente a do eixo Rio-São Paulo, de “Waldik Soriano Cover”. Falcão também se apresentou diversas vezes no Pirata Bar cantando sua “música brega”, sempre com muito humor, antes mesmo do Festival de Brega em que *Rossicléa* e *Meirinha* concorreram em 1989. Tarcísio Matos, amigo e parceiro de composições de Falcão, relatou, em entrevista concedida no dia 22 de abril de 2013 nas dependências da TV Ceará, local em que trabalhou junto com Falcão na produção do programa de entrevistas *Leruaite* – programa que está agora em outra emissora local, a TV Diário – um resumo do início da carreira desse “brega star”:

... em 1988, eu era funcionário do Banco do Brasil e houve um Festival Bancário da Canção, aí eu entrei, fiz... eu já tinha músicas com Falcão nesse tempo todo e nós entramos no Festival Bancário da Canção do BNB com a música *Canto Gregoriano nº 2*, aí o Falcão aparece, eu apareço na esteira como autor com ele, aí pronto depois dessa assunção do Falcão, dessa dimensão que o Falcão tomou, fazendo *shows* em restaurantes, calouradas, em tudo quanto é canto, inclusive no Pirata (Bar), o Falcão toma uma dimensão e nós temos que gravar um disco para o Falcão. (grifos meus).

Sobre a relação originária entre Falcão e o estilo brega, ele próprio conta que isso ocorreu meio por acaso: “O visual do Falcão aconteceu num festival de música do BNB, onde estreei. Na hora do ensaio, o pessoal da banda sugeriu que eu subisse no palco *vestido de brega*, com óculos escuros, paletó... [...] e deu certo”³⁵ (grifos meus). “Vestido de brega” (de óculos escuros e paletó) e cantando a música com a qual concorreu nesse festival, *Canto Gregoriano II* – detalhe: não existe *Canto Gregoriano I* –, que, “em oposição às composições sérias que concorriam”³⁶, se cantava no refrão, acompanhado de *backing vocals*: “Aporrinharei o senhor (aporrinharei)/ Perturbarei o senhor (perturbarei, perturbarei)/ Emputarei o senhor (ôôôô)/ Enquanto o senhor não me pagar”, satirizando os cânticos gregorianos da liturgia católica. Falcão com seu visual “brega” e música *bregoriana* tirou zero de todos os jurados, mas voltou ao final aclamado pelo público que riu bastante da apresentação, contou-me Tarcísio Matos. Depois dessa primeira aparição pública Falcão foi convidado pelo proprietário do Pirata Bar à época, Júlio Trindade, para cantar seu repertório brega acompanhado de suas bandas de nomes nada convencionais, como a “Banda Diarreia”³⁷.

Neste mesmo local Falcão e suas “famosas bandas” dividiram o palco com outros cantores do estilo brega, fazendo duetos musicais, disse Tarcísio Matos, em forma de “desafios” com Genival Santos, Waldik Soriano, Reginaldo Rossi e outros. O estilo brega do Falcão aqui, se veio por acaso ou não, “pegou”, “deu certo” com a explícita proposta de fazer rir, em uma época em que produtos culturais como a música de Eduardo Dusek e a novela de Cassiano Gabus Mendes popularizavam pelo consumo de massa uma *risível* “moda brega” – risível porque a intenção daqueles artistas e produtores era mesmo a de fazer as pessoas rirem disso. *Raimundinha Jereissati*, o “brega star” Falcão, *Rossicléa*, *Meirinha*, *Lailinho Brega*, “passaram a se destacar com personagens construídos a partir de referências semelhantes – o brega, o cafona, o escracho, figurinos e maquiagem exagerados e, obviamente, vocabulário cheio de ‘cearês’”, com expressões locais típicas e “sotaque acentuado”³⁸.

³⁵ Esta fala de Falcão é da reportagem “O Voo do Falcão”, jornal *O Povo*, caderno B, Vida & Arte, sexta-feira, 10 de julho de 1992, assinada pelo editor Ricardo Jorge.

³⁶ Trecho da reportagem “Uma história do riso”, jornal *O Diário do Nordeste*, 25 de janeiro de 2014, matéria assinada pela repórter Adriana Martins.

³⁷ Nota curiosa: o nome que Falcão deu hoje à banda que o acompanha no referido programa de entrevistas *Leruaite* é “Banda Tô Nem Vendo”, composta por cegos.

³⁸ Trechos em aspas da reportagem “Do teatro amador à criação de um mercado para o humor”, jornal *O Diário do Nordeste*, 26 de janeiro de 2014, matéria assinada pela repórter Adriana Martins.

Lailton Rocha Melo, o *Lailtinho Brega*, foi o ganhador do já referido, primeiro e único, Festival de Música Brega no Pirata Bar no ano de 1989, concorrendo com outros cantores e bandas e com a dupla de “empregadas bregas” e então cantoras, *Rossicléa* e *Meirinha*, que ficaram com o segundo lugar. Lailtinho cantava com seu visual brega, usando costumeiramente, à época, óculos pretos, um paletó xadrez ou brilhante e sapatos bicolores. Tudo bem chamativo e remetendo a *breguice* no intuito de fazer rir. Lailton Melo conta que dentre as razões que acredita ter feito ele ganhar esse concurso foi o fato dele ter se iniciado na carreira artística sendo propriamente “o legítimo cantor de brega”, diferente de *Rossicléa* e *Meirinha* que estavam ali com suas personagens cheias de humor: “... eu realmente sobressaía porque eu era o legítimo cantor de brega mesmo, porque a Rossicleá e a Meirinha eram engraçadas, eram o humor, mas não eram a breguice, eu era a breguice encarando o humor”.³⁹

Lailtinho Brega seria, nas suas palavras, a “breguice encarando o humor”, diferente de *Rossicléa* e *Meirinha*, que seriam o “humor encarando a breguice”, uma vez que ele se considerava um “legítimo cantor de brega”. Porém, a proposta de todos ali, tanto do Pirata Bar como a desses artistas e do público assistente, não era a de levar o estilo brega “a sério”, era uma “brincadeira”. Na entrevista concedida a este pesquisador, Lailton Melo contou que antes daquele festival começou a cantar “brega *frescando*”, junto com os amigos nos bares do bairro Henrique Jorge, onde fora criado em Fortaleza:

... nos bares, se tirava violão, tocava violão, meus amigos do Banco do Brasil, do Henrique Jorge, [...], e ai tinha um movimento de MPB, mas eu sempre gostei muito de música brega, está até na minha veia, então os caras começaram a tocar MPB e naquele intervalo de uma troca de músico para outro, entrava eu cantando Brega, mas a gente já sentia que não era o só o Brega pelo Brega, era um Brega *frescando*: “- eu vou cantar uma música agora que essa música era do Chico Buarque de Holanda, [...], ai então eu vou cantar uma música que o Chico Buarque não quis, o Caetano também não quis e me deu” ai eu cantava “Amor Cachorro”, e ai começou a veia da irreverência ali... (grifos meus).

Lailton não se referiu exatamente quando ocorrera tais cantorias nos bares, das quais participava, mas é plausível argumentar que isso deve ter ocorrido entre os inícios e meados dos anos 1980, período em que a palavra “brega” se popularizava pelo país rotulando de modo jocoso ou irreverente aquele estilo musical antes tomado

³⁹ Entrevista concedida em 30 de março de 2015, na produtora de Lailton, localizada no bairro Luciano Cavalcante em Fortaleza.

por muitos como “cafona”. *E cantar brega frescando?! Do que se trata? – Pode-se perguntar. Aos que não compartilham do código linguístico que supostamente seria próprio do Ceará, sempre lembrado por aqueles que fazem um “humor cearense”, explico: segundo o “Orélio Cearense”, de Andréa Saraiva (2001), dicionário de “termos e expressões do palavrado do Ceará”, o verbo *frescar* significa “brincar; troçar; curtir, divertir-se com a cara de alguém”; e para o “Dicionário de Ceará” de Marcus Gadelha (2000), significa “fazer uma brincadeira”. Cantar brega *frescando* é, então, *brincar de cantar brega*, fazer troça com esse estilo musical, com o que é “brega”, enfim. Brincadeira e troça com a *breguice* que naquele tempo não era exclusividade daqueles artistas no Ceará. Entretanto, o que surgia como algo único ou exclusivo na rede de significados acionados ali no momento dos inícios do movimento de humor nos bares de Fortaleza, era que *frescar* com a *breguice* só podia ser mesmo coisa da “tradicional molecagem cearense”:*

E por que seria Fortaleza uma cidade tradicionalmente moleque?! Sei lá!?! Aqui, ou é ou deixa de ser, principalmente se não for. De nossa linhagem mais joiada, parimos um Ramos Côtoco, lídimo representante da fuleiragem conterrânea. Quintino Cunha é outro príncipe da molecagem tradicional, a ele sendo atribuídas uma ruma de piadas e situações célebres de sua época. Grupos de moleques, como o pessoal do Cajueiro da Mentira e da Padaria Espiritual – mesmo sendo este último um grupo literário de renome nacional –, reuniram em suas fileiras gente de reconhecida sacanagem, esculhambação e frescura competentes. Muito diferentes do Congresso, sendo igual. (Falcão Maia).

Este é um trecho do texto “A Molecagem Cearense” de autoria do “brega star” Falcão, ao qual já me referi brevemente no final do primeiro capítulo e que integra a reportagem do jornal *O Povo* de 1990 sobre o “boom do humorismo de bar” de Fortaleza. Ao evocar a Padaria Espiritual, passando pelo “pessoal do Cajueiro da Mentira”, por Ramos Côtoco e Quintino Cunha, em uma matéria jornalística interessada em descobrir as razões para o “boom” daqueles humoristas e “cantores bregas” nos bares de Fortaleza, Falcão descreve aqui a “linhagem” que ligava o humor de bar à “tradição moleque” da capital cearense.

Segundo informa Juarez Leitão (2002), no seu “A Praça do Ferreira – República do Ceará-Moleque”, o “Cajueiro da Mentira”, que também era chamado de “Cajueiro Botador” pois dava (ou, frutificava, “botava”) frutos o ano inteiro, se localizava na Praça do Ferreira pelo lado da rua Floriano Peixoto e entre os finais do século XIX e inícios do XX, sempre no dia 1º de abril, “Dia Internacional da Mentira”,

realizava-se sob sua copa um Concurso de Mentiras. Os candidatos desta disputa contavam suas mentiras e uma urna era colocada ao lado do cajueiro na qual se coletava os votos da população que escolheria o “Potoqueiro-Mor” – o maior mentiroso. Ao final da tarde, com as votações encerradas era tempo de contar os votos e declarar o vencedor que ganhava, assim, um cartaz com retrato e nome afixado no tronco do cajueiro. Com uma reforma realizada na Praça do Ferreira, no ano de 1920, o “Cajueiro da Mentira” foi arrancado. Esse antigo concurso foi recentemente retomado pelo *Escritório do Riso* de Jáder Soares, o humorista *Zebrinha*, que o tem realizado nos últimos anos na Praça do Ferreira a mesma brincadeira. Sobre Raimundo Ramos Filho, conhecido como Ramos Côtoco por lhe faltar o braço direito, foi, segundo Otacilio de Azevedo (1992) no seu “Fortaleza Descalça”, um popular pintor, músico, poeta e boêmio que participava ao lado de Quintino Cunha, Leonardo Mota e outros mais da organização do referido Concurso de Mentiras do “Cajueiro Botador”. Estaria, assim, explicado a razão do surgimento daquele movimento de artistas do riso nos bares: era coisa da “molecagem cearense”, de gente que dava continuidade à “sacanagem, esculhambação e frescura competentes” dos *antigos moleques*.

Poderia ser afirmado, assim, que se trata de um “habitus moleque” há muito cultivado pelo povo cearense? Habitus no sentido dado por Norbert Elias (1997), entendido como um saber socialmente incorporado nos comportamentos e costumes coletivos. Um habitus que está, para este autor, intimamente vinculado ao processo particular de formação das estruturas sociais, pois as mudanças nos padrões ou nos códigos de comportamento estão entretecidas com mudanças estruturais nas sociedades. O certo a se afirmar, ao seguir esta perspectiva eliasiana, é que se há um “habitus moleque” este se enquadra na relação entre “civilização e informalização” ou na dimensão formalidade-informalidade do processo civilizador. Em todas as configurações humanas existem categorias de situação social em que o código de conduta exige das pessoas que se comportem de modo formal e há outras categorias de situação social que permitem uma conduta informal. Esta última, no caso da molecagem entendida como “conduta informal”, é, aqui, permitida e/ou mais apropriada em dados momentos e lugares como no Dia da Mentira na Praça do Ferreira ou em um show de humor.

De outra maneira, quando Falcão indaga sobre uma “tradição moleque” é possível, analogamente, fazer uma associação com o que Eric Hobsbawm e Terence

Ranger (1997) chamam de “invenção das tradições”, quando uma prática ou comportamento social, no caso, é revestido de um caráter de antiguidade? Seguindo esse raciocínio, ao se associar um “tradicional comportamento cearense moleque” às práticas lúdico-artísticas daqueles humoristas se concede a eles uma ideia de continuadores da “tradição moleque”. Contudo, de outra forma, dizer que uma tradição é *inventada* é o mesmo que afirmar que ela é *construída*, e pensando sociologicamente não há nada no mundo social que não tenha sido *inventado* ou *construído*, por fim. Melhor seria dizer que o “tradicionalmente moleque” do texto de Falcão é uma interpretação sobre um determinado contexto da realidade social. Trata-se, pois, de uma “interpretação da tradição” ou, no caso, de reinterpretações da “tradição moleque” nos variados momentos históricos em que esta é evocada.

A discussão sobre a forja de um passado através de narrativas ideologicamente enviesadas no presente alerta para a arbitrariedade do social nesses discursos ou para as lógicas por trás das falas que buscam defender as tradições, mas não se pode pensar a partir daí que isso diz respeito a uma “invenção” mal ou bem-intencionada. Em outros termos, não se trata de descobrir a “verdade” ou a “mentira” escondida nos discursos sobre a “verdadeira tradição moleque”, mas de compreender como esses discursos sobre uma tradicional molecagem cearense são organizados, apropriados e interpretados simbolicamente nas diferentes circunstâncias sócio históricas. É significativo, neste sentido, sobre essa “linhagem da molecagem”, a qual ligaria personagens históricos de um passado distante e os humoristas de bar dos finais dos anos 1980, o que diz Tarcísio Matos, parceiro de composições das músicas do Falcão e que trabalhou fazendo textos de humor para alguns desses “humoristas do Ceará” como João Netto (o *Zé Modesto*), *Augusto Bonequeiro* e Tom Cavalcante:

Cara eu trabalho com humor, já fazendo humor desde a época da faculdade de medicina em 1977 [...], não gostava da medicina ai eu escrevia, fazia peças e comecei a andar muito pelo interior porque como eu não gostava da medicina eu ia com os meus amigos, os mais chegados eram todos do interior, era Quixeramobim, Quixadá, Parambu, Iguatu, Tauá, Cedro, Icó, como essa moçada era de lá eu comecei indo pelo interior e indo para o interior eu comecei a observar as falas das pessoas, os costumes [...] essa coisa que eu via no interior isso começou a somar em mim e criar dentro de mim uma nova perspectiva, porra, eu estou falando de humor com o pé na minha terra, na minha aldeia, com o que as pessoas dizem, pensam e ai eu comecei a ler Leonardo Mota, comecei voltar minha atenção para Quintino Cunha, para Paula Ney e comecei então efetivamente a escrever... (Entrevista concedida em 22 de abril de 2013).

Tarcísio Matos largou a faculdade de Medicina e foi fazer Comunicação Social na Universidade Federal do Ceará, curso em que se graduou em meados dos anos 1980, quando já era funcionário público no Banco do Brasil – condição que o possibilitou a se inscrever no Festival Bancário da Canção do BNB em 1988 junto com Falcão. Desde o início de sua vida acadêmica, meio avesso aos bancos universitários, como indica, Tarcísio fazia um humor “escrevendo peças” que viria das “falas e dos costumes das pessoas do interior”, de uma população sem educação formal que na sua maioria não dominava as regras gramaticais no seu falar cotidiano, diferente dele. Uma influência popular que se conjugou para Tarcísio com as leituras de Leonardo Mota – este já referido anteriormente como um folclorista cearense e autor de uma importante obra descritiva e documental acerca da Padaria Espiritual publicada em 1938 – e sobre Quintino Cunha e Paula Ney, todos entendidos como ícones da “decantada molecagem” do passado do “povo do Ceará”. Francisco de Paula Ney foi um poeta nascido em Fortaleza, mas que viveu a maior parte de sua vida na cidade do Rio de Janeiro no século XIX e fora amigo pessoal de Olavo Bilac, o poeta parnasiano. Foi também, junto à Leonardo Mota e Quintino Cunha, evocado como mais uma das personalidades célebres que representariam a molecagem do passado no “Ceará Moleque” de Renato Sólton de 1936, obra referida no primeiro capítulo desta tese como valorizadora de um “comportamento moleque do cearense” até então encarado negativamente.

Na fala de Tarcísio Matos sobre o humor que produzia, ele evoca o seu papel de intermediário cultural entre uma “tradição moleque”, a qual estaria inscrita tanto na fala e costumes do povo do interior quanto numa literatura folclórica e de cronistas que descreveram as curiosidades anedóticas de personalidades da história cearense, e a produção humorística dos “humoristas do Ceará”, que surgiram ao final dos anos 1980 no comércio de entretenimento dos bares de Fortaleza. O parceiro de composições de Falcão e produtor de muitos outros “humoristas do Ceará”, assim, demonstraria aqui as fontes da “cultura popular local”, a partir da qual cria seus textos humorísticos: dos costumes e da fala do povo e dos folcloristas e cronistas, esses últimos os intérpretes da vida tradicional do “povo cearense”.

A “cultura popular local” definida, assim, pode ser entendida negativamente como uma cultura não oficial, a cultura da não elite ou das classes subalternas (BURKE, 2010). Contudo, lembrando Roger Chartier (1995) esta é uma definição que

encerra dois modelos de descrição e interpretação sobre a “cultura popular”: um que a toma como um sistema simbólico coerente e autônomo; e outro que a delimita em suas dependências e carências em relação à cultura dos dominantes. Neste sentido, a “cultura popular” é uma *categoria erudita*, destinada a circunscrever e descrever produções e condutas situadas fora da “cultura das elites” ou da “cultura erudita” (CHARTIER, 1995). Porém, a “cultura popular” não é isenta de exclusões, clivagens internas e concorrências externas, sugere Chartier (1995). Para este autor, o “popular” qualifica um tipo de relação, um modo de utilizar objetos ou normas que circulam na sociedade, mas que são recebidos, compreendidos e manipulados de diversas maneiras. Já Sérgio Miceli e Heloisa Pontes (2014) sublinham que é preciso contornar a barreira analítica e interpretativa entre “cultura popular” e “cultura erudita” uma vez que se trata de salientar os fluxos de linguagens, de ideias, de modelos expressivos entre os diversos nichos do gradiente entre “baixa” e “alta” cultura.

Retomando Renato Ortiz (2006), existiram duas “grandes tradições” que no Brasil pensaram a problemática do “nacional-popular” antes do advento de uma “cultura popular de massa” nos anos 1980: a tradição ligada aos folcloristas, a qual encarava o popular como “tradicional” e o identificava com as manifestações das classes populares, aqueles que conservariam as tradições; e a tradição mais politizada, à esquerda política e religiosa, a qual entendia a cultura na perspectiva da ação política junto às classes subalternas. Todavia, o trabalho de produção e redação textual de Tarcísio Matos junto aos “humoristas do Ceará” liga-se à primeira tradição de pensamento aqui citada. Trabalho voltado para atender a demanda da “cultura popular de massa” desde os anos 1980 quando Tarcísio e Falcão começaram a produzir, o “popular local ou regional” foi encarado, nesta produção humorística, como tradição a ser preservada ao se referir às falas dos moradores do sertão cearense e às histórias anedóticas dos poetas e folcloristas moleques do passado.

Referendando-se na “tradição moleque do povo” Tarcísio Matos, “quase médico”, jornalista, funcionário público, produtor cultural, produz seu humor para o consumo de um público extenso e variado. Um humor criado pelos fluxos oriundos dos componentes da literatura folclórica e memorialista, das falas e costumes do “povo do interior cearense” e traduzidos para uma “cultura popular de massa”. O “popular local ou regional” está, por exemplo, assim, nas músicas do “brega star” Falcão compostas junto à Tarcísio Matos, as quais são oferecidas largamente pelo mercado de bens culturais da indústria cultural brasileira. Na verdade, não apenas Tarcísio e

Falcão, mas também *Rossicléa, Meirinha, Lailtinho, Raimundinha* e outros humoristas, entre os fins dos anos 1980 e inícios dos 1990, fizeram um humor assentado no “popular local ou regional” em constante referência ao “popular-nacional” do estilo “pobre e brega” no Brasil de então. *Breguice* risível e sinônimo de popular, neste sentido, no Ceará e no resto do país. *Breguice* nacionalizada pelos produtos culturais cômicos e pelos meios de comunicação de massa, mas que por essas bandas cearenses fora apropriada como outra expressão da tradicional molecagem do povo. Enfim, o que era comum naquele “humor moleque” produzido pela primeira geração de humoristas dos bares de Fortaleza era *frescar com o povo pobre e brega* do Ceará e do Brasil.

Destarte, o encontro de um espaço alternativo para apresentações teatrais cômicas e a tendência de âmbito nacional de fazer troça do “estilo brega de ser” foi interpretado já na época, tanto pelos humoristas como por críticos e jornalistas da área cultural local, enquanto outras expressões ou manifestações desse “tradicional Ceará moleque”, que começava a fazer do deboche, do fazimento de pouco e do *achamento* de graça um negócio rendoso economicamente.

2.4 - O sucesso nacional dos “humoristas do Ceará”

No decorrer dos anos 1990, os grupos de teatro que agitavam as noites de alguns bares de Fortaleza saem de cena e apenas alguns daqueles artistas do riso permanecem movimentando os espetáculos de humor. É importante salientar que a maioria dos estabelecimentos de atividade noturna que ofertavam os *shows* de humor ficavam em áreas “nobres” da cidade naquele período, como o bairro de “alta sociedade” da Aldeota. Este é um bairro de Fortaleza que fica próximo a orla marítima turística, no qual reside, na sua maioria, uma população mais abastada economicamente e que concentra atividades comerciais e de serviços. A adjetivação “alta sociedade” para o lugar é evocada na anedótica letra da música “Um Bodegueiro na FIEC” (sigla para Federação das Indústrias do Estado do Ceará), de autoria de Falcão e Tarcísio Matos, que diz:

Você não faria a menor falta/ Num dia de domingo no *Beach Park*/ Eu não te levaria nem morta/ A passear comigo no *Iguatemi*/ Eu não me atreveria a passar vexame/ Perante os meus amigos lá da *Aldeota*/ *Pois agora eu tenho o maior respaldo/ Nas altas paneladas da alta sociedade*/ Eu sei que a burguesia fede/ Mas tem dinheiro pra comprar perfume/ E além do mais o

High Society leva chifre/ E não tem ciúme/ Eu sou *in*, não sou *out*/ Eu sou *VIP* (grifos meus, trecho da música “Um Bodegueiro na FIEC”, sétima faixa do álbum “O dinheiro não é tudo, mas é 100%”, lançado em 1994).

Nessa área de “alta sociedade”, como sugere Falcão e Tarcísio, frequentada pelas “altas paneladas” dos *VIPs* (*Very Important People*) da cidade começaram a abrir espaços para as apresentações humorísticas lugares como o *Tronco do Saboti*, *Choppin Bar* e a *Churrascaria Avenida*, que se transformaram em palco de estreia de muitos outros humoristas. Falcão rememora sobre aquela época sublinhando que “em 1990, era o auge do Estoril, Pirata e Cais Bar. Fiz muito show também na trilogia de bares que tinha na Dom Luís. Eram New York New York, London London e Quixadá Quixadá”. A avenida Dom Luís aqui citada fica nas imediações dessa área de “alta sociedade” na qual os humoristas se apresentavam, embora alguns bairros da periferia de Fortaleza começassem já naquela época a receber alguns dos *shows* de humor: “Outra vez estava na Parquelândia e fiquei em um dos bares ali. A Parquelândia era um bairro que não tinha nenhum shopping center nem o trânsito infernal de hoje. Havia uns bares ali que eram mais familiares do que comerciais”⁴⁰.

Os palcos de bares, churrascarias e pizzarias de Fortaleza eram os espaços de atuação principais daqueles artistas, porém nos inícios dos anos 1990, concomitante às suas apresentações noturnas nesses estabelecimentos, surge a televisão como outro espaço de atuação e, mais importante ainda, de celebração do humor feito por eles. O aparecimento de muitos desses humoristas em programas televisivos locais e de âmbito nacional contribuiu de modo decisivo para que, no decorrer da década final do século XX, ocorresse o aumento no número dos “humoristas do Ceará” e, conseqüentemente, a solidificação do negócio de entretenimento dos *shows* de humor na cidade. Não apenas a televisão, mas os meios de comunicação de massa, no geral, como revistas de circulação nacional surgiram no período como espécies de “instâncias de consagração” para aqueles humoristas de bar de Fortaleza, na verdade, alguns deles estavam se tornando celebridades nacionais e concediam, assim, maior respaldo para aquela esfera de produção da arte comercial que então constituíam.

⁴⁰ Os trechos em aspas neste parágrafo são de uma entrevista com o Falcão realizada pelo jornalista Ilo Santiago Jr. na reportagem “Uma Fortaleza que ‘mangava’ de si mesma”, jornal *O Diário do Nordeste*, 25 de maio de 2014.

Sobre a televisão, Pierre Bourdieu (1997) afirma que estar ou aparecer nela é, sobretudo, para se fazer ver ou ser visto, e, evidentemente, no caso, de ser visto por milhares ou milhões de pessoas. Pierre Bourdieu (1997, p. 28) assinala o *efeito de real* que a imagem televisiva produz, de “poder fazer ver e fazer crer no que faz ver”, um poder de evocação que tem efeitos de mobilização. Além disso, o sociólogo francês afirma que a televisão pode fazer existir não apenas ideias ou representações, mas também grupos, no caso, o grupo dos humoristas de bar de Fortaleza. Sendo vistos ou assistidos em âmbito local e/ou nacional, esses artistas do riso se tornaram celebridades midiáticas e, assim, solidificaram o movimento dos “humoristas do Ceará”, que ascendiam dos palcos de bares para os estúdios televisivos no decorrer dos anos 1990.

Paulo Diógenes afirma que o “*boom da Raimundinha*” aconteceu com a sua participação no programa eleitoral televisivo para o então candidato ao governo estadual do Ceará pelo PSDB, Ciro Gomes, no ano de 1990. O nome do quadro era “Abre a janela Raimundinha!”, no qual aparecia a personagem. Paulo também fez caravanas para o interior do estado participando dos comícios de Ciro Gomes: “foi quando o Ceará ficou conhecendo a Raimundinha”, diz o ator e humorista. *Raimundinha* saiu dos bares na Beira Mar, Praia do Futuro e Aldeota “e partiu para o Ceará inteiro”⁴¹. Aliás, nos anos 1990 muitos daqueles humoristas trabalharam fazendo campanhas políticas e animando os comícios dos candidatos nos períodos eleitorais. E quando eleito governador, Ciro Gomes (1991-1994) contribuiu para que alguns dos “humoristas do Ceará” ascendessem nacionalmente, como foram os casos de Falcão e Karla Krenina, a *Meirinha*.

No ano de 1992, em festejos de inauguração de um conjunto habitacional na região sul do estado, no sertão do Cariri, na qual participavam Ciro Gomes e outras autoridades nacionais, o governador convidou para animar o palanque Falcão com seu repertório de sucesso nos bares de Fortaleza. Ao cobrir o evento, o jornalístico *Aqui e Agora* do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) fez matérias e entrevistas com Falcão que despertava risos cantando a já referida “I’m not dog no”, a versão jocosa em um “inglês-cearês” de “Eu não sou cachorro não” do cantor baiano Waldik Soriano. No mês de junho de 1992 saiu a primeira reportagem televisiva de âmbito nacional pelo *Aqui e Agora* que mostrou uma apresentação de Falcão em Barbalha-CE e o

⁴¹ *Revista Entrevista*, do curso de Comunicação Social da UFC, Fortaleza, julho de 2006, nº 17, p. 5.

programa o chamava então de “Waldik Cover”, a segunda reportagem foi em Juazeiro do Norte-CE, dessa vez mostrando o “brega star” cantando no palanque ao lado de Ciro Gomes e outros políticos. Depois dessa primeira aparição em rede nacional de televisão, Falcão é chamado para dar entrevista no programa *Jô Onze e Meia* do humorista e apresentador Jô Soares, também no SBT em julho daquele ano. Uma matéria da época do jornal *O Povo* com o título “O Voo de Falcão” advertia: “Brasil, prepare-se! O cantor Falcão [...] vem ocupando na marra seu espaço na mídia nacional. Matérias na revista ‘Bizz’, entrevistas no ‘Jô Onze e Meia’ e ‘Aqui e Agora’ e outras delongas mais fazem com que [...] Falcão voe mais alto...”⁴².

No mesmo ano de 1992, com o apadrinhamento do governador Ciro Gomes, quem “voava alto” também era Karla Karenina, a *Meirinha*, que já naquele tempo junto com os *shows* nos bares estreara um programa local de humor na TV Ceará, canal público estadual, o *Meirinha 13 Horas*. Através de Ciro, Karla conseguiu contato com Chico Anysio e passou a fazer parte do humorístico “A Escolinha do Professor Raimundo” na Rede Globo de Televisão. Numa reportagem da revista *Veja* de 1996, intitulada “A capital da piada”, sobre esses humoristas que se apresentavam nas noites fortalezenses e, ao mesmo tempo, faziam “sucesso nacional”, Karla demonstrava sua gratidão ao político: “Hoje, trabalho de graça na campanha a vereador de Patrícia (Sabóia), a mulher do governador, por pura gratidão”⁴³. Em reportagem do jornal *O Povo*, mais recentemente, Karla Karenina contou como foi a ajuda do ex-governador Ciro Gomes e seu primeiro contato com Chico Anysio:

Ele (Ciro Gomes) me perguntou se eu tinha tido contato com o Renato Aragão, com o Chico Anysio. Quando eu disse que nunca tinha falado com Chico, ele pediu para secretária ligar naquele momento para a casa de Chico Anysio! A mão começou a esfriar, me deu um passamento! Fiquei muda, calada. Quando ele atendeu, Ciro disse: “Chico, estou aqui com uma moça que faz muito sucesso em Fortaleza, é um talento que não cabe mais no Estado. Queria que você olhasse o trabalho dela, é muito engraçada, perai que eu vou passar o telefone! (risos).”

Tomada pelo susto e com a voz fina, trêmula, Karla atendeu. “Oi Chico, tudo bem”. E isso o Ciro me cutucando e pedindo que eu fizesse a voz da Meirinha. E eu toda me tremendo: “Ah, seu Chico Anysio, tô muito nervosa, macho, de falar com o senhor”. E ele, rindo do outro lado, perguntou se era a mesma pessoa que Ciro tinha passado a ligação e pediu que eu mandasse uma fita para casa dele.

Certa manhã, Karla é acordada por Lafaiete, que trabalhava em sua casa. “Karla, chega mulher, o Chico Anysio tá no telefone”. E eu tinha um amigo

⁴² “O Voo do Falcão”, jornal *O Povo*, Vida & Arte caderno B, sexta-feira, 10 de julho de 1992.

⁴³ “A Capital da Piada”, *Veja*, edição 1454, de 24 de julho de 1996, p. 129.

que ligava só pra frescar com ela: “Lafaiete, diga para Karla que foi o Stratovarius que ligou”, só pra ver a bixinha passando o recado. Mas era o Chico, me cobrando a fita! Dez dias depois de enviar a VHS, o próprio Chico Anysio telefona para sua casa. “Está preparada para vir para o Rio de Janeiro?”⁴⁴

Chico Anysio afirmou, em entrevista ao programa *Roda Viva* da TV Cultura de São Paulo, exibido em junho de 1993, que a “Escolinha do Professor Raimundo” era uma “vitrine onde você se mostra para o país”, no caso, ele se referia ao profissional do humor, que segundo ele, não teria muito espaço para atuar no Brasil naquela época⁴⁵. A *Escolinha* de Chico nos inícios dos anos 1990, assim como afirmou o humorista no *Roda Viva*, alcançava 40 pontos de audiência⁴⁶ em um universo de 12 milhões de domicílios no país, sendo transmitido no horário de 17:30h, cinco dias na semana, de segunda a sexta. Este programa televisivo era sem dúvida uma grande “vitrine” para qualquer humorista se fazer ver e ser visto em âmbito nacional.

Chico Anysio, que saiu de Maranguape-CE com 7 anos de idade para morar em definitivo na capital fluminense em 1938, iniciou sua carreira artística como ator radiofônico na *Rádio Guanabara* do Rio de Janeiro em 1948 e foi lá também que criou seus primeiros programas de humor: “... a Guanabara colocou no quadro de avisos a notícia de pretender entrar no humorismo. Escrevi três programas para ver se um deles seria aceito: O ‘Show Ping-Pong’, ‘Cine Art-Palacinho’, e o ‘Teatrinho Bhering’. Os três foram aceitos”⁴⁷. Chico Anysio e Haroldo Barbosa (1915-1979) criaram a *Escolinha do Professor Raimundo* para a emissora radiofônica carioca Mayrink Veiga em 1952. O modelo de humorístico ambientado em uma sala de aula cheia de alunos nada convencionais já existia nas rádios no Brasil desde os anos 1930. Em 1957, quando Chico passa para a TV, a *Escolinha* se torna um quadro no

⁴⁴ Trechos da reportagem do jornal *O Povo*, “Toda dança de Karla Karenina”, a qual conta um pouco da história da humorista que atualmente é também poetisa, atriz e “terapeuta de regressão”. Disponível em:

<<http://www.opovo.com.br/app/colunas/geniosdaraca/2013/07/13/noticiasgeniosdaraca,3091219/toda-danca-de-arla-karenina.shtml>>; acesso em: 01/05/2015.

⁴⁵ Esta entrevista com Chico Anysio realizada em junho de 1993 no *Roda Viva* da TV Cultura pode ser vista na íntegra no *site* de compartilhamento de vídeos *Youtube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=L42dwVjFn3U>>; acesso em: 01/05/2015.

⁴⁶ Um ponto de audiência equivale a 1% do universo pesquisado, seja total de indivíduos ou total de domicílios, segundo informa o *site* do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE). Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/duvidas-frequentes/Paginas/Audiencia-de-televisao.aspx>>; acesso em: 06/05/2015.

⁴⁷ Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/platb/chicoanysio/quem-e-esse-cara/humorista/>>; acesso em: 12/02/2015.

programa “Noites Cariocas” pela TV Rio, passando ainda por outras emissoras televisivas até chegar, também em formato de esquete, no programa “Chico City” na Rede Globo em 1973 (CARDOSO e SANTOS, 2008). Na sua primeira versão como programa solo de humor a *Escolinha* estreou na Rede Globo no ano de 1990 durando até 1995.

Antes do “boom” da *Meirinha* no humorístico de Chico, no ano de 1991 estreava na *Escolinha* o personagem *João Canabrava*, ébrio contumaz especialista em imitar o jeito de narrar dos radialistas de futebol, interpretado pelo humorista, nascido em Fortaleza, Antônio José Rodrigues Cavalcante, o Tom Cavalcante. Tendo trabalhado na TV Verdes Mares, a afiliada da Globo no Ceará, e em emissoras locais de rádio como apresentador e locutor nos anos 1980, Tom Cavalcante se inseriu no circuito dos bares fazendo humor, apresentando tipos (o velho, o bêbado), fazendo e imitando vozes em lugares como o *Tronco do Saboti* e a *Churrascaria Avenida*, nos inícios daquele movimento. Depois da *Escolinha*, Tom Cavalcante fez parte do elenco do humorístico *Sai de Baixo* entre 1996 e 1999, e apresentou um programa solo, o *Megatom* que ficou no ar de 2000 a 2001, ambos na Globo. Entre 2004 e 2011 foi para a Rede Record de Televisão onde estreou o *Show do Tom*, programa de humor e variedades no qual levou muitos outros humoristas dos bares de Fortaleza para se apresentarem nos concursos de humoristas que promovia.

Todavia, antes de Tom Cavalcante foi mesmo Chico Anysio quem levou muitos desses “humoristas do Ceará” nos anos 1990 para a sua *Escolinha*. Tom foi o primeiro de outros mais que se apresentavam nos bares da capital e passaram a ser alunos do *Professor Raimundo*, como Karla Karenina, a *Meirinha*, e João Netto com seu *Zé Modesto*. Este último, antes disso, apresentava um programa humorístico de televisão em âmbito local intitulado “Zé Modesto Fumando Numa Quenga”. Assim, fora através da *Escolinha* que a trajetória artística de Chico Anysio estabeleceu uma relação direta com aquela nova geração de humoristas do “Ceará moleque”.

E o humor do Ceará moleque vive tempos de explosão nacional. Depois da consagração de Chico Anysio e Renato Aragão, o sucesso começa a chegar para Tom Cavalcante e mais uma trupe de escrachados artistas que, de cara limpa ou compondo diversos personagens, tomaram conta da cidade e prometem agora ganhar o país.⁴⁸

⁴⁸ Trecho da matéria intitulada “Cearense ri apesar da crise”, jornal *O Povo*, Fortaleza, Caderno D, 04 de dezembro de 1991.

Este é um trecho de reportagem do jornal *O Povo* de dezembro de 1991 na qual Tom Cavalcante, em vista da “explosão nacional” através da *Escolinha*, dizia também: “Quero que o público diga: o Brasil tem três grandes humoristas cearenses, o Chico Anysio, o Renato Aragão e Tom Cavalcante”. Chico e Renato, já consagrados por seus programas de humor transmitidos pela Rede Globo de Televisão nacionalmente, desde os anos 1970, eram entendidos nesta reportagem como espécies de “precursores midiáticos” desse “humor moleque” do Ceará. Mas entre esses dois precursores, apenas o “consagrado” Chico, quando resolveu buscar os novos talentos do humor de bar de Fortaleza para a sua *Escolinha*, é que foi o responsável por conceder diretamente a “vitrine” desse humorístico para aqueles artistas do riso. Renato Aragão, o *Didi* dos *Trapalhões* (personagem e grupo de humoristas de notório conhecimento público no país), não se aproximou daquela geração dos bares de Fortaleza nem abriu espaço nos seus programas humorísticos, o que causa até hoje certo ressentimento entre alguns dos “humoristas do Ceará”.

Eu não quero ter o fim do Renato Aragão! Porreta o Renato Aragão!? Maravilhoso, né!? Nós fomos criados com o Renato, né!? Mas, o Renato nunca passou a bola para ninguém. Ele não tem o carinho da categoria. Ah o Renato... O Chico? O Chico é endeusado né, porque ele puxou a sardinha para todo mundo. E eu venho da escola do Chico, cara, eu acho que a coisa é por aí.⁴⁹

Antônio Renato Aragão⁵⁰, nascido em Sobral-CE no mês de janeiro de 1935, veio com a família para Fortaleza com 11 anos de idade. Na adolescência se tornou fã de Oscarito, indo ao cinema e assistindo diversas vezes, no mesmo dia, os mesmos filmes do comediante – segundo o próprio Renato: “Foi aí que nasceu tudo”. Com 18 anos, servindo ao Exército, escrevia e encenava esquetes humorísticas para os oficiais no Centro de Preparação de Oficiais da Reserva. Sobre este tempo, curiosamente, meu tio materno, Arimatéa do Carmo Silva, que serviu no mesmo quartel de Renato em Fortaleza, o conhecendo pessoalmente, relata ainda hoje que o futuro “trapalhão” era já ali um “brincalhão”. Depois do exército foi fazer Direito na Universidade Federal do Ceará e começou a trabalhar no Banco do Nordeste do Brasil. Quando em 1960 a capital cearense recebia seu primeiro canal de televisão, a

⁴⁹ Transcrição de fala do humorista Lailton Melo, o *Lailtinho Brega*. Entrevista em 30/03/2015.

⁵⁰ As informações sobre Renato Aragão que se seguem foram todas retiradas do caderno especial do jornal *O Povo*, “Renato Aragão 80 anos – o circo do palhaço sem máscara”, textos de Raphaele Batista, Fortaleza, terça feira, 13 de janeiro de 2015.

TV Ceará, Renato Aragão se inscreveu no Curso de Preparação de Equipes de Televisão com professores vindos do Rio de Janeiro e teve aceito um programa humorístico que escrevera para passar nas provas do curso, o *Comédia da Cidade*, que depois foi renomeado para *Vídeo Alegre*, no qual produzia e atuava.

No ano de 1963 Renato fora contratado para fazer programas de humor na TV Tupi no Rio de Janeiro e daí em diante passou por outras emissoras até chegar já com os “Trapalhões” formados (*Didi, Dedé, Mussum e Zacarias*) na Globo no ano de 1977. Durante esse tempo Renato Aragão começava a produzir filmes e montou um estúdio na Barra da Tijuca no Rio de Janeiro. Estúdio que ele alugava para a Rede Globo, no período que esta emissora ainda construía o seu próprio centro de produção de entretenimento, o PROJAC (Projeto Jacarepaguá) inaugurado em 1995. No estúdio de Renato Aragão fora gravada a primeira versão solo da *Escolinha* do Chico Anysio, entre 1990 a 1995. Quando os “humoristas do Ceará” começavam a despontar nos inícios dos anos 1990, o programa de *Didi* e companhia começava a sofrer baixas. Com as mortes de Mauro Gonçalves, o *Zacarias*, em 1990 e de Antônio Carlos Bernardes Gomes, o *Mussum*, em 1994. Depois dessas perdas, Renato e Dedé Santana, os trabalhos restantes ficaram inativos com a emissora carioca apenas exibindo reprises de “Os Trapalhões” que foram tiradas do ar em 1995. Assim, justamente no tempo em que os “humoristas do Ceará” estavam em ascensão nacional, Renato Aragão perdia espaço na televisão. Isto justificaria o esquecimento de *Didi* para com os seus conterrâneos humoristas?

Sobre esta questão avançada não possuo respostas precisas, porém se pode constatar que depois de uma experiência em Portugal, em 1998, Renato Aragão, sem a companhia de Dedé Santana, estreava novamente na Rede Globo com *A Turma do Didi*, elencando antigos comediantes que participaram dos “Trapalhões” e novos atores, mas nenhum integrante dos humoristas dos bares de Fortaleza. Um ator cearense, Tadeu Melo, passou a integrar o elenco desse humorístico em 2003, que durou de 1998 a 2010. O antigo trapalhão Dedé foi integrado no elenco em 2008. Com o fim da *Turma do Didi* no ano de 2010, Renato estreou outro programa intitulado *As Aventuras do Didi* que durou até 2013. Porém, para nenhuma de suas atrações televisivas e de cinema, a partir dos anos 1990 até hoje, Renato Aragão, este cearense de Sobral, chamara algum dos humoristas dos bares de Fortaleza.

No citado *Roda Viva* de junho de 1993, Chico Anysio afirmava ali que “eu sou quem mais lança novos” com a *Escolinha* e, ainda segundo ele, o humorístico era

“um jeito que eu encontro de eu arrumar emprego para os comediantes”, quando indagado acerca da possibilidade de cortar o número de integrantes do programa como teria sido solicitado pela direção da emissora – a *Escolinha* à época possuía 48 humoristas e a Rede Globo cogitava diminuir para 16. A ajuda dada por Chico aos “comediantes” para conseguirem “emprego” não vinha sem uma contrapartida financeira para ele, como sugere, por exemplo, David Cunha, o *Espanta*, em entrevista ao programa “Xeque-Mate” da TV Universitária (TVU) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – este humorista sofreu um acidente fatal de carro no mês de novembro de 2006 em trecho da BR-304 no município de Açú-RN vindo a falecer.

Nascido em Natal-RN, David Cunha (1957-2006) começou a carreira artística se apresentando em casas de espetáculo na sua cidade natal e, depois, foi chamado por um produtor do Ceará para apresentar seu *show* de humor nos bares de Fortaleza nos inícios dos anos 1990. No ano de 1999 foi contratado pela Rede Globo que tinha mandado uma diretora de elenco para Fortaleza a fim de selecionar humoristas para participar da segunda edição da *Escolinha*, a qual voltava ao ar, depois de 1995, como um dos quadros do programa *Zorra Total*. A diretora de elenco da emissora carioca ao vir a Fortaleza já tinha um nome certo: o *Espanta*, segundo contou o próprio. Contratado pela Rede Globo, contudo, depois de algumas participações no humorístico, o *Espanta* foi tirado do ar pelo próprio Chico, pois como indicou, na referida entrevista, a participação dele e dos novos humoristas para a *Escolinha* tinha como uma das condições que eles assinassem com a então produtora de *shows* de Chico Anysio localizada no Rio de Janeiro, a Bozó Produções, coisa que ele não fizera por ter sido enganado por um colega humorista, segundo relatou.

Quando David Cunha realizava as gravações do humorístico na capital fluminense assinou contrato com uma outra empresa de produção artística e não com a de propriedade de Chico, a fim de promover seus *shows* nas cidades de Rio e São Paulo. Segundo o *Espanta*, ele fora traído pelo humorista paraibano Nairon Barreto, que interpreta o personagem *Zé Lezin*, o qual também fora chamado para a *Escolinha* na mesma época, e quem primeiro o teria incentivado para assinar com a outra produtora e, logo depois, o teria “dedurado” para Chico Anysio.

... no quarto mês de Escolinha que eu estava no ar, o Zé (Lezin) chegou para mim e disse: - *Vamos assinar um contrato com uma empresa para nos representar no Rio e São Paulo*; eu disse: - *qual é a empresa?*; ele disse: - *Dalook Produções Artísticas, que é do cunhado do Fausto Silva*; E eu inocentemente... porque todos nós temos um minuto de besteira por dia,

nesse dia eu gastei um hora e meia. Ai eu fui, eu disse: - *você assinou?*; ele disse: - *Já!* Eu fui lá e assinei o contrato com a Dalook. Na semana seguinte ele pegou as três cópias de contrato e levou para o Chico Anysio: - *Olha aqui Chico, o Espanta assinou o contrato com a Dalook Produções e não assinou com a sua empresa (a Bozó Produções).* O Chico Anysio me chamou no camarim, me mostrou as três cópias de contrato e disse: - *O Senhor está fora da Escolinha, se a emissora quiser lhe botar na novela das oito é problema da emissora, mas na Escolinha o Senhor não fica mais.* E foi por isso que eu sai do ar.⁵¹

A referência a esta polêmica indica que de modo incisivo a “vitrine” da *Escolinha* expunha novos produtos que deveriam ser vendidos pelo próprio Chico Anysio. Todavia, o que importa aqui, independente se havia ali um “ato interessado ou desinteressado” ou, melhor, se os interesses de Chico eram altruísticos ou financeiros (ou ambos) quando dava oportunidade para os novos talentos do humor, era que a vitrine televisiva daquele humorístico contribuiu nos anos 1990 para a consolidação daquela “geração dos bares” de Fortaleza. Pode-se elencar ainda muitos outros desses “humoristas do Ceará” que “explodiram” nacionalmente, dentro ou fora da “vitrine” de Chico, e que ajudaram a fomentar o negócio do humor na cidade. Casos como o do já mencionado João Netto, o *Zé Modesto*, que também foi para a *Escolinha*, em 1993, e o atual reeleito Deputado Federal do Partido Republicano (PR) por São Paulo (2014-2018), Francisco Everardo Oliveira Silva, o *Tiririca*, que em 1996 estava em todos os programas de auditório e variedades no país com a sua música *Florentina*.

É mister salientar, a associação de Chico e Renato como os primeiros “moleques” de “sucesso nacional”, em âmbito local, só foi possível ser feita nos 1990 depois do *boom* de alguns dos humoristas de bar que “ganharam o país”, aparecendo nacionalmente em programas de humor como a *Escolinha do Professor Raimundo*. Na verdade, a expressão “humoristas do Ceará” só passa a fazer sentido quando da aparição nos meios de comunicação nacionais desses humoristas da geração que iniciou os *shows* nos bares de Fortaleza. Chico Anysio e Renato Aragão poderiam antes serem evocados como “humoristas brasileiros” – apenas nascidos no Ceará – do que como “humoristas cearenses”. Chico deixou o Ceará criança para o Rio de Janeiro, teve suas influências e experiências artísticas oriundas do rádio carioca dos

⁵¹ A entrevista com David Cunha, o *Espanta*, no Xequê-Mate, programa da TVU da UFRN, pode ser assistida no *sítio* de compartilhamento de vídeos *Youtube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=aNmObERu0XE>>; acesso em: 10/05/2015.

anos 1940, além de estar numa cidade que já centralizava a produção cultural no país de então. Renato teve sua influência artística do humor cinematográfico de Oscarito quando jovem – “tudo nasceu daí”, como dissera recentemente – e nos 1960 aprendera a ser escritor e produtor televisivo com professores do Rio de Janeiro. Enfim, Chico e Renato só puderam ser “regionalizados” ou, de outro modo, considerados como os precursores dos “humoristas do Ceará” depois do sucesso nacional da “geração dos bares” nos anos 1990.

Além disso, apenas nesse dado período social e histórico do surgimento dos humoristas de bar de Fortaleza é que a imprensa e intelectuais locais passam a dar destaque à ideia da “molecagem cearense” como uma das razões que explica a produção artística de humor no Ceará. Na mencionada matéria do jornal *O Povo* de 1991, de título “O cearense ri apesar da crise”, é dito que antes daquela movimentação dos humoristas nos bares e de sua “explosão nacional”, o “espírito do Ceará moleque viveu uma de suas épocas de ouro no começo dos anos 1960”. Essa matéria se referia aos “radialistas, atores e poetas” que “ganharam o público com programas como ‘A Carrocinha’, ‘Balança mas não cai’, ‘A Pensão é o Paraíso’, na Ceará Rádio Clube e na TV Ceará”. Contrastando, contudo, com esta associação entre o “Ceará moleque” e o humor feito no rádio e na TV cearenses nos anos 1960, é interessante o que disse o professor do curso de Comunicação da UFC, Gilmar de Carvalho, em entrevista concedida a Paulo de Sérgio Brito (2006), autor da dissertação “O Teatro de humor como elemento de sustentabilidade do turismo: o caso de Fortaleza”. Gilmar afirma ali que o humor da televisão de Fortaleza dos anos 1960 era o mesmo tipo de humor feito naquele tempo na televisão de Recife, de Belém, de Natal, de qualquer lugar. Aquele humor, diz Gilmar, não “tinha esses traços dessa chamada cearensidade que tem por exemplo a Rossicléa, a Skolástica, o Paulo Diógenes, o Falcão”.

Um humor com traços de cearensidade! Um tipo de humor que, ainda segundo Gilmar de Carvalho, faz uma “construção meio artificial, mas um pouco apropriado da fala popular, das expressões, do escracho popular...”. O *humor moleque popular* seria, então, próprio dos humoristas de bar de Fortaleza. É evidente que a interpretação cultural sobre esse “humor moleque do povo cearense” tem raízes históricas nos finais do século XIX, porém, a associação feita pela imprensa local e por humoristas de que o humor produzido artisticamente no Ceará é mais uma manifestação cultural do “povo cearense” apenas passa a ser recorrente nos anos 1990 com o surgimento da “geração dos bares” e o avanço definitivo de Fortaleza e

do Ceará como destinos turísticos. Turismo que começava a ser pensado mais estrategicamente, a partir de políticas e planos governamentais, e a vender, ao lado das imagens de praias ensolaradas e paisagens paradisíacas, os *shows* noturnos de humor da capital do estado.

Os “humoristas do Ceará” fazendo então sucesso nacional nos meios de comunicação de massa começaram a solidificar uma marca para o comércio turístico: *Ceará, a terra do humor, venha viver essa alegria!* Marca que é oficializada pelos governos locais em meados dos anos 2000. Para a imprensa cearense, principalmente, uma das explicações para os inícios do movimento dos humoristas nos bares era a de que aqueles artistas do riso davam continuidade a “tradicional cultura moleque”. A molecagem, assim, desde os finais do século XIX, era encarada ali com os humoristas como mais uma característica que definiria *o que faz ser cearense*. O “efeito da tradição moleque” sobre a produção artística de humor no Ceará com a geração dos bares e seu sucesso na televisão brasileira nos anos 1990 fez com que o “popular local” se nacionalizasse.

2.5 - O humor cearense local e nacional

Na já referida entrevista dada ao programa *Roda Viva* em 1993, Chico Anysio foi indagado por que existia tanto humorista no Ceará e respondeu que “é porque os cearenses são mais inteligentes”, o que fez rir a entrevistadora. Em um programa especial da *Escolinha* de 1994, em comemoração ao aniversário de Chico, Renato Aragão foi fazer uma participação especial e ao ser questionado pelo conterrâneo João Netto, à época estreante do humorístico com o seu *Zé Modesto*, sobre o que o “trapalhão” achava da ideia de que “todo cearense é gaiato”, respondia:

Na verdade, eu não sei o que é que está acontecendo no Ceará né Chico, agora tem uma penca de comediantes, está acontecendo uma coisa estranha [...] eu acho, a minha dedução de tudo isso, eu não sei se é os bons exemplos que tem assim: o melhor comediante do Brasil é Chico Anysio e a turma começa a querer ter aqueles exemplos e querer vir pra cá e imitar o mestre, né isso.⁵²

⁵² O trecho desse programa com a fala de Renato Aragão está no site de compartilhamento de vídeos *Youtube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MOF3tuM-r7E>>; acesso em: 15/04/2015.

“No Ceará agora tem uma penca de comediantes”, refletia o trapalhão Didi, e afirmava intrincado não saber o que acontecia opinando que a possível razão da proliferação de humoristas no Ceará à época devia ser pela existência dos “bons exemplos” de comediantes do Brasil como Chico Anysio, o que faria a “turma” querer segui-los para o sucesso televisivo no sudeste do país e “imitar os mestres”. Renato Aragão, diferente de Chico Anysio, viveu e cresceu em Fortaleza, trabalhou e formou família, tempo suficiente para ele ter dito contato com a ideia de que no *Ceará o povo é moleque ou gaiato*, a qual desde os anos 1930 cronistas e memorialistas locais insistiram em propalar. Mas, em nenhum momento ali, Renato lembrou de dar tal explicação ao conterrâneo *Zé Modesto*, na verdade, ele parecia ignorar tal compreensão. Seria esse discurso de *cearensidade moleque* nos 1950 e 1960, período em que viveu em Fortaleza Renato Aragão, restrito à pequena comunidade de leitores daqueles saudosistas escritores do *gaiato passado dos cearenses*?

O certo é que o número de humoristas que crescia em Fortaleza no decorrer dos anos 1990 atraídos pelo sucesso nacional dos precursores dos bares suscitava a curiosidade jornalística, principalmente da imprensa de fora do Ceará. A matéria da revista *Veja* de julho de 1996, “A capital da piada”, também anteriormente citada, começa assim: “São Paulo dá café, Minas dá leite e a Vila Isabel dá samba, cantava Noel Rosa. Se vivesse hoje, provavelmente incluiria outro verso em sua música *Feitiço da Vila: o Ceará dá humoristas*”. O repórter de *Veja* enviado a Fortaleza, Marcelo Camacho, explicava que o fenômeno do “humor cearense” se devia ao fato da capital “respirar piadas”, pois “diariamente, nos quiosques das praias, há shows de humor”, o que fazia com que, completa o repórter, os humoristas ganhassem dinheiro com o “mercado local e de turistas” e, assim, proliferassem. Mais uma vez, nada de referência a qualquer “cultura moleque” que explicasse porque o *Ceará dá humoristas*.

Um dos estudantes de comunicação da UFRN que participavam do programa *Xeque-Mate* no qual David Cunha, o *Espanta*, concedeu entrevista, indagou a este humorista: “Por que o Rio Grande do Norte não fornece tantos humoristas famosos nacionalmente quanto o Ceará? ”. *Espanta* respondeu que era devido à falta de uma “tradição de formação de humoristas” do seu estado natal, diferente do Ceará. Uma tradicional formação de humoristas talvez seria uma explicação aproximada da ideia de uma “tradicional molecagem cearense”, mas desconfio que não seja o caso. David Cunha se referia diretamente ao movimento de humoristas de bares que surgira

em meados dos anos 1980 e crescera no decorrer da década de 1990. Movimento que produzia humoristas os quais se tornaram mão de obra artística televisiva para os programas humorísticos e de auditório locais e nacionais.

O colunista Xico Sá do jornal *Folha de São Paulo*, na ocasião da morte de Chico Anysio em 2012, redigiu um breve texto com o título indagador “Por que o Ceará domina o humor no país? ”, e completava afirmando ser esta “uma questão nacional”. Na verdade, de modo específico, como diz textualmente, ele se indagava por que, historicamente, os cearenses dominavam a “cena do humor televisivo no país”. Sem desconsiderar a existência de outros grandes humoristas provindos de todos os estados brasileiros, o colunista sentenciava que a “Terra de Tiririca impressiona por sua fartura e qualidade” e elencava para além dos referidos Chico Anysio e Tiririca, Renato Aragão, Zé Modesto, Rossicléa, o *Espanta* – este, potiguar de nascimento e de vivência –, *Lailinho Brega*, *Skolástica*, *Raimundinha*, Tom Cavalcante, *Coxinha*, o “Ceará” do humorístico *Pânico na TV* – o Wellington Muniz, aquele que imita o Silvio Santos – e Falcão, o “Nietszche da fuleragem nordestina”, arrematou Xico Sá. Entretanto, quando o colunista da *Folha* enumera algumas razões que poderiam explicar esse “domínio do humor televisivo” dos cearenses no país, como nos exemplos imediatamente anteriores, em nenhuma linha é mencionado algo sobre “Ceará moleque”, “gaiatice inata”, “irreverência histórica” ou sobre alguma “cultura moleque popular”.

Arrisco algumas razões para a produção em série e exportação de humoristas alencarinos:

- Cearense não se leva a sério desde que aprende a falar. Sempre tem o poder da auto-esculhambação, tira onda de si mesmo, a começar pelo mito da cabeça chata.
- Nas grandes adversidades, como os ciclos de seca, o cearense também ri da sua própria desgraça.
- Apelidados carinhosamente de “judeus brasileiros”, devido aos deslocamentos, o cearense também tira onda dos outros. “Abestado” é o adjetivo-mor para tratar, por exemplo, cariocas e paulistas. São apenas pitacos. Se eu gostasse de tese teria estudado. Não seria o Mobral que vos fala. Mentira, Terta?⁵³

Por não se levar a sério, por tirar onda de si mesmo e dos outros, por rir da própria desgraça quando nas adversidades seriam essas as razões para o domínio

⁵³ Xico Sá, “Por que o Ceará domina o humor no país? ”, *Folha de São Paulo*, 24/03/2012. Disponível em: <http://xicosa.blogfolha.uol.com.br/2012/03/24/por-que-o-ceara-domina-o-humor-no-pais/#_>; acesso em: 11/05/2015.

cearense no humor televisivo brasileiro segundo os “pitacos” de Xico Sá. Não interessa acatar ou refutar aqui tais “pitacos”, exercício que desconfio não muito frutífero. Na verdade, a razão que me fez trazer esta tentativa de resposta a tal “questão nacional” é para definitivamente demonstrar que o discurso de uma “tradicional cultura moleque”, a qual tenta explicar *o que faz ser cearense* desde os finais do século XIX, é uma resposta exclusivamente local à existência do fenômeno social dos “humoristas do Ceará”.

Nas falas de Chico Anysio e Renato Aragão, respectivamente em 1993 e 1994, na matéria jornalística de *Veja* de 1996, na entrevista do *Espanta* para estudantes de comunicação em Natal-RN em meados dos anos 2000 e nesse texto de Xico Sá de 2012, todos aqui arrolados enfim e datados, em nenhum momento se mencionou nada sobre a “molecagem do povo” como causa que explicasse a “tradição de formação de humoristas” do Ceará. Isto porque o “Ceará moleque” era e continua sendo um discurso de identidade local oriundo de literatos e memorialistas do passado, difundido no imaginário e memória coletivos, propagandeado pela imprensa e televisão cearenses e que tem sido apropriado atualmente, e principalmente, pelos humoristas e governos locais em busca de seus interesses. Discurso dos humoristas, que atualmente tentam se organizar como um “campo” profissional autônomo e reivindicam para si o papel de representantes da “cultura cearense”, e das autoridades governamentais, que tentam forjar símbolos e imagens positivas para o mecanismo institucional do entretenimento-turismo do estado.

A ideia de uma “tradição moleque” é provável, até o momento, um discurso eminentemente local, a produção humorística dos “humoristas do Ceará”, como já anteriormente esboçada, estava sobejada pelas influências do “popular local” provindas das falas do povo e das curiosidades anedóticas dos “ilustres moleques” do passado. Todavia, quando aquela geração de humoristas dos bares ascende aos meios de comunicação de audiência nacional nos anos 1990, e passa a vender sua arte comercialmente em shows de humor, livros, CDs e DVDs para o resto do país, este *humor moleque popular e tradicional* se transmuta em um humor de cores nacionais. “Humor moleque” transformado em produto da “cultura popular de massa”, humor que se nacionalizava e que incomodava a concorrência na indústria cultural brasileira.

O personagem *Coxinha*, citado pelo colunista Xico Sá antes, como outra figura do humor do Ceará que dominava o humor no país é, na verdade, um boneco

de pano articulado, conhecido por sua falsidade e maledicências que ganha vida na voz do humorista Hiran Delmar. *Coxinha* fez sucesso no programa humorístico “Nas Garras da Patrulha” da TV Diário e hoje está no “Autarquias do Humor” da TV União, ambas emissoras locais. *Coxinha* fazia parte da turma de bonecos do “Nas Garras da Patrulha”, originalmente um programa de rádio local dos anos 1980 e remodelado para a televisão no ano 2000. O programa humorístico e televisivo “Nas Garras” ficou conhecido nacionalmente entre 2001 e 2009 quando o sinal da emissora TV Diário era exibido para todo o país via antenas parabólicas. A TV Diário é um canal do grupo Verdes Mares de Comunicação associado às Organizações Globo no estado do Ceará a qual obrigou seus associados a pararem essa transmissão nacional. Em nota oficial a Rede Globo anunciou:

A TV Globo, como cabeça da Rede Globo, formada por 121 emissoras, procura harmonizar os sinais de VHF e UHF de forma que estes fiquem circunscritos a seus territórios de cobertura. Desta forma, em busca de uma harmonia entre todos e pelo respeito recíproco aos interesses, a atuação da TV Diário estará restrita a seu território de cobertura, não sendo mais captada em territórios de outras afiliadas. Seu sinal permanecerá no satélite, cobrindo o estado do Ceará, porém, codificado.

Na época desse impedimento de transmissão do sinal da TV Diário pelo país havia boatos de que na Favela da Rocinha no Rio de Janeiro e em algumas regiões do estado de São Paulo a trupe do “Nas Garras da Patrulha” e seu personagem principal, o *Coxinha*, estavam batendo a audiência da novela da Globo de fim de tarde *Malhação*, que era transmitida no mesmo horário dos “bonecos moleques” do Ceará. O acionamento do poder de dominação da Rede Globo sobre sua afiliada não demonstra apenas uma tentativa de centralização da produção de entretenimento cultural que a emissora carioca almeja, mas indica um embate sobre qual conteúdo da “cultura popular de massa” deve ser nacionalizado: um produto de coloração “popular local” ou outro de caráter “popular nacional”. Um embate que se resolveu na força de decisão de mando, obviamente, no caso específico, mas que não impediu que o humor popular local do Ceará, manifestado por *Coxinha* e sua turma bonequeira e por muitos outros “humoristas do Ceará” de sucesso nacional “dominassem o humor no país”, segundo o colunista Xico Sá. Dessa forma, os humoristas que tornaram o estado do Ceará conhecido no Brasil como “Terra do Humor”, mercantilizam através de sua produção artística comercial a molecagem do

“povo cearense” que é, assim, nacionalizada ou largamente consumida como produto para o entretenimento popular de massa no país.

Enfim, no próximo capítulo, irei demonstrar como a solidificação do movimento do humor de bar hoje está constituindo uma esfera com autonomia relativa em relação ao “campo da produção artístico-cultural” que o engloba, o das artes cênicas. Mesmo se organizando em relação a demanda econômica e social mais ampla, esses profissionais do riso buscam nos últimos anos uma certa independência ao construírem um espaço social próprio de artistas e produtores de humor no estado. Autonomização relativa e independência que surgem quando os humoristas procuram legitimidade ou reconhecimento político e artístico no espaço social mais amplo em que estão inseridos. Como se verá, o relativo processo de autonomização dessa esfera de produção humorística está estreitamente ligado com o desenvolvimento do turismo no estado e sua consolidação passa pela apropriação da ideia de “Ceará moleque”, a qual torna esses humoristas atração turístico-cultural.

Capítulo III - O entretenimento-turismo e a “cultura moleque” dos humoristas

Atualmente, em todas as noites da semana, durante todo o ano, na capital do Ceará é possível assistir aos *shows* humorísticos em bares, pizzarias, e barracas de praia. Porém, em especial, na orla turística há a concentração de estabelecimentos que apresentam regularmente os espetáculos. A existência deste negócio de espetáculos de humor hoje está estreitamente ligada ao desenvolvimento do mecanismo institucional do entretenimento-turismo (FARIAS, 2011) no estado do Ceará, porém, mais especificamente em Fortaleza. Agências de turismo, hotéis e casas de shows, em conjunto, oferecem aos visitantes pacotes de entretenimento na cidade que incluem a ida às apresentações dos nacionalmente conhecidos “humoristas do Ceará”. Taxistas vendem ingressos e agentes abordam os turistas que frequentam pela manhã as praias da cidade oferecendo reservas de mesas para as casas que apresentam de modo regular os *shows* de humor.

Edson Farias (2011) ressalta o nexos entre economia e cultura nas “sociedades-nação modernas” e argumenta que as práticas lúdico-artísticas populares, na “globalidade modernidade-mundo”, se voltam para a prestação de serviços de diversão e turismo e se situam nos “fluxos translocalizados dos símbolos”. O popular se torna, desse modo, um “feixe de símbolos reconstruídos seletivamente ao longo da modernização” no país e o entretenimento se transforma no mecanismo institucional estruturante das “condições de ressignificação dos símbolos e dos modos de expressão da cultura”. Os *shows* humorísticos de Fortaleza fazem parte hoje do circuito turístico comercial e evocam a matriz do “popular local”, tornando esta ação ou prática lúdico-artística dos humoristas no eixo de síntese sócio simbólica e histórica entre cultura popular e entretenimento. O “humor moleque” dos “humoristas do Ceará”, enfim, está entre as produções simbólicas populares que se referendam na identidade local e se relaciona com “a industrialização e consumo de bens culturais e de serviços, mediante a integração no campo institucional do entretenimento” (FARIAS, 2011, p.27).

No setor de desembarque nacional do Aeroporto Internacional Pinto Martins, de frente para a escada rolante que dá acesso à área de entrega das bagagens, há um grande cartaz da *Lupus Bier* com a *Rossicléa* e outros humoristas que anuncia: “Humor de Primeira”. A *Lupus*, já mencionada antes, é um bar-restaurant localizado na Rua dos Tabajaras, bairro Praia de Iracema, próximo a

Ponte Metálica, ponto turístico da capital. Aliás, precisamente, ao longo da orla turística fortalezense existem, até o momento, sete estabelecimentos que apresentam de forma regular os *shows* de humor: somando-se à *Lupus*, na Beira Mar têm o *Teatro do Humor Cearense* (THC), ao lado, o *Piadaria Comedy Club* (inaugurado no começo deste ano de 2015) e o *Beira Mar Grill*; na Praia do Futuro, têm as barracas *Croco Beach*, *Chico do Caranguejo* e *Atlantis*. A maioria desses estabelecimentos são produzidos por humoristas que no jogo de forças dessa recente esfera profissional artístico-lúdica do “humor cearense” possuem o poder de decidir quem pode ou não se apresentar nesses espaços comerciais voltados ao turismo.

Na perspectiva teórica de Pierre Bourdieu todo campo de produção cultural se traduz nas posições e lugares, e não nos indivíduos; assim, seguindo esse raciocínio, parto neste capítulo para demonstrar a recente formação e o funcionamento desse espaço social artístico-profissional dos “humoristas do Ceará”, sem eleger um ou dois representantes específicos, mas procurando mapear as relações de força dentro desse contexto de produtores de uma “arte média”⁵⁴ do entretenimento cultural e turístico, principalmente, da cidade de Fortaleza. Um humor feito por um grupo de artistas e produtores culturais para um público consumidor diversificado e amplo ou – o que dá no mesmo – para nenhum público *especializado*. A tentativa é de uma síntese buscando elencar os agentes em ação que ao longo de um curto período histórico até o presente momento construíram e mantêm hoje este delimitado contexto social artístico estruturado em relações de poder.

Contundo, antes de iniciarmos essa abordagem é preciso estabelecer em que condições histórico-sociais o Ceará – e, em particular, a cidade de Fortaleza – foi se transformando na “Terra do Humor” no Brasil. Já está evidente no presente momento que aquele movimento de humoristas e o sucesso de alguns deles nos meios de comunicação nacionais contribuíram decisivamente para a exploração desse nicho de mercado da diversão noturna voltada para turistas, mas é preciso esclarecer mais alguns aspectos importantes que também foram tão decisivos quanto.

3.1 - Destino Ceará, a Terra do Humor

⁵⁴ Bourdieu (2005, p. 148) chama de “arte média” aquele tipo de bem simbólico que para sua fruição não se exige o conhecimento de regras técnicas e de princípios estéticos; regras e princípios que integram os pressupostos e acompanhamentos obrigatórios na fruição das “obras legítimas”, e não das “médias”.

O “olhar do turista” é construído através de signos, e o turismo abrange uma coleção deles (URRY, 2001, 1995). Segundo a leitura de John Urry (2001) os signos turísticos mundiais são derivados dos discursos da viagem e da própria atividade turística, uma “prática semiótica”, construída no imaginário pela mídia e a propaganda “bem como pela competição consciente entre diferentes grupos sociais”. Signos como a de um beijo romântico em Paris que reporta a uma “eterna e romântica Paris”. “All over the world the unsung armies of semioticians, the tourists, are fanning out in search of the signs of Frenchness, typical Italian behaviour, exemplary Oriental scenes, typical American thruways, traditional English pubs” (URRY, 1995, p. 133)⁵⁵. Por mais óbvio que seja afirmar é preciso lembrar sociologicamente que o turismo como prática social engendra signos, discursos e representações que apresentam as cidades como locais para a visitação e consumo.

Assim como um guia turístico que *narra a cidade* (BARREIRA, 2012) a propaganda turística para os visitantes, afirma ícones, busca singularidade e integração do lugar visitado no circuito de imagens que se processam no mundo. Irllys Barreira (2012) demonstra que as narrativas da cidade, como as que são construídas pelo turismo, produzem uma síntese discursiva de múltiplas articulações entre passado e presente capaz de gerar princípios de identificação e sentidos de pertencimento; tais narrativas não se separam de imagens estereotipadas que muitas vezes constituem referências a partir das quais várias representações emergem. A entrada de um lugar – cidade, estado ou região –, portanto, no circuito global do turismo sempre contribuiu para a busca e a construção de *narrativas* – termo designado por Barreira (2012) para indicar discursos e representações – identificadoras e distintivas a fim de atrair os visitantes/turistas/consumidores.

Nos inícios da década de 1990 os governos estaduais no Ceará em conjunto com o *Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste* (PRODETUR/NE), implementado em 1992, e com a parceria de organismos financeiros internacionais como o *Banco Interamericano de Desenvolvimento* (BID) visaram ampliar a infraestrutura do estado (BENEVIDES, 1998) o que possibilitou a promoção e o aumento do mecanismo institucional do entretenimento-turismo

⁵⁵ Em livre tradução: “Por todo o mundo os exércitos an nimos desses semióticos, os turistas, estão perambulando em busca dos sinais da *franc sidade*, do comportamento italiano t pico, de cenas orientais exemplares, das típicas autoestradas americanas, dos tradicionais *pubs* ingleses.”

(FARIAS, 2011) em terras cearenses. A Secretaria de Turismo do Estado (SETUR-CE) foi criada em 1995 com a proposta do *Plano de Desenvolvimento Sustentável do Ceará* (1995-1998) na intenção de tornar as cidades cearenses competitivas e atrativas para turistas e investidores e, assim, fortalecer a “indústria do turismo”. Nos governos Tasso Jereissati (1987-1990; 1995-2002) e Ciro Gomes (1991-1994) em conjunto com esses programas houve a implantação no Ceará de obras estruturantes como a criação e ampliação de estradas estaduais e de portos, a instalação do Aeroporto Internacional Pinto Martins e do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura em Fortaleza que visaram colocar, principalmente, a capital como destino turístico (GONDIM, 2004; MACIEL, 2010; LIMA, 2010). Coube no âmbito da máquina estatal à SETUR-CE a partir de 1995 (ano de sua criação) a responsabilidade pelo *marketing* da capital e do estado, também “por meio da divulgação em feiras e eventos nacionais e internacionais e pela produção de dados socioeconômicos sobre o turismo como forma de dar legitimidade a essa atividade” (MACIEL, 2010, p.111).

A cidade (de Fortaleza) nesse novo contexto passou a ser gerida como uma empresa e apresentada como uma mercadoria à venda num mercado mundial de cidades, onde a capacidade de destacar atrativos para investidores e pessoas em busca de lazer se tornou a principal estratégia competitiva (MACIEL, 2010, p.113).

Em resumo, todos esses investimentos estruturais de reordenação do espaço incentivados por programas e projetos público-privados incentivaram a promoção de imagens positivas para o estado e a capital que visavam tornar ambos – porém, principalmente, a cidade de Fortaleza – competitivos e atrativos para turistas e investidores. E, justamente, nos anos 1990 quando se buscava promover imagens positivas para o Ceará e para Fortaleza os humoristas da geração dos bares faziam sucesso nacional no âmbito dos meios de comunicação de massa do país. Artistas e prestadores de serviços de entretenimento noturno na capital cearense, aqueles humoristas começaram a voltar sua atenção para os visitantes que buscavam usufruir e consumir o que a cidade tinha a oferecer de diversões. Contudo, isso não podia ser uma fortuita coincidência, tanto para a perspectiva dos humoristas como para a de outros agentes que procuravam promover turisticamente a cidade e o estado, o humor dos bares trazia a marca da cultura local, a marca da tradicional molecagem cearense.

Já faz algumas décadas que os turistas não procuram o Ceará apenas por suas belezas naturais. A cada ano, milhares de visitantes chegam ao nosso

Estado em busca de dar boas gargalhadas. Principalmente nos meses da chamada alta estação, um dos principais atrativos da noite de Fortaleza são os shows de humor.

[...].

Personagens como Raimundinha, Adamastor Pitaco, Rossicléa, Zé Modesto, Falcão, entre muitos, muitos outros que literalmente tiram qualquer um do sério. Ajudam a consolidar a imagem do cearense como povo alegre por natureza. Imagem criada ao longo de décadas com ações irreverentes a exemplo da eleição simbólica de um bode como vereador de Fortaleza. Outro momento marcante da “molecagem” cearense foi protagonizado por uma pequena multidão em plena Praça do Ferreira, no Centro da capital. Ela vaiou o surgimento do sol depois de vários dias de chuva. Histórias relembradas na reportagem especial que preparamos sobre o humor.⁵⁶

Um Ceará que era “comprovadamente” moleque não apenas pelos humoristas nos bares, mas pelo seu “povo alegre” – pois como é comum nas falas dos meus entrevistados, “todo cearense é um humorista” –, de “fala engraçada” – *arriégua mah, viixee, armaria nam* – e também pela sua história que traz, por exemplo, a vaia ao sol na Praça do Ferreira e o Bode Lôio, este último um “símbolo da irreverência e rebeldia do povo cearense”, de acordo como fora tratado a partir dos anos 1990 o empalhado caprino no Museu Histórico do Estado. Os humoristas logo tomaram o lugar como os atuais representantes da “cultura moleque” que viria de antanho. O curioso é que, como argumento aqui, a expressão “Ceará moleque” que surge inicialmente na literatura do século XIX como marca negativa para os cearenses e depois para os memorialistas a partir dos anos 1930 como “apanágio encantador” passa a ser com aquele momento de promoção turística, principalmente, e ainda agora, uma das manifestações ou aspectos culturais que fazem ser *com orgulho* “cada vez mais cearense”. Como diz uma recente vinheta do canal de televisão local TV Jangadeiro, em verso, prosa e animação gráfica: “Cada vez mais Ceará/ da molecagem sadia, dessa alegria que guia a vida de nossa gente...”⁵⁷.

Outras “imagens positivas” no período considerado foram incentivadas pelos governos estaduais a fim de preconizar esta nova realidade do Ceará e da cidade de Fortaleza como atração turística. Imagens do litoral cearense com suas belezas naturais, praias ensolaradas, dunas e falésias foram associadas à ideia de um “Caribe brasileiro” e Fortaleza fora vista como a “Miami do Nordeste” (GONDIM,

⁵⁶ Trechos do editorial do *Sobpressão*, jornal-laboratório do curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Ano 3 - nº 11, de novembro/dezembro de 2006, p. 10 a 12. O referido jornal trazia como reportagem de capa o título “Humor: cartão-postal do Ceará” junto a uma imagem da personagem *Raimundinha* de Paulo Diógenes.

⁵⁷ A vinheta completa da TV Jangadeiro está disponível no site de compartilhamento de vídeos Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EnOdGGXKJ3g>>; acesso em:03/06/2015.

2004). Imagens paradisíacas que contribuíram, como lembra Fátima Farias Lima (2010), na confecção de um “produto turístico cearense” competitivo que “incluía, portanto, um esforço de recomposição simbólica, de modo a restaurar a imagem do estado, corrompida nacionalmente pelos estigmas da *seca* e da *miséria*”. Essas imagens positivas para o turismo local foram veiculadas nacionalmente, por exemplos, através da novela *Tropicaliente* da Rede Globo de Televisão, gravada grande parte em algumas praias cearenses e exibida em 1994, e de periódicos de circulação nacional como a revista semanal *Veja*, veiculações com evidentes ligações com os “governos mudancistas” de Tasso e Ciro – “o governo das mudanças” e “avançando nas mudanças” foram *slogans* de campanhas eleitorais e de propaganda oficial desses governadores à época.

A matéria de *Veja*, já referida e comentada nesta tese, “A capital da Piada” de 1996, figura como uma entre outras muitas reportagens em veículos de comunicação nacionais que à época estavam interessados no fenômeno da proliferação de humoristas locais. Matérias jornalísticas que eram muito bem-vindas para os governos do Ceará que trabalhavam nessa produção de imagens turísticas. O jornal Folha de São Paulo, no seu caderno *Turismo*, publicou em uma segunda-feira, dia 02 de junho de 1997, uma matéria intitulada “Comediantes fazem o Ceará rir primeiro” na qual apresentava a “nova safra” de humoristas que “mantém a tradição do Estado que viu nascer Chico Anysio, Renato Aragão e Tom Cavalcante”. O repórter especial enviado para Fortaleza a fim de fazer essa matéria fora bastante impreciso em várias informações dadas e já de início erra ao não incluir Tom Cavalcante entre essa “nova safra”. Isso talvez porque Tom Cavalcante já fizera sucesso nacional desde 1991 na *Escolinha* e estava ainda na Rede Globo de Televisão interpretando o porteiro *Ribamar* no humorístico *Sai de Baixo* – a sua participação no programa foi de 1996 a 1999. Todavia, pouco importando as imprecisões jornalísticas aqui, a matéria da Folha de São Paulo menciona que o empresário Norberto Farias, então proprietário da Churrascaria Avenida, uma das casas de shows de humor de Fortaleza nos anos 1990, iria promover em setembro daquele ano de 1997 a “Caravana do Humor Cearense” com alguns daqueles humoristas, a fim de apresentá-los ao resto do país e, evidente, atrair o público dos outros estados para os espetáculos de humor da capital.

Em setembro próximo, 25 cidades brasileiras vão ter a oportunidade de conhecer de perto a nova safra de humoristas cearenses. Ainda sem os dias definidos, a Caravana do Humor Cearense está programada para passar por Florianópolis, Curitiba, Santos (SP), São Paulo, São José dos Campos (SP), Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Vitória, Goiânia, Brasília, Salvador, Aracaju, Maceió, Recife, João Pessoa, Natal, Imperatriz (PI), Teresina, São Luís, Belém, Porto Velho e Rio Branco. Os humoristas escalados são Lailinho Brega, Paulo Diógenes, Adamastor Pitaco, Zé Modesto, Augusto Bonequeiro, Ciro Santos, Skolástica e Tiririca Jr.⁵⁸

A “caravana” fora iniciativa do citado empresário do ramo das casas noturnas de Fortaleza que a realizou sem incentivos governamentais naquele tempo e ainda durou alguns anos à frente. Em 2001, novamente a Caravana do Humor Cearense passava por algumas cidades brasileiras propagandeando o “humor cearense”, mas com o elenco de humoristas reduzido para quatro: *Lailinho Brega*, *Skolástica*, *Augusto Bonequeiro* e o *Espanta*. Antônio Fernandes, que interpreta a personagem *Skolástica*, em entrevista a um jornal pernambucano à época, quando a “caravana” passava por Recife em 2001, comentava de como “nós” (os “cearenses”) *nos orgulháramos* dessa “vocação para o humor” e dizia que “as pessoas são contagiadas pela capacidade cearense de fazer rir”⁵⁹. A “caravana” rodava o país em meses próximos às férias de final e início de ano uma vez que na cidade de Fortaleza ainda hoje é esta a época de maior movimentação turística, chamada aqui de “alta estação”.

Destarte, o projeto da “Caravana do Humor Cearense” que começou no final dos anos 1990 fora uma das primeiras iniciativas que incentivou os empresários das casas de espetáculo, os humoristas e seus produtores a procurarem outros parceiros a fim de incluírem os *shows* de humor de Fortaleza, definitivamente, como produto turístico a ser vendido. Por volta de 2002, esses humoristas começaram a se tornar “garotos propaganda” oficiais do turismo para os governos estaduais, agências de viagem e o resto dos agentes envolvidos no comércio turístico local, como a rede hoteleira de Fortaleza. No referido ano, a SETUR-CE em parceria com a sessão do Ceará da Associação Brasileira da Indústria dos Hotéis (ABIH-CE) promoveram em diversas capitais do país o “I Workshop de Turismo do Ceará” destinado, principalmente, à empresários do ramo e agentes de viagem, com o óbvio objetivo de

⁵⁸ “Comediantes fazem o Ceará rir primeiro”, *Folha de São Paulo*, Turismo, segunda-feira, 02 de junho de 1997.

⁵⁹ “O humor cearense vem em caravana”, *Diário de Pernambuco*, Caderno Viver, edição de terça-feira, 28 de agosto de 2001.

vender o “produto Ceará”. Esse *Workshop* acontecia em hotéis das cidades visitadas na forma de encontro comercial e para animá-lo fora contratado o humorista Paulo Diógenes, o qual também aparecia como um representante de um dos “produtos culturais” oferecidos aos turistas que viessem ao estado: o *show* de humor. Até o corrente ano de 2015, nos eventos promovidos pela SETUR-CE e ABIH-CE de propaganda turística do estado ao redor do país, não faltam os “humoristas do Ceará” em suas programações, e desde 2011 o representante do “humor cearense” é Eddi Lima com a sua *Madame Mastrogilda*.

Ainda em 2002, o governo do Estado do Ceará contratava os humoristas Falcão, Valéria Vitoriano (*Rossicléa*) e Paulo Diógenes (*Raimundinha*) a fim de animarem um almoço promovido para 400 jornalistas, agentes, operadores de turismo, companhias aéreas e outros profissionais da área no XXX Congresso da Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV) que ocorria em Recife-PE naquele ano. Já em 2004, em outro Congresso da ABAV, os humoristas estavam mais uma vez presentes, mas daquela vez com maior destaque. Segundo reportagem da época, a SETUR-CE inaugurava no seu *Stand* expositor daquela edição do congresso, o espaço “Canto do Riso” em que se destacava “toda a irreverência dos humoristas cearenses, que representam um atrativo turístico peculiar do Ceará”⁶⁰. Neste mesmo ano de 2004 uma agência de turismo contratava o humorista Ciro Santos (*Virginia Del Fuego*) para se apresentar em um cruzeiro marítimo que percorreu os litorais de Portugal, Espanha e Cabo Verde.

Foram 15 dias de viagem e seis apresentações no navio, em um moderno teatro com capacidade para 850 pessoas. E o resultado não poderia ter sido melhor: o humorista foi o único artista aplaudido de pé, por um público formado por turistas de diversas partes do mundo. “Foi uma mostra de que o humor cearense tem uma linguagem universal”, avalia Ciro Santos.

“Humor a bordo” foi todo montado em cima de artistas brasileiros. Ciro Santos incorporou Carmen Miranda, parodiou os shows das mulatas do Sargentelli e interpretou seu personagem principal, Virgínia Del Fuego (do bordão “Titia te ama, amor”).⁶¹

Além de Ciro Santos, outros profissionais do humor no Ceará fizeram também apresentações para além das fronteiras brasileiras, como foi o caso de Valéria Vitoriano (*Rossicléa*) e Lailton Melo Rocha (*Lailtinho Brega*) que se

⁶⁰ “Congresso da ABAV – Ceará apresenta potencial turístico”, *Diário do Nordeste*, 22 de outubro de 2004.

⁶¹ “Humor cearense tipo exportação”, *Diário do Nordeste*, Caderno Zoeira, 18 de novembro de 2004.

apresentaram em 2007 na Flórida nos EUA para a comunidade brasileira residente. É preciso dizer que em se tratando dessas apresentações internacionais, propriamente, elas puderam ser encaradas antes como sendo de artistas/humoristas “brasileiros” do que de “cearenses”, isso no mínimo para o público assistente. O humor “popular local” desses humoristas se confundia ali, naquelas ocasiões, com o “nacional popular” e se tornava então produto de uma cultura de massa “internacional popular” (ORTIZ, 2006). Todavia, embora essas apresentações internacionais dos “humoristas do Ceará” fossem tomadas como sendo de “artistas brasileiros”, e não de cearenses propriamente, uma das consequências dessas apresentações foi a de maior consolidação da marca do “humor cearense” para o comércio turístico local.

Nos inícios de junho do ano de 2005 a SETUR-CE promoveu uma ação de propaganda turística batizada de “Semana do Ceará” e em parceria com companhia aérea TAM empreendeu uma iniciativa inédita envolvendo aqueles humoristas dos bares de Fortaleza. Do dia 06 ao dia 10 do referido mês daquele ano foram colocados alguns dos “humoristas do Ceará” em aeronaves da dita empresa aérea para fazerem curtas apresentações, de 15 minutos, em pleno voo e divulgarem o estado como destino turístico. Os voos da companhia entre São Paulo-Brasília e Porto Alegre-Goiânia foram escolhidos para receberem os humoristas que também distribuíam produtos típicos como cachaça, castanha de caju e garrafinhas coloridas aos passageiros. Os trechos aéreos foram selecionados visando atingir como público-alvo o “homem de negócios”, afirmava na época a SETUR-CE. Dentre os escolhidos para as apresentações estavam Paulo Diógenes com a sua *Raimundinha* e Luciano Lopes com a sua *Luana do Crato*. O à época secretário-adjunto do Turismo do Ceará, Airton Cabral, dizia que esta *ação de marketing* “possibilita ao turista/passageiro conhecer o acervo cultural, bem como as tradições cearenses, por meio de diferentes atrações que mesclam entretenimento e cultura”.

Os humoristas justamente tomados como representantes da “cultura cearense” mesclariam “entretenimento e cultura” no caso. Mais especificamente era a “cultura moleque do povo cearense” que estava sendo ofertada através daqueles humoristas. O humor com a marca do “popular local”, “humor moleque” que difusamente se coletivizava desde os finais do século XIX no estado e que agora se expandia para além das fronteiras cearenses na movimentação do entretenimento-turismo de agentes governamentais, empresas, imprensa e produtores culturais. Para o resto do país era preciso oferecer a imagem do Ceará como “a Terra do Humor”, um

humor que estaria marcado pela “cultura popular moleque”. Uma cultura que teria sido a responsável por produzir tantos grandes nomes do humor televisivo nacional nas últimas décadas e que continuaria produzindo celebridades para o país na arte do riso, como se crê de forma difusa no meio social mais amplo.

Enfim, a partir do final dos anos 1990 em diante os “humoristas do Ceará” entraram de vez nos planos dos agentes que movimentam diretamente o mecanismo institucional do entretenimento-turismo (FARIAS, 2011) no estado. A partir de então e até o momento, a SETUR-CE em parceria com outros agentes comerciais turísticos na promoção do “produto Ceará” para o Brasil costumeiramente incluem os humoristas locais em seus eventos e encontros nacionais ou regionais. E é preciso sublinhar que em conjunto com o sucesso nacional nos meios de comunicação de massa que alguns daqueles humoristas obtiveram no decorrer dos anos 1990, essas iniciativas de propaganda turística do estado, as quais lançaram e lançam mão desses artistas, ajudaram a consolidar para o restante do país a imagem do Ceará como “Terra do Humor”. Ressalte-se, também, que Chico Anysio e Renato Aragão, humoristas nascidos no Ceará e celebridades televisivas nacionais desde os anos 1970, serviram para dar mais respaldo a referida alcunha ao estado. Contudo, se não fosse pelo sucesso nacional daquela geração dos bares de Fortaleza a partir dos anos 1990 tanto tal marca de “Terra do Humor” perante o resto do país, talvez, não existiria como, até hoje, Chico e Renato estariam sendo lembrados “apenas” como “célebres humoristas brasileiros”.

3.2 - O reconhecimento político e social dos humoristas

O epíteto “Ceará moleque” associado àqueles artistas do riso desde o início nos bares de Fortaleza fez com que, perante o meio social local no qual eles atuavam, a ideia de que eles (os humoristas) eram e são os representantes atuais da “cultura do povo cearense” os concedesse respaldo junto aos governos locais e ao restante da sociedade circundante. Respaldo que se consolidava a passos largos com a introdução dos “humoristas do Ceará” como “garotos propaganda” do turismo no estado, com o prestígio de celebridades nacionais nos meios de comunicação, com *shows* então dentro e fora do país. Respaldo que quando reconhecido por eles, os fez reivindicar políticas públicas de valorização, apoio e incentivo à arte que produziam.

No ano de 2003 por iniciativa do humorista Jáder Soares (o *Zebrinha*) foi criada a lei estadual de número 13.317 que instituiu o Dia do Humorista no Ceará, dia 12 de abril, dia e mês do nascimento de Chico Anysio no ano de 1931. Jáder Soares redigiu um ofício endereçado ao então deputado estadual Artur Bruno (PT), na época presidente da Comissão de Educação e Cultura da Assembleia Legislativa do Estado, e coletou assinaturas da maioria dos humoristas em atividade. A lei foi sancionada em 2003 e entrou em vigor no ano de 2004. No mês de outubro de 2009, a ex-vereadora de Fortaleza, Eliane Novais (PSB), em articulação com outros humoristas, propôs o projeto de lei que foi sancionado na Lei Municipal 9.518 e criou, no âmbito do município, o Dia do Humorista repetindo a data da lei estadual, 12 de abril. E recentemente, em janeiro de 2015, o Deputado Federal cearense José Airton (PT) pleiteou no Congresso Nacional similar projeto de lei federal que foi sancionado pela Presidência da República na Lei 13.082/2015 a qual definiu o dia 12 de abril como o Dia Nacional do Humorista. Nos últimos anos em Fortaleza o Dia do Humorista é comemorado com *shows* de humor de graça na Praça do Ferreira para a população.

Também no ano de 2003, em 14 de outubro, foi proposto um projeto de lei estadual para o “humor do Ceará”. O projeto de número 178, com assinatura do também então deputado estadual Agenor Neto, instituía o Festival do Humor Cearense, de sigla FHC, e acertava como sede do evento a cidade de Iguatu-CE, sertão central. A iniciativa de criação do FHC fora de um escritor e empresário de nome Geovani de Oliveira, autor de uma coleção de livros chamada “O Direito de Rir” que já está no seu sétimo volume, e de Jáder Soares, o *Zebrinha*, os quais procuraram o mencionado deputado para os ajudarem com a concretização do Festival, o qual também recebe apoio do Serviço Social do Comércio (SESC) da cidade de Iguatu-CE. Como nota curiosa sobre a criação desse Festival e a sigla FHC, Geovani de Oliveira explicou em entrevista publicada no *Jornal do Centro-Sul*, um noticioso regional do estado do Ceará, no dia 08 de agosto de 2015:

Foi num momento em que o Brasil estava passando por dificuldades, o Fernando Henrique Cardoso quebrou o país por três vezes e ele estava com uma impopularidade absurda, ninguém podia nem falar nele. Eu tinha pensado num festival do humor iguatense, mas aí pensei: vamos abranger mais. Na hora de criar o projeto, criei esse nome. E o Jader Soares e eu decidimos homenagear também o famigerado ACM, que todo mundo pensava que era o Antonio Carlos Magalhães, e nós homenageamos na verdade o Airton Cachorra Magra que é um cara aqui de Iguatu que todo mundo conhece. Nesse caminho criamos o FHC. Assim como o ‘Direito de Rir’ eu pensava que ia ficar numa primeira edição. E foi fantástico, porque

colocamos no Iguatu a divulgação: era só o que faltava, FHC no Iguatu! E deixamos por 15 dias no ar, e as pessoas ficaram comentando nos bares, nas praças. Só depois lançamos o Festival. Então, foi inspirado na figura do Fernando Henrique Cardoso.⁶²

Destarte, o evento é realizado sempre no mês de agosto desde 2004 até o momento, a edição do Festival deste ano de 2015 já ocorreu, cobrando como ingresso um quilo de alimentos não perecíveis destinados aos projetos sociais do SESC. Segundo o artigo 2 do mencionado projeto de lei os objetivos desse Festival de Humor seriam: “I – Incentivar a criação humorística nos diversos níveis; II – Estimular o intercâmbio das manifestações humorísticas; III – Divulgar o trabalho dos humoristas amadores”. Objetivos que não sei se foram completamente alcançados com a instalação do festival, porém, no que diz respeito aos objetivos gerais desta tese é importante refletir sobre o que diz a justificativa desse mesmo projeto de criação do FHC:

Justificativa: O Brasil é um país rico em manifestações culturais. Das regiões brasileiras surgem os mais diferentes aspectos que juntos formam o mosaico da Cultura Nacional. O Ceará, por sua vez, contribui de forma significativa para elevar a Cultura Nacional. Daqui surgem os mais relevantes humoristas do nosso país a exemplo dos nossos Chico Anysio, Renato Aragão e Tom Cavalcante. Esta casta de grandes nomes, todavia, tem como inspiração nomes como Quintino Cunha, Paula Ney, Leonardo Mota, Manezim do Bispo, Padre Quinderé, Dr. Gouveia dentre outros expoentes da lendária cultura popular cearense. A criação do FHC tem por escopo integrar os humoristas cearenses, estimulando sua criação, divulgando o seu trabalho e, sobretudo, reconhecendo sua contribuição para o crescimento e difusão sociocultural do nosso Estado.⁶³

Apesar de, em nenhum momento, ter sido mencionado aqui algo sobre “Ceará moleque” ou “molecagem cearense”, a concepção de uma “tradicional irreverência” que fundamentaria o humor local hoje está explícita nesse texto. Na verdade, nem é necessário citar tais expressões uma vez que elas já rotulavam os humoristas aí elencados desde os anos 1990 e desde os anos 1930 serviram para identificar alguns desses ilustres personagens históricos citados como Paula Ney e Quintino Cunha. O humor do Ceará de raiz “popular” formaria o mosaico da “cultura nacional” e contribuiria para elevá-la, afirma-se categoricamente. E seguindo o

⁶² A entrevista completa de Geovani de Oliveira está disponível em: <<http://www.jornaldocentrosul.com.br/entrevistas/418-geovani-de-oliveira-o-direito-de-fazer-rir?showall=&start=1>>; acesso em: 10/08/2015.

⁶³ Disponível em: <http://www.al.ce.gov.br/legislativo/tramitando/body/pl178_03.htm>; acesso em: 09/06/2015.

percurso da valorização dos “humoristas do Ceará” perante o meio social mais amplo, essa justificativa reafirma em âmbito oficial a importância desses profissionais como representantes da “cultura do povo cearense”. Representantes atuais “inspirados” pelos “lendários expoentes da cultura popular cearense” de antanho, mais precisamente.

Dentre os “lendários expoentes” citados apenas o “Manezim do Bispo”, o Manoel Cavalcante Rocha, porteiro por largos anos do Palácio Episcopal de Fortaleza nos inícios do século XX, não tinha uma melhor posição social, o resto eram padres, advogados e médicos. Raimundo de Menezes (2000, p. 171-175) em uma de suas crônicas jornalísticas reunidas no livro *Coisas que o Tempo Levou...* de 1936, descreveu o Manezinho do Bispo como “uma das figuras mais curiosas e populares da Fortaleza de ontem” e que “passou à história” por ter publicado pelas “Oficinas Gráficas A. C. Mendes” um livro intitulado *Máximas e Pensamentos*. Máximas e pensamentos como os seguintes: “O bacharel pobre que se casa com uma moça pobre dá um tiro com a pistola do passado nos miolos do futuro”; “Amar sem ser amado é correr atrás de um trem e perder”; “Gostaria de ser como as borboletas: as borboletas voam e eu não voo”. Arremata Raimundo de Menezes (2000, p. 175) sobre o Manézim do Bispo: “E assim passou pela vida o popular Manezinho do Bispo, espalhando pensamentos e máximas e jamais sendo esquecido por toda uma população, vindo a falecer às 15 horas de 30 de julho de 1923”.

Outro “expoente lendário”, Leonardo Mota, é o único folclorista dentre os referidos, o qual tinha a “cultura popular” como sua temática preferida de estudos. Há registros dessa preocupação intelectual com a “cultura popular” desde a chamada “Idade Moderna” europeia. Segundo Peter Burke (2010) o “popular” se converte no tema preferido de interesse de muitos intelectuais que faziam parte de um movimento amplo que se pode chamar a “descoberta do povo”. A “descoberta” da “religião popular”, das “festas populares”, da “música popular”. E, afirma Burke (2010, p. 33), esses *descobridores do povo* eram o oposto de tudo o que o povo era (ou que pensavam que o povo era): “natural, simples, analfabeto, instintivo, irracional, enraizado na tradição e no solo da região, sem nenhum sentido de individualidade (o indivíduo se dispersava na comunidade)”.

Todavia, repito o que já mencionei antes a partir de Roger Chartier (1995), Sérgio Miceli e Heloísa Pontes (2014): é preciso compreender que o “popular” qualifica um tipo de relação, é um modo de utilizar objetos ou normas que circulam na

sociedade e que são recebidos, compreendidos e manipulados de diversas maneiras, diz respeito, por fim, à fluxos de linguagens, de ideias e modelos entre a variedade de nichos da graduação “baixa” e “alta” cultura. E todos os citados, tanto os ilustres escritores antigos como os humoristas profissionais mais atuais, lançaram e lançam mão do “popular” nas suas produções literárias e artísticas, pois para ficar em dois exemplos práticos tanto o “antigo e ilustre moleque”, Leonardo Mota, como o “atual e brega moleque”, Falcão, trabalharam com um linguajar que seria próprio do “povo cearense”.

Retomando o caminho do reconhecimento político e social dos humoristas, a partir do âmbito do aparelho do estado, ressalte-se que as primeiras ações de propaganda turística da SETUR-CE, a lei estadual do Dia do Humorista e o projeto de lei que criava o Festival de Humor em Iguatu-CE, tudo isso por volta dos inícios do século XXI, consolidavam um sentimento de valorização que tomava conta daqueles profissionais do riso. Tal sentimento implicava para os humoristas um reconhecimento da arte que produziam em contrapeso ao desprestígio que eles encaravam na esfera das artes cênicas, como já fora mencionado, uma vez que o “povo do teatro” os menosprezava (e ainda o fazem), no geral, os colocando, no mínimo, na posição rebaixada de “artistas comerciais”. Sem dúvida essas primeiras confirmações oficiais da importância dos humoristas para a “cultura local” contribuíam para difundir mais ainda a ideia de que no Ceará todo mundo é humorista porque seriam “tradicionalmente moleques” – ou, “fuleragens”, “frescos”, “gaiatos” – de nascimento e vivência.

Outra variante que deve ser mencionada por ter servido também para valorar o trabalho dos humoristas foi a ocorrência dos primeiros estudos acadêmicos sobre os “humoristas do Ceará” que ocorreram, não coincidentemente, nos inícios do século XXI, justamente quando esses irreverentes “garotos propaganda” do estado se consolidavam como parte do mecanismo institucional do entretenimento-turismo (FARIAS, 2011). No final de 2001 a então estudante do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará, Flávia Marreiro, defendia monografia sobre (como ela os chamava) “novos humoristas do Ceará”, tendo centrado sua atenção na figura de *Rossicléa* (Valéria Vitoriano) e seus *shows*. Dos desdobramentos desta pesquisa a autora publicou um texto no livro “Bonito pra Chover – ensaios sobre cultura cearense” organizado por Gilmar de Carvalho, este à época professor do curso de Comunicação Social da UFC. Um texto que foi basilar na produção da minha

monografia defendida em 2006 no curso de Ciências Sociais da Universidade Estadual do Ceará (UECE) sobre o programa local “Vila do Riso” da TV Diário cujos protagonistas eram esses mesmos “humoristas do Ceará”. Apesar de se tratar de um tema pouco explorado até então, tais atenções do mundo acadêmico referendavam ainda mais a arte de fazer rir daqueles artistas e, inevitavelmente, uma dessas pesquisas trouxe mesmo ainda mais atenção e reconhecimento político e social para aquela geração do humor dos bares de Fortaleza.

Em um trabalho de pesquisa que resultou na dissertação “O teatro do humor como elemento de sustentabilidade do turismo: o caso de Fortaleza”, defendido em 2006 no Mestrado Profissional em Gestão em Negócios Turísticos, ofertado pela UECE, Paulo Sérgio de Brito tentou estudar o “fenômeno do humor” em relação às “artes cênicas” e à “programação turístico-cultural” do estado. Dentre algumas das suas deficiências, o trabalho não realiza uma devida diferenciação entre os “shows de humor” e a “arte teatral”. No próprio título do trabalho sentencia-se: “teatro do humor”, sem divergir de “show de humor”, algo que a classe teatral não deixaria de enfatizar. Em dois outros trechos, como exemplos dessa falta de discriminação entre humor e teatro, o autor diz que nos espetáculos “há excesso de humoristas e escassez de comediantes” (BRITO, 2006, p. 72) e “nos shows, falta elemento básico para um bom teatro” (BRITO, 2006, p. 73).

Além desta falta de discriminação entre arte humorística e a arte teatral, essa dissertação carece de uma problematização sobre as ideias de “irreverência cearense”, “comportamento moleque” e “espírito moleque” uma vez que, confusamente, ora as encara sem questionamentos como “dados naturais” ou “culturais”, quando afirma, por exemplo: “Concluímos que: a irreverência do povo cearense tem sua origem na raça indígena e, conseqüentemente, no nosso comportamento moleque” (BRITO, 2006, p. 156); e ora as denuncia como estereótipos, quando afirma, por exemplo: “... o estereótipo está situado na construção de um mundo que seria a cearensidade, de uma fala cearense, de um espírito moleque, cearense” (BRITO, 2006, p. 32). Todavia, dentre seus méritos, na feitura da pesquisa, que envolveu a análise dos shows, entrevistas e aplicação de questionários, o autor conseguiu mobilizar a seu favor a ajuda da SETUR-CE para aplicar algumas questões a quase mil turistas.

Ao entrevistar o então secretário do turismo do estado, Allan Aguiar, Paulo Sérgio (2006) perguntou se podia incluir no questionário da Pesquisa da Demanda

Turística Receptiva empreendida pela SETUR-CE⁶⁴, que a realiza desde os finais dos anos 1990 junto aos visitantes que desembarcam no Ceará via Fortaleza, algumas perguntas referentes a pesquisa dele sobre o “teatro do humor”. O questionário da SETUR-CE foi aplicado em locais como o Aeroporto Internacional Pinto Martins e no Terminal Rodoviário Engenheiro João Thomé entre o final de novembro e início do mês de dezembro de 2005, período do ano que começa a chamada “alta-estação” turística no estado, e as questões sugeridas por Paulo Sérgio de Brito (2006) e incluídas na pesquisa anual do órgão foram as seguintes: “Quais humoristas cearenses que você conhece? ”; “Você considera que o humor é marca importante no Ceará? ”; “Você considera que o humorismo no Ceará contribui na decisão de vir ao Ceará?”; “Como você classifica o humorismo cearense? – Irreverente, Divertido, Debochado, Outros?”. 925 turistas responderam às questões.

Os resultados calculados pelo pesquisador o levaram a afirmar que: os humoristas mais conhecidos pelos visitantes eram os “conhecidos por meio da televisão” uma vez que 65% alegaram conhecer Chico Anysio, Renato Aragão e Tom Cavalcante; a “tradição” dos shows dos humoristas locais é propagada por cada turista que passa pelo estado uma vez que 76,3% consideraram o humor como “marca importante para o Ceará”; o humorismo agrega valor ao destino turístico uma vez que 57,7% declararam como um dos fatores que contribuem na decisão de vir ao estado; o humor do Ceará é visto como irreverente por 43,9 % e divertido por 25,5% dos entrevistados. Dispensando aqui maiores comentários sobre como quase todas as perguntas elaboradas no referido questionário já sugestionavam as respostas dadas, pois isto está óbvio, e dispensando também uma discussão sobre a validade ou efetividade de tais respostas obtidas em circunstâncias onde os recém-chegados visitantes poderiam ou não querer demonstrar algum tipo de resposta negativa no lugar que os iria acolher em suas estadias de férias. Enfim, excluo maiores considerações de análise crítica sobre as afirmações do colega pesquisador, pois não é isso, especificamente, que aqui interessa a esta tese.

Importa refletir que foram esses resultados da pesquisa de Paulo Sérgio de Brito (2006) que serviram para conceder ainda mais respaldo aos “humoristas do Ceará” perante o meio social local e os governos estaduais. O humorista Bené

⁶⁴ Pesquisa do fluxo turístico para o Ceará via Fortaleza que procura identificar aspectos tais como a origem do turista, motivos da viagem, meios de transporte, tipos de hospedagem e perfil socioeconômico.

Barbosa (o *Papudim*) ao falar sobre a sua preferência em se apresentar na *Lupus Bier*, que tem a produção dos shows de humor sob a responsabilidade de Valéria Vitoriano (a *Rossicléa*), afirmou para mim em entrevista, no final de 2011, que o “público quando vem ao Ceará, isso já é pesquisa, 80% do público que vem ao Ceará curte show de humor, e desses 80%, 74% voltam para nos assistir novamente” (grifos meus). Bené Barbosa provavelmente quando disse “o público quando vem ao Ceará”, na verdade, pretendia dizer, especificamente, “quando vem a *Lupus*”, isso tanto por conta do contexto da conversa naquele momento onde ele falava sobre o referido bar-restaurant como por conta de ter sido a dissertação de Paulo Sérgio de Brito (2006) que trouxera dados aproximados dos mencionados por Bené. Como parte da pesquisa, Paulo Sérgio (2006) ainda aplicou um questionário com 100 turistas que visitaram a *Lupus* em um dia de janeiro do ano de 2006, demonstrando, entre outros dados, que 81% dos visitantes alegaram vontade de retornar ao estabelecimento. E isto, sem dúvida, contribuía para que os humoristas se sentissem ainda mais importantes e motivados a demandar dos governos locais mais atenção para a arte e serviço que prestavam ao turismo no estado.

Alguns dos humoristas imbuídos desse sentimento de importância perante o meio social e político maior que os acolhia, a partir de meados dos anos 2000 começaram a se organizar em associações profissionais a fim de dar um caráter mais formal às suas reivindicações perante as autoridades locais. Reivindicações que se intensificaram após homenagens oficiais feitas a esses profissionais do entretenimento, primeiro na Assembleia Legislativa do Estado no ano de 2008 e depois na Câmara de Vereadores de Fortaleza em 2010. Na sessão solene ocorrida no dia 27 de maio de 2008 no plenário 13 de Maio da Assembleia, os “humoristas do Ceará” foram homenageados na casa legislativa estadual sob as seguintes falas do então deputado Augustinho Moreira do Partido Verde (PV), proponente da homenagem:

- Valorizar o humor do Ceará é valorizar a cultura de um povo. Acreditando fortalecer, por meio do riso, a indústria cearense do turismo, que é imprescindível para o desenvolvimento econômico e cultural do nosso Estado, é que a Assembleia Legislativa realiza essa solenidade.

- O Ceará contribui de forma significativa para elevar a cultura nacional. Daqui surgem os mais relevantes humoristas do nosso País.⁶⁵

⁶⁵ Fala do deputado Augustinho Moreira do PV disponível em: <http://www.pvceara.org.br/noticias/imprimir.php?Id=204>; acesso em 04/06/2015.

Mais uma vez aqui é ressaltado o trabalho daqueles humoristas não apenas como uma prestação de serviços para a “indústria cearense do turismo”, mas como uma manifestação da “cultura do povo”. Está implícito nesta fala a preocupação com a preservação da “tradicional irreverência cearense”, da qual os humoristas, assim, seriam os representantes atuais. Naquela sessão solene foram entregues placas comemorativas para alguns humoristas, como Chico Anysio, Paulo Diógenes, Tom Cavalcante, João Netto, Lailton Melo; para empresas e entidades parceiras desses profissionais como o Sistema Verdes Mares de Comunicação, a TV Jangadeiro, a Associação dos Guias Turísticos do Ceará; e para produtores de humor como Tarcísio Matos e Vitor Nogueira. Entre os homenageados presentes estava Lailton Rocha Melo, o *Lailtinho Brega*, presidente da segunda (em ordem de criação) associação de humoristas, o qual se pronunciou citando todos os estabelecimentos que ofereciam à época os *shows* de humor em Fortaleza e defendendo a importância para o turismo que eles, os artistas do riso, possuíam para o Ceará.

- [...] São essas casas que vêm fixando nosso mercado. Mas novas casas serão abertas, pois somos uma importante e grande indústria de entretenimento no cenário socioeconômico do Ceará e do Brasil. O humor cearense movimenta hoje cerca de 20 casas de shows no Ceará. Tem em média meio milhão de espectadores ao ano que riem e acham graça dos mais variados shows de humor e produções independentes. Fora os eventos filantrópicos que nós nunca deixamos de fazer [...]. Esse humor do Ceará gera vários empregos diretos e indiretos, movimenta todo o setor turístico: hotéis, empresas aéreas, bares, restaurantes, taxistas, garçons, os meios de comunicação, guias (turísticos), técnicos e produtores de espetáculo e as instituições governamentais, o governo do Estado e a Prefeitura de Fortaleza. Através da nossa arte de fazer rir, vendemos, através dos programas de TVs, rádios, jornais, um estado que acolhe bem, uma terra hospitaleira, de uma gente muito especial de um lugar único chamado Ceará. Tudo isso só foi possível e é possível graças a Deus, sobre todas as coisas, e à alguns amigos impagáveis do humor do Ceará que sem essas pessoas nós não estaríamos nunca onde nós estamos agora.⁶⁶

Na sequência desta fala, Lailton Melo agradece o apoio ao “humor do Ceará” dizendo nominalmente alguns produtores culturais, empresas e políticos como, exemplos, Norberto Farias, já citado nesta tese, advogado e dono de uma das primeiras casas de Fortaleza que oferecia os espetáculos de humor, a Churrascaria

⁶⁶ O discurso completo de Lailton Rocha Melo na solenidade feita aos humoristas na Assembleia Legislativa do Ceará em 27 de maio de 2008 pode ser assistido no site de compartilhamentos de vídeos *Youtube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jlYJglp5NKs>>; acesso em: 23/07/2015.

Avenida; o Sistema Jangadeiro de Comunicação, que desde a sua fundação nos inícios dos anos 1990 fez e continua fazendo programas humorísticos na televisão local com esses profissionais do humor; o deputado Artur Bruno, autor político do Dia do humorista no Estado em 2003; entre outros mais. Lailton Melo termina seu discurso agradecendo ao deputado que fez o requerimento para a sessão solene, Augustinho Moreira (PV), a sua família, ao seu bairro de origem, o Henrique Jorge em Fortaleza, e declarando que tinha passado por muita coisa até estar ali naquela tribuna sendo homenageado, demonstrando um claro orgulho de si ao momento. Toda essa fala, sem dúvida, expressa de modo definitivo o sentimento de valorização e reconhecimento que os humoristas ali acreditavam ter ganho do meio político e social local no qual atuavam. No ano de 2010 foi a vez da Câmara Municipal de Fortaleza, a pedido da então vereadora Eliane Novais (PSB) – autora do Dia do Humorista no âmbito do município em 2009 –, realizar sessão solene em homenagem aos humoristas da cidade. Depois disso, envolvida com outras ações políticas em prol dos humoristas, a atual deputada estadual Eliane Novais recebeu a alcunha, por parte dos humoristas mais ligados a ela, de “a madrinha do humor cearense”.

Com o respaldo do reconhecimento no legislativo estadual em meados de 2008 e com, certamente, contatos políticos estabelecidos, alguns dos homenageados, naquele mesmo ano, reivindicaram ao governo estadual, junto ao executivo, à época tendo à frente o governador Cid Gomes (então filiado ao PSB), ações de incentivo ao produto turístico-cultural que produziam. O resultado foi que alguns humoristas foram prestigiados para se apresentarem pelo Brasil, começando pela cidade de São Paulo no Teatro Brigadeiro em novembro de 2008, com financiamento público. Essa ação em prol dos humoristas foi chamada pelo governo de “1ª Mostra de Humor do Ceará” e reuniu os humoristas *Ciro Santos (Virgínia Del Fuego)*, *Augusto Oliveira (Augusto Bonequeiro)*, *Paulo Diógenes (Raimundinha)*, *João Netto (Zé Modesto)*, *Lailton Rocha Melo (Lailtinho Brega)*, *Adaildo Neres (Adamastor Pitaco)* e *Valéria Vitoriano (Rossicleá)* em um espetáculo de nome “No Ceará é assim – o melhor humor do mundo”. Logo em seguida, em janeiro de 2009, também com financiamento público do governo estadual, os mesmos humoristas se apresentaram em Fortaleza no Centro de Convenções do Estado – com exceção de Valéria Vitoriano por conta de seu contrato de exclusividade de apresentação com a *Lupus Bier* na cidade – no espetáculo “No Ceará é Assim – uma feira de humor”, dessa vez, dirigido pelo ator comediante Carri Costa. E, por fim, com este mesmo título de “No Ceará é Assim” a

TV Verdes Mares, retransmissora da Rede Globo no estado, exibiu, pela primeira vez, um programa com quatro daqueles humoristas (Ciro Santos, Paulo Diógenes, Lailton Melo e João Netto) para celebrar o Dia do Humorista, no 12 de abril de 2009.

Gravado no palco do Theatro José de Alencar, na última terça-feira, o programa é uma síntese dos melhores momentos do show. Divididos em quatro blocos, cada humorista tem cerca de 15 minutos de apresentação solo. Caracterizados pelos personagens mais marcantes da carreira, eles contam piada e interagem com a plateia. Depoimentos de Chico Anysio e de quem assistia ao show foram captados e inseridos durante o programa.⁶⁷

O então diretor geral de programação da TV Verdes Mares, Edilmar Norões, justificou a exibição do programa especial afirmando entender como importante comemorar o Dia do Humorista já que os humoristas há mais de 20 anos vinham lotando as casas de espetáculo e “projetando o Ceará para o Brasil e o mundo”. A TV Verdes Mares só voltou a exibir outro especial com os humoristas em 2014, novamente gravado no Theatro José de Alencar (TJA). Este último foi exibido ao final do ano, mas com um formato diferente do anterior, que trazia esquetes individuais com os humoristas apresentando partes de seus shows com seus personagens tradicionais, e já nesta última edição a proposta foi de uma peça teatral com os humoristas interpretando alguns personagens criados para o espetáculo. O título da peça foi “Assando é que se queima” que se passa numa pizzaria. O elenco deste último especial “Humor no Ceará” da TV Verdes Mares contou com Bené Barbosa, João Netto, Gil Sores, Lailton Melo, Ciro Santos e participações especiais de Edmilson Filho e Amadeu Maya⁶⁸. Uma peça com o mesmo nome, mas com roteiro modificado foi apresentada pelo mesmo elenco no mês de julho de 2015 no TJA. Neste corrente ano de 2015 a TV Verdes Mares já anuncia para a programação de final de ano outro “Especial Humor no Ceará” com o mesmo elenco de humoristas do ano anterior.

Ainda sobre a “projeção para o Brasil” que os humoristas, como disse Edilmar Norões, davam ao estado, é preciso lembrar aqui: na mesma época em que essas homenagens oficiais, ações políticas e a exibição de programa especial comemorativo ao Dia do Humorista ocorriam em âmbito local, os “humoristas do

⁶⁷ “Humor no Ceará é assim...”, *Diário do Nordeste*, Caderno Zoeira, 10 de abril de 2009.

⁶⁸ É possível assistir o primeiro bloco deste programa no site do canal. Disponível em: <http://globo.com/tv-verdes-mares/destaque-vm/v/especial-humor-no-ceara-bloco-01/3833352/>; acesso em: 23/07/2015.

Ceará” voltavam a despontar nos programas de televisão nacionais. Entre 2004 e 2011, Tom Cavalcante com o seu *Show do Tom* na Rede Record promoveu o quadro “Festival de Piadas” em estilo de concurso de piadas no qual vários daqueles humoristas que atuavam nos bares de Fortaleza saíram vencedores como foi o caso de Alex Nogueira, David Cunha (*Espanta*) e Luiz Antônio (*Aurineide Camurupim*). Em 2008 o *Domingão do Faustão* da Rede Globo lançava o quadro “Quem chega lá?”, também no formato de um concurso de humoristas com um “Risômetro” para medir a intensidade das risadas do público presente no auditório. Se inscreveram artistas do riso de todo o Brasil e em cada domingo participavam três humoristas com um tempo estabelecido, aquele que o “Risômetro” indicasse que mais agradou saía vencedor daquele dia e disputaria etapas subsequentes até chegar a uma final que seria decidida por votação popular. Nas edições do “Quem Chega lá?” de 2008, 2009 e 2011 os vencedores foram todos humoristas que atuavam no Ceará: Alex Nogueira (2008); João Netto com o personagem *João Besouro* (2009); e o “Quarteto em Rir” formado por Bené Barbosa (*Papudim*), Rogério Ribeiro (*Oscarbritto*), Marcos Aurélio (*Mixirico*) e Juan de Dios (*Juanito*). No ano de 2010 o vencedor do quadro foi *Matheus Ceará*, personagem de Matheus Martone, que apesar de ter nascido em Fortaleza ainda criança foi para o estado de São Paulo onde estreou e atuou primeiramente como humorista.

Enfim, todo este outro ciclo de aparição dos “humoristas do Ceará” no decorrer do primeiro decênio do século XXI nos meios de comunicação nacionais contribuiu também para justificar e solidificar a valorização local que se prestava através dos canais oficiais do estado a esses artistas. Em síntese, depois da ascensão desses humoristas nos anos 1990, dos bares para a mídia, principalmente para os programas de TV de cobertura nacional, e do crescimento no número de humoristas no estado, a primeira década do século XXI coroou o trabalho desses artistas do riso com reconhecimento social e político que os colocou oficialmente como os representantes atuais da “cultura moleque” do “povo cearense”. Um reconhecimento do qual eles não encontraram e, ainda, não encontram, na esfera das artes cênicas, meio do qual pertencem de forma desvalorizada. E justamente por conta dessa valorização vinda do espaço social maior no qual atuam esses profissionais do humor, nos últimos anos, é que essa relação dominantes-dominados entre teatro e humoristas vem sofrendo insurreições por parte do polo dominado. Insurreições que, por um lado demonstram as relações de força, as diferenças e desavenças que

configuram esse grupo que aqui nomeio de “humoristas do Ceará”, e por outro, indica as graduais relações de dependência e independência desses artistas do riso com o “povo do teatro” na esfera das artes cênicas.

3.3 - Associando os desassociados

Lailton Rocha Melo foi um dos primeiros humoristas da primeira geração dos bares a mencionar algo sobre a criação de uma associação que reunisse aqueles recém artistas do riso. Na matéria intitulada “Bom de brega, bom de briga” de maio de 1991 do jornal *O Povo*, ainda nos inícios daquele movimento de humor nos bares, o humorista dizia que queria fazer algo “sério mesmo” a fim de proporcionar “mais e melhores condições de trabalho” aos humoristas dos bares⁶⁹. A “consciência de classe”, à época, avançada por Lailton aqui pode ser explicada pelo fato dele ter sido filiado ao Partido Comunista do Brasil (PC do B) e militado no Ceará nas campanhas políticas do partido como, por exemplo, na de Inácio Arruda (PC do B) para vereador de Fortaleza em 1988, este hoje atual senador da República, e mesmo de ter se envolvido ativamente aqui em Fortaleza a favor da primeira campanha à presidência de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) de 1989. Ainda por aquele tempo Lailton relembra que frequentava bares no qual se reuniam os partidários e militantes de esquerda na cidade.

... era um barzinho reduto político da gente que naquela época existia política mesmo se fazia política, entendeu, fazia-se campanhas, aquilo era, era... fervia! [...]. ...a gente fazia miséria ia para as favelas pedir votos para o Lula, e derrubava isso com maior pique do mundo, a gente tinha um bar que era reunião do PT numa quarta-feira 3 horas da manhã tinha 80 pessoas, funcionários públicos, diretores da “Cobal”, gente da justiça, gente da polícia, só “negada” top, ai, eu tenho essa foto, nós tiramos uma foto, eu digo olha aí o bar do trabalhador... 3 horas da manhã rrsr... (Lailton Melo, o *Lailtinho Brega*. Entrevista concedida em 30 de março de 2015).

O envolvimento com a militância e participação política a favor das classes trabalhadoras, bandeira das esquerdas pelo mundo, influenciou Lailton certamente e o ajudou a pensar naqueles inícios dos anos 1990 sobre a criação de uma organização que lutasse por melhores condições de trabalho para os humoristas. Contudo, apenas anos mais tarde ele conseguiu concretizar a ideia de uma associação para os

⁶⁹ “Bom de Brega, bom de briga”, jornal *O Povo*, Fortaleza, 7-B, quinta-feira, 16 de maio de 1991.

humoristas, e concretizou só depois de outro humorista que criou a primeira organização desse gênero no estado. Jáder Soares, o *Zebrinha*, em maio de 2007 fundou a Associação dos Humoristas Cearenses de sigla ASSO-H. No ano seguinte, em 2008, foi a vez de Lailton Rocha Melo fundar a Associação Cearense dos Humoristas, a ASCEHUM. É preciso lembrar aqui que essas organizações surgiram depois das primeiras medidas governamentais de valorização dos humoristas como as parcerias de promoção turística da SETUR-CE e da promulgação da data estadual do Dia do Humorista de 2003 que entrou em vigor no ano posterior. Além disso, antes da criação dessas entidades os humoristas já tinham se tornado motivadores de estudos acadêmicos e voltavam, com mais intensidade, a serem celebridades nos programas televisivos de auditórios de âmbito nacional. Enfim, sentindo a importância que tinham perante governos e sociedades locais, à época, os humoristas encontraram terreno propício para se organizarem e demandarem mais atenção à arte que faziam para o comércio turístico e como defendem para a valorização da “cultura do povo cearense” da qual já há alguns anos eram tomados como representantes.

Com a criação da ASSO-H (2007) e da ASCEHUM (2008), e depois da sessão solene na Assembleia Legislativa (2008) o governo estadual resolveu consolidar o movimento político dos humoristas ao incluir o humor na categoria de “linguagem artística”, nomenclatura que institucionaliza ações públicas em prol das mais variadas formas de arte. No dia 15 de julho de 2009 a Secretaria de Cultura do Estado (SECULT) convocou uma reunião com alguns daqueles profissionais do riso no foyer do Theatro José de Alencar em Fortaleza, nomeando Karla Karenina (a *Meirinha*) como Assessora de Políticas Públicas para o Humor e criando o Fórum Cearense do Humor, o FOCHUM, que teve naquela reunião a aprovação do seu Regimento Interno. Dias depois dessa reunião, em 27 de julho de 2009, foi empossado como presidente do FOCHUM o humorista Ernesto Martins, o *Veia Cômica*. De acordo com a assessoria de imprensa da SECULT-CE, à época, a criação do FOCHUM institucionalizava o processo de discussão do Estado com os segmentos artísticos. Antes de atender a “linguagem artística do humor” a SECULT-CE já tinha criado fóruns para outras três linguagens de artes como a Audiovisual, a Literatura e as Artes Visuais. A proposta desses fóruns seria a de avançar na democratização das políticas culturais estaduais.

Em dezembro de 2009, o presidente do FOCHUM, Ernesto Martins, apareceu no programa “Especiais TVF” da TV Câmara de Fortaleza junto a então

vereadora Eliane Novais (PSB), a autora da lei municipal que instituiu o dia do humorista também naquele ano. Ernesto divulgava o papel do fórum e o afirmava como uma organização que chegava com a intenção de, nas palavras do próprio, “reunir para unir toda a classe humorística que até então era carreira solo”, aludindo a um individualismo profissional e isolamento de muitos dos humoristas. O presidente do fórum do “humor do Ceará” também afirmou que “apesar de existir duas associações de humoristas que é a ASCEHUM e a ASSO-H, a gente tem o fórum que acolhe a todos, indiferente de associação”. Ele ressaltou que as políticas públicas para o humor através do FOCHUM seriam voltadas para todos os humoristas do estado, independente se “é só o humorista que conta piada, que imita, é o humorista também cartunista, cordelista, toda a categoria”⁷⁰, por fim. O discurso de Ernesto era certamente de unificação, uma unidade que se demonstrava frágil já na época pela própria existência até aquele momento de três organizações ou entidades que visavam a reunião de uma mesma classe profissional artística.

No referido programa da TV Câmara de Fortaleza, Ernesto Martins e a ex-vereadora Eliane Novais apontavam um dos primeiros feitos do fórum que foi a realização do primeiro “Censo do Humor Cearense”, um levantamento do número então corrente dos profissionais do riso no Ceará: 109 – o número desses profissionais subiu para 126 em 2014, segundo o censo mais atual. Ainda ali Ernesto Martins agradecia em nome da categoria à vereadora Eliane Novais (PSB) e a outros políticos como o deputado estadual Artur Bruno (PT) e aos, no período, gestores dos executivos do município de Fortaleza e do governo estadual: respectivamente, a ex-Prefeita Luiziane Lins do PT (mandatos: 2004-2008 e 2009-2012) e o ex-Governador Cid Gomes filiado na época ao PSB (mandatos: 2006-2010 e 2011-2014). Lembrando das benesses no âmbito do estado que os humoristas cearenses estavam conseguindo na primeira década do século XXI, o líder do fórum dos humoristas dizia que seria possível “até dizer com todas as letras que o humor do Ceará tem duas eras, uma era antes do PSB e PT e uma era depois do PSB e PT”. A ex-vereadora Eliane Novais ressaltava, por fim, que a próxima luta política em prol do “humor cearense”

⁷⁰ O programa da TV Câmara de Fortaleza no qual a ex-vereadora Eliane Novais e o presidente do FOCHUM, Ernesto Martins, divulgavam suas ações políticas em prol do “humor do Ceará” pode ser visto no site de compartilhamentos de vídeos *Youtube*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=pB_ervBu3gY; acesso em 17/07/2015.

seria no Congresso Nacional onde se tramitaria a regulamentação federal da profissão de humorista.

Todavia, mesmo sem a luta pela regulamentação da profissão de humorista ter sido travada ou concluída em âmbito legal, o presidente do fórum do humor, junto com outros humoristas, fundou em janeiro de 2011 o Sindicato dos Humoristas do estado do Ceará, o SINDHUMOR. Até o presente momento o humorista se enquadra como profissão na lei de número 6.533 de 1978 que regulamenta as profissões de Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversão, e que já tem sindicato próprio, o Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversão (SATED). Isto posto, como exige o decreto-lei número 1.402 de 1939, apenas profissões regulamentadas por lei e registradas perante o Ministério do Trabalho é que podem formar sindicatos. Assim, o SINDHUMOR é uma entidade não oficial ou não legalizada, pois não está ainda regulamentada por lei a profissão de humorista no país, porém os seus fundadores a tomam como mais uma forma de organizar desde já essa “classe profissional”.

Em resumo, entre 2007 e 2011 surgiram quatro entidades de caráter político-representativo a fim de organizar os “humoristas do Ceará” e independente de suas legalidades ou oficialidades, importa perguntar, de outro modo, por exemplo, se perante a “classe” ou a “categoria profissional” que intentam liderar eles conseguem mais ou menos adeptos. É interessante saber ainda, partindo da perspectiva desses últimos dois anos, 2014 e 2015, que outras conquistas para o “humor do Ceará” são atribuídas a tais organizações. Todavia, há algo aqui a ser ressaltado antes de quaisquer outras considerações: é preciso demonstrar que a criação dessas organizações, independente dos consensos e conflitos que as envolvem, significou uma espécie de “grito de liberdade” na esfera das artes cênicas que os humoristas fizeram ecoar frente ao “povo do teatro”, como indicarei mais adiante. Arte em que os humoristas se enquadram, mas de forma excludente.

No dia 09 de agosto de 2012, às 20:30, a TV Jangadeiro exibiu o hoje extinto programa semanal “Câmera 12 (C.12)” de jornalismo investigativo e de laboratório para jovens jornalistas, o qual tinha um formato similar ao “Profissão Repórter” da Rede Globo que trabalha com estudantes de jornalismo tratando, por vezes, de temas polêmicos e problemas sociais. Naquela semana o tema debatido pelo “C.12” da TV Jangadeiro foi “O humor no Ceará está em crise?”. A pergunta que norteou o programa daquela semana fez com que o apresentador e âncora Nonato

Albuquerque iniciasse com o seguinte texto: “Fora de cena a realidade do humor cearense é outra, e sobreviver de risos tem sido uma tarefa cada vez mais difícil. Nos bastidores os artistas reconhecem que existe sim briga de vaidades e reinventar as piadas surge como um desafio”. Dentre os depoimentos de humoristas apresentados pelo “C.12” que indicassem a “crise” no “humor cearense” estava o de Adaílido Neres (o *Adamastor Pitaco*) que indagado sobre se a categoria era unida respondeu que “deveria ser mais unida, mas tem muito puxão de tapete e tal”. Opinião similar a qual me concedeu em entrevista Lailton Rocha Melo quando falava por que a ASCEHUM, presidida por ele, não era forte politicamente: “Porque realmente o humor é desagregado, os humoristas brigam entre sim”. Em falas opostas as de Adaílido Neres e de Lailton Melo, Jáder Soares (o *Zebrinha*) e Ernesto Martins (o *Veia Cômica*) negaram a existência de “desunião” entre os humoristas para um dos entrevistadores do “C.12”.

Marcelo Soares (repórter) - Bom aqui ao meu lado, representantes da associação dos humoristas cearenses inclusive Jáder Soares que é o presidente da Associação. Jáder por que duas associações para representar uma categoria que teoricamente tem os mesmos interesses?

Jáder Soares - É porque, inclusive as duas associações foram criadas neste espaço que nós estamos aqui (*a entrevista foi feita no Teatro Chico Anysio*), eu acho que como o grupo é muito grande, a gente tem mais de cem humoristas, tinha um pessoal que se afinava mais com um grupo e outro com o outro acho que por conta disso, mas isso não é coisa ruim não, muito pelo contrário, isso é muito importante porque as duas, elas mostram como estão trabalhando em cima dos mesmos interesses, as coisas acontecem com mais tranquilidade, digamos assim.

Marcelo - Mas, há desunião dentro, entre os humoristas?

Jáder - Eu acho que não, eu acho que como toda classe há os grupos que se aproximam mais de um lado ou de outro, eu não percebo desunião não, eu acho que nós artistas nós trabalhamos... a profissão da gente é muito árdua.

Ernesto Martins - Eu acho pelo contrário também. Vamos aqui colocar como exemplo uma casa que oferece show de humor: ela tem show de segunda a segunda, então é... geralmente aquele público se renova 40 por cento, então precisa ter um artista diferente, até para ter um novo show, então isso aí é uma forma de união, quer dizer para que a casa tenha shows diversificados é... consegue os humoristas formarem grupos, eu sempre digo que o humor do Ceará são grupos que se afinam para manter uma casa viva com shows de humor todos os dias e que cada um no seu grupo forma isso tudo que é o Ceará, o celeiro dos humoristas.

Marcelo - Jáder, quantos integrantes atualmente a associação de humoristas cearenses têm?

Jáder - É todo dia cresce, a gente tem catalogado 118 pessoas, só que ali está todo mundo junto isso não significa dizer que os 118 façam parte da associação.

Por razões óbvias, Jáder, presidente da ASSO-H, e Ernesto, presidente do FOCHUM e do SINDHUMOR, defendem que apenas existem no “humor cearense” grupos que se afinam mais ou menos com uma ou outra das associações, negando qualquer “desunião” entre a classe. Um ponto interessante que descobri nesta fala de Jáder Soares, ao comparar com a entrevista que fiz com ele em 2014, é que para aquele programa Jáder tomou a quantidade de humoristas catalogados pelo Censo do Humor⁷¹ realizado pelo FOCHUM como o número de integrantes inscritos na ASSO-H. Jáder Soares (o *Zebrinha*) respondeu, quando indaguei sobre o número de afiliados da ASSO-H, que “a gente tem aqui em torno de umas 80 pessoas que preencheram a ficha”⁷². Esta suposta confusão de números, ou melhor, confusão entre as entidades representativas nas falas de Jáder significa uma tentativa de disfarçar o grau de adesão dessas organizações e, conseqüentemente, de demonstrar o respaldo que possuem perante a “classe humorista”.

A associação presidida por Jáder Soares, a ASSO-H, tem como ponto de encontros e reuniões o Teatro Chico Anysio (TCA), localizado na Avenida da Universidade em Fortaleza, o espaço é de propriedade de Jáder e abriga também a empresa dele, *Escritório do Riso*, o *Museu do Humor Cearense* – este recentemente inaugurado, onde está guardado parte das cinzas de Chico Anysio e que possui uma biblioteca de livros sobre humor –, o SINDHUMOR e o FOCHUM, estes últimos presididos por Ernesto Martins (o *Veia Cômica*). Temos então aqui três das quatro organizações representativas dos “humoristas do Ceará” habitando em um só espaço físico. Desde a fundação da ASSO-H, Jáder afirma que procura reunir os humoristas em encontros semanais e por conta dessas reuniões, na “visão” dele como fez questão de frisar, antes “o humor do Ceará tinha uma turma que se apresentava num lugar, que era o pessoal mais conhecido e outra turma que não pisava ali [...] hoje é tudo misturado, a galera que surgiu aqui faz show em todo canto...”. Segundo a visão de Jáder, a ASSO-H dirimiu os grupos fechados de humoristas “mais conhecidos” que se isolavam dos outros “menos conhecidos” e proporcionou maior mistura entre todos.

No final de 2011 entrevistei Bené Barbosa (o *Papudim*) que à época já poderia ser classificado como um dos humoristas “mais conhecidos”, pois se apresentava em um dos estabelecimentos especializados em shows de humor

⁷¹ O Censo do Humor em 2009 demonstrava que havia 109 humoristas no Ceará, em 2012, 118, e em 2014, 128.

⁷² Entrevista concedida em 08 de agosto de 2014, no Teatro Chico Anysio.

localizados na orla turística de Fortaleza, a *Lupus Bier*, além de que neste referido ano saíra ganhador junto com outros três humoristas do quadro “Quem Chega Lá” do Domingão do Faustão. Conversava com Bené em dado momento sobre o aumento no número de “humoristas do Ceará” nos últimos anos. A respeito do assunto ele reclamava sobre como esse crescimento de humoristas estava prejudicando a qualidade dos espetáculos de humor ofertados na cidade e sublinhava na sua fala a falta de experiência com o humor dos que compunham uma “lista de humoristas” que fora divulgada. Provavelmente, Bené Barbosa se referia ao “Censo do Humor Cearense”, primeiramente lançado em 2009 pelo FOCHUM de Ernesto Martins, mas pareceu confundir tal “lista” com o número de afiliados da ASSO-H de Jáder Soares: “qual é a experiência que eles têm, qual é a experiência que eles têm em questão de humor? Esses 80 aí da *lista*?!” (grifos meus). Reforçando sua insatisfação com esse crescente aumento de humoristas, Bené completava em tom jocoso: “se você fizer um censo hoje a gente chega a 150. Não sei quem foi que disse, mas parece o *Gremlins*, né *Gremlins* o filme do Spielberg, você joga água em cima e vira humorista...”⁷³. Esta preocupação e reclame de Bené Barbosa, um dos humoristas “mais conhecidos” hoje, indica tanto um posicionamento de não adesão e mesmo de negação às entidades capitaneadas por Jáder e Ernesto como uma fala de desqualificação dos artistas do riso integrantes da citada lista.

A propósito, para entrar nessa “lista de humoristas” de Jáder Soares, segundo o próprio, o humorista deve ir até o Teatro Chico Anysio (TCA) e frequentar as reuniões daquela Associação “pelo menos duas vezes”. Rafael Carvalho Leite, iniciante atualmente na carreira do humor de estilo *stand up comedy* em Fortaleza, contou-me que antes de pensar em ser humorista se interessou certa vez por um cartaz afixado na parte externa do TCA que anunciava um concurso para novos integrantes e indagou à Jáder Soares do que se tratava. Jáder disse desconhecer sobre o cartaz pois não era dele e não teria sido informado sobre nada, porém, imediatamente teria perguntado a Rafael: “- mas você quer ser humorista? Venha aqui terça e quinta”. Rafael disse-me que “qualquer pessoa que pede informação lá” no TCA o Jáder “convida e muita gente acha ruim isso dele porque ele quer colocar todo mundo no mercado, assim, pelo menos preparado para o mercado né” (entrevista concedida em 15 de março de 2015). O posicionamento de Jáder Soares de abertura

⁷³ Entrevista concedida em 17 de dezembro de 2011, no camarim da *Lupus Bier*.

para os aspirantes a humoristas se justifica aqui neste caso pelo fato dele ter ofertado durante dois anos um curso de formação para humoristas, nas terças-feiras e quintas-feiras, como demonstro logo mais à frente, financiado por edital público. E Rafael, mesmo sugerindo tal falha de falta de critério por parte de Jáder, agradece por ter frequentado o espaço do TCA, pois foi lá onde ele conheceu outros humoristas que também o ajudaram no início de sua carreira.

Em uma visão contrária à de Bené Barbosa e no seu lugar de liderança, Jáder elencava para mim algumas das conquistas possibilitadas pelos encontros e reuniões no Teatro Chico Anysio (TCA), e entre uma delas ele afirmava em tom de satisfação: “o quarteto dos meninos do ‘Quem Chega Lá?’ (do Domingão do Faustão) que ganhou Bené Barbosa, o Juanito, o Oscar Britto e o Mexerico, eles formaram esse quarteto aqui, se encontraram aqui...”. É evidente que por sua posição de presidente de uma associação, Jáder Soares tenha o discurso positivo das conquistas alcançadas através dos encontros e acordos proporcionados por ele, pois como sentenciou “eu acho o seguinte que este espaço aqui a gente tenta fazer com que todo mundo se sinta representado”. Todavia, sublinhe-se que como líder representativo de toda uma “classe profissional”, Jáder não é apenas presidente de uma entidade político-representativa dos humoristas, mas se coloca mesmo como o dono dela, sem aspas mesmo, uma vez que, segundo o próprio,

... uma coisa que você não perguntou e quero dizer: quanto é que o pessoal contribui com a associação? Não contribui com nada, né, eu nunca aceitei, dei até uma entrevista para a Carla Soraia, tenho até que pegar essa entrevista que eu achei boa, está sendo reprisada na TV Assembleia, ela disse “Jáder, o pessoal colabora com alguma coisa?”, eu digo “olha minha amiga sem colaborar tem gente lá que manda mais do que eu” rrsr imagine... eu nunca aceitei, estás entendendo, é a dificuldade grande... eu prefiro... porque se o cara der 10,00 reais por mês ele “cadê meus 10,00, olhe esse ano foi 120 conto, cadê?!”, entendeu, pode ser besteira minha, mas eu prefiro desse jeito.

O fato de um presidente de uma entidade coletiva se apossar dela como uma propriedade privada não é nenhuma novidade como ressaltaria qualquer leitor de “Raízes do Brasil” de Sérgio Buarque de Holanda e de “Carnavais, Malandros e Heróis” de Roberto DaMatta, obras nas quais se procura explicar as origens históricas e sociais das confusões entre o público e privado no Brasil. O que deve ser sublinhado aqui é que esta centralização de poder em uma organização de caráter representativo se torna mote de descontentamento e desagregação entre os representados. Quando

perguntei a Valéria Vitoriano (a *Rosicléa*) se ela participava de alguma dessas associações do “humor do Ceará” e, em particular, se sabia como estava a organização da ASCEHUM, a qual é presidida por Lailton Melo, a humorista foi peremptória em dizer que não participava porque não acreditava nesta associação já que só atendia, segundo ela, apenas os “interesses de alguns”. E quando mencionei a existência de diferentes entidades representativas para o “humor do Ceará”, Valéria em tom de reclame e insatisfação denunciava:

São vários, são vários [...] existe uma pessoa que tem três associações e que uma das associações o presidente é ele, a vice-presidente é a mulher dele, o contador é tio, o primo, sem brincadeira, sem brincadeira, de verdade falando né, associações que são utilizadas porque não têm fins comerciais, mas têm os fins mais óbvios do mundo, quer dizer esse negócio aí eu fui a algumas reuniões e não vejo... quer dizer vejo um empenho por parte de alguns, mas eu não vejo foco nem futuro assim [...] quer dizer existem votações, existem associações, existem reuniões que vão dois ou três e respondem pela classe e, quer dizer, existem interesses escusos aí... eu não quero me posicionar... (entrevista concedida em 17 de dezembro de 2011).

Dentre os “fins óbvios” e os “interesses escusos”, que segundo Valéria, essas organizações representativas dos humoristas possuem está o apoio eleitoral que elas poderiam conceder a políticos de carreira e mesmo à aspirantes a cargos eletivos no estado. Apoio dado por Ernesto Martins, presidente do SINDHUMOR e do FOCHUM, por exemplo, à Eliane Novais (PSB), ex-vereadora de Fortaleza e atual deputada estadual pelo Ceará que tem, lembrando, o apelido carinhoso de “madrinha do humor cearense” pelo seu envolvimento em ações políticas a favor desses artistas do riso. Contudo, mais do que apoio à políticos carreiristas, essas entidades serviram de incentivo a alguns humoristas serem eles mesmos os próximos candidatos. Dentre vários os motivos que se poderia considerar no despertar de tal “vocação para a política” desses alguns, destaco o aumento no número de profissionais do humor no estado, crescente que as recentes entidades se propõem a organizar e representar, e o “fenômeno Tiririca” nas eleições federais e estaduais de 2010.

Francisco Everardo Oliveira Silva, cearense do município de Itapipoca e um dos “humoristas do Ceará”, o palhaço Tiririca se candidatou a deputado federal pelo Partido Republicano (PR) no estado de São Paulo naquelas eleições e não apenas se elegeu como conseguiu o feito de ter sido o segundo deputado mais bem votado na história do Brasil com 1,35 milhão de votos. Tiririca nas suas peças televisivas de campanha ficou famoso pelo deboche de como pedia votos: “Vote no Tiririca, pior do

que tá não fica!"; "Para deputado federal, Tiririca, vote no abestado!". Dois anos depois dessa conquista eleitoral surpreendente, nas eleições municipais de 2012, o humorista e ator Paulo Diógenes, a *Raimundinha*, se candidatou a vereador de Fortaleza pelo Partido Social Democrático (PSD), aparecendo na campanha com a sua personagem principal e ganhou como um dos vereadores eleitos mais bem votados daquele pleito. É preciso ressaltar aqui que uma das bandeiras defendidas na campanha de Raimundinha/Paulo Diógenes foi a ajuda aos dependentes químicos, uma vez que o próprio Paulo foi adicto de cocaína por 10 anos logo depois do início de sua carreira como humorista. Nos últimos anos, recuperado do vício e antes de entrar para a política fundou um espaço de apoio para dependentes químicos, a Fazenda Luz do Mundo, localizada próximo de Fortaleza.

Laiton Melo, o *Lailtinho Brega*, presidente da ASCEHUM, participou da campanha para vereador do colega Paulo Diógenes e, depois deste ter ganho a eleição, conseguiu uma vaga como assessor parlamentar. Nas eleições de 2014 chegou a vez de Lailton pelo Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB) e Ernesto Martins pelo PSB a se candidatarem a deputado federal, porém ambos não conseguiram, o primeiro obtendo em torno de 6 mil votos e Ernesto em torno de 1500. Lailton bastante decepcionado falou-me que um dos motivos da sua derrota eleitoral foi que a sua própria categoria de humoristas não o apoiou.

Eu acabei de descer do meu prédio agora, eu fui candidato a deputado federal, e meu vizinho que é deputado estadual, [...] e outro é vereador, disse: "rapaz, a tua categoria não te apoiou!". É uma vergonha cara, eu tirei seis mil votos. Não apoiou porque acha que eu ia roubar, não apoiou porque acha que eu não mereço ser deputado federal, [...] porque só vai beneficiar a mim. O individualismo é maior do que o coletivo. (Lailtinho, entrevista concedida em 30 de março de 2015).

"Individualismo" da categoria que Ernesto Martins aponta quando indica que os humoristas não participam das movimentações coletivas por entenderem que o "humor é carreira solo". Lailton Melo fazendo sua meia culpa pela derrota eleitoral sublinhou em tom de arrependimento que para diminuir a falta de participação da categoria teria sido preciso ter convocado várias reuniões a fim de mudar a consciência política. Rafael Carvalho Leite frequentou algumas reuniões no espaço do Teatro Chico Anysio de Jáder Soares justamente no período das eleições de 2014 e sentenciou que os encontros estavam "vazios" e "cansativos" porque a impressão geral era a de que "não ia sair nada dali, que ia ser só esse negócio de mostrar os

resultados, de mostrar o ‘por que que eu merecia voto’ e o Ernesto Martins estava bem empolgado em relação a isso”. Ainda comentando acerca disso, Rafael ressaltou que “eles usaram... politizaram demais o espaço, inclusive o Jáder se sentiu incomodado e pediu para voltar a ser o que era antes, antes de ter candidato na política”⁷⁴.

Quando entrevistei Lailton, presidente da ASCEHUM, comentei que tinha escutado havia poucos dias em um programa de rádio local um humorista dos “mais conhecidos” atualmente reclamar que no Ceará havia “cinco associações de humoristas que não representam ninguém”. Em um primeiro momento não quis revelar quem era o humorista para Lailton por receio de incentivar intrigas ou desentendimentos, mas por insistência dele acabei revelando o nome. Lailton se mostrou no início surpreso pois este mesmo que denunciava a “não representatividade” das associações além de trabalhar com ele no elenco de humoristas que se apresentam no seu *Beira Mar Grill* correntemente compunha a diretoria da ASCEHUM na função de tesoureiro, mas uma função ocupada só por nomeação e não por atuação. Todavia, Lailton reconhecia que se uma associação não atua “é porque é aquilo que estou dizendo: é desassociado, os caras não têm consciência política”. Ao me demonstrar com certo desconforto por ter revelado a identidade do humorista em questão, Lailton tentava me consolar afirmando que não ficou raiva por entender que “se você não participa de um movimento político você se torna apolítico” e sentenciou de modo enfático:

... mas, não representa mesmo não, rapaz... olha o FOCHUM não me representa, o sindicato não me representa, o Veia Cômica não me representa, o Jáder Soares não me representa, eu não ando lá, meus pensamentos são diferentes e eu, a minha associação que é a ASCEHUM também não representa os caras, é por isso que existe pluralidade política, pô... tem gente que nenhuma das dez associações representa porque ele não é ativo em nenhuma delas, ele não participa... se não participa ele está coberto de razão, cabe aos dirigentes tentar buscar suas ovelhas, a igreja só é boa quando o pastor consegue agregar ovelhas, senão, fudeu. (Lailtinho, entrevista concedida em 30 de março de 2015).

Mesmo demonstrando que a “não consciência política” dos humoristas seja uma plausível explicação que indica a falta de participação perante as associações e entidades representativas do humor no Ceará, Lailton deixa escapar na sua fala o modo centralizador como conduz a entidade que, segundo o próprio, é “a minha

⁷⁴ Rafael Carvalho Leite, entrevista concedida em 15 de março de 2015.

associação que é a ASCEHUM”. De modo idêntico a compreensão de Jáder Soares em relação à ASSO-H, Lailton toma uma entidade coletiva como posse privada, o que também serve para se entender, em parte, essa falta de adesão dos humoristas nessas movimentações políticas em prol do humor. Todavia, independente se essas organizações não possuem uma grande participação ou mesmo se são ou não reconhecidas como legítimas pela maioria dos humoristas, a simples instituição delas significou um importante passo em direção a uma relativa independência desses profissionais do riso na esfera das artes cênicas em relação ao “povo do teatro”.

Até antes dessa movimentação associativa dos humoristas, eles não participavam das políticas de editais públicos de incentivo as artes no Estado do Ceará e na Prefeitura de Fortaleza, embora estivessem enquadrados como artistas cênicos. Em 12 de junho de 2013 foi instituído o primeiro edital exclusivo para o humor, o *I Edital do Humor*, através da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará. Este edital ofereceu 500 mil reais para serem divididos entre projetos nas seguintes categorias: Formação, Circulação e Manutenção. Jáder Soares⁷⁵ (o *Zebrinha*) reivindica esta conquista para a ASSO-H, presidida por ele, e para o Sindicato, presidido por Ernesto Martins (o *Veia Cômica*). Jáder comentou em desabafo que já existia o edital para as artes cênicas destinado, segundo ele, para “o pessoal de teatro e onde a gente (os humoristas) se encaixa, mas nunca na história do Ceará humorista nenhum ganhou edital de arte cênica porque quem está na banca é o pessoal de teatro, (e este) pessoal não vai botar o pessoal do humor”.

Em reportagem, com a mesma data de publicação do *I Edital do Humor* do governo do Estado, o humorista Edson Santos (o *Super Edson*) acentuou esta vitória para os artistas do riso, e sua fala reforça o que Jáder dissera sobre essa demarcação de fronteiras entre teatro e “humoristas do Ceará”: “Todos os anos, nós temos edital para música, dança e teatro, mas nunca havia sido lançado nada para o humor. Dizem que o humor se enquadra no teatro porque trabalha com artes cênicas também, mas, ainda assim, nenhum humorista conseguiu aprovar um show para o teatro”.⁷⁶

Também no ano de 2013 a Secretaria de Cultura do Município de Fortaleza (SECULTFOR) publicou o primeiro edital do Programa de Residências e Intercâmbio

⁷⁵ Jáder Soares, entrevista concedida em 08 de agosto de 2014, no Teatro Chico Anysio.

⁷⁶ Reportagem “Democratização do humor”, publicada pelo jornal *Diário Do Nordeste*. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/caderno-3/democratizacao-do-humor-1.808382>>; Acesso em: 13/02/2015.

para variados setores artísticos. Este edital contemplava o financiamento para as seguintes linguagens de arte: circo, dança, literatura, teatro, música, moda, audiovisual, artes visuais, gastronomia, fotografia e humor. Cada projeto selecionado recebeu o valor de R\$ 15 mil reais. Apesar de ter sido a primeira vez que o humor foi considerado como linguagem artística em edital do município de Fortaleza, contudo, como se nota, não foi um edital exclusivo para o humor, como fora o edital do governo do Estado no mesmo ano. O ator e humorista Luciano Lopes (a *Luana do Crato*) foi o contemplado com este edital e no ano de 2014 implementou o projeto Residência e Intercâmbio em Humor no qual foram selecionados 12 humoristas para estudarem sobre a história e linguagem do “humor cearense”. Como fruto desse projeto, esses humoristas se apresentam atualmente no Teatro do Serviço Social do Comércio (SESC-CE) Emiliano Queiroz em Fortaleza todas as quartas a noite.

Por fim, mesmo com maior ou menor desagregação dos humoristas com as entidades políticas que intencionam representá-los foi justamente pela movimentação coletiva, a qual possibilitou a criação dessas organizações, que essa “classe artística” conseguiu através de políticos e poder público os editais exclusivos para o humor. Conquista que concedeu aos humoristas uma relativa independência do “pessoal do teatro”. Deixo entre aspas a “relativa independência” pois a posição de dominados nas esferas das artes cênicas foi incorporada por esses artistas do riso uma vez que nos últimos anos eles tentam tomar para si o valor simbólico superior da arte teatral na produção de seus espetáculos de humor.

3.4 - O cuidado com o palco do humor moleque

Há atualmente dentre os “humoristas do Ceará” em geral uma preocupação com um maior preparo cênico e artístico que vai estabelecendo as especificidades e os critérios seletivos na conformação atual desse espaço de produção cultural do humor. Os líderes das entidades representativas dos humoristas, ao lado da busca por financiamentos públicos para a “arte de fazer rir” no Ceará, propõem também a criação de cursos de formação, preparação textual, e uso de técnicas de atuação para a classe humorística, em especial para os novatos no ramo. Algo parecido como um curso de formação de humorista patrocinado pelo poder público foi o que conseguiu Jáder Soares (o *Zebrinha*). Jáder realizou entre 2012 e 2014, uma Oficina de Humor que, segundo ele, “aborda a iniciação à prática teatral com foco no humor”. Este

projeto foi contemplado pelo edital “Pontos de Cultura”, ofertado em parceria pela Secretaria de Cultura do Estado do Ceará e o Ministério da Cultura do Governo Federal (SECULT-CE/MINC). A oficina foi destinada para humoristas e público em geral. Segundo Jáder, o público que participou desse projeto – com o título: *Ponto de Cultura Humor no Ponto* – foi variado:

... ano a ano mudam algumas pessoas. Outras continuam. A maioria dos participantes é de gente já ligada ao humor ou que está querendo entrar na carreira de humorista. A outra parte, em torno de 30% é de público misturado: gente de teatro... gente que quer só tornar-se desinibida... (Jáder Soares, entrevista concedida em 08 de agosto de 2014, no Teatro Chico Anysio).

Contudo, quais as razões por trás dessa preocupação com o preparo das apresentações humorísticas e de onde ela surgiu? Essa “falta de preparo” foi desde os inícios do movimento dos bares e, ainda é maiormente, uma das acusações feitas pelo “pessoal do teatro” que denunciavam nesses “artistas comerciais do riso” o não cuidado com o palco pela ausência de técnicas de atuação e da produção de textos originais. Essa denúncia apropriada pelos humoristas hoje, em especial, aqueles com mais tempo de carreira, é destinada, principalmente, aos aspirantes ou aos novatos do *campo* humorístico que são criticados, entre outros motivos, pela falta de experiência, falta de preparo e de técnicas com a arte de *fazer humor*. Assim, tem-se que o uso dos princípios legitimadores ou, de outro modo, dos esquemas de percepção do campo teatral são apropriados e repetidos pelos humoristas hoje, o que reforça a dominação simbólica a que estão subjugados esses artistas do riso às artes cênicas.

É preciso sublinhar aqui que essas acusações e críticas de falta de cuidado com o palco feita por esses artistas do riso mais experientes aos novos é, em outros termos, um indício do estabelecimento de regras para se ocupar hoje a posição de humorista: “... *tem gente que quer ser humorista que sobe (no palco) e bá bá bá bá conta piada quem riu, riu, quem não riu, não riu e pega o dinheiro e vai embora, eu não, eu tenho técnicas...*”⁷⁷ (grifos meus). Esta é a fala de Aluísio Júnior, humorista com mais de 15 anos de carreira e que interpreta dentre outros personagens, a *Otilia*, uma empregada doméstica, e o *Copinho*, um louco. Aluísio Júnior teve experiência

⁷⁷ Trecho de entrevista de Aluísio Júnior concedida ao programa *#Saibamais* da Virtulook Produções publicada em 5 de setembro de 2014 no *site* de compartilhamento de vídeos *Youtube*, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HnCi8AWY3Hk>>; acesso em: 01/03/2015.

com teatro amador na comunidade religiosa evangélica de que fazia parte na juventude antes de se tornar humorista. No início de sua carreira como humorista estreou interpretando a *Otília* no espetáculo “Três Donzelas e uma comédia” com Paulo Diógenes (a *Raimundinha*) e Dudé Torres (a *Zuleica*). Seu ápice como artista do riso se deu com a participação no extinto programa de auditório de transmissão nacional *Show do Tom*, apresentado pelo cearense Tom Cavalcante na Rede Record de Televisão. Atualmente protagoniza o programa de humor *É de Graça* na emissora local TV Jangadeiro, o qual vai ao ar todas as tardes de segunda a sábado. Hoje, como um dos artistas “mais conhecidos” do ramo ou com mais tempo de carreira também denuncia nos aspirantes a humorista a “falta de preparo” ou “de técnicas” destes para o palco.

É preciso ressaltar, antes de prosseguir, que aqui não pretendo realizar uma discussão sobre a recepção desses *shows* de humor, apenas tomo exemplos concretos para demonstrar as razões ou reclames que fundamentam a recente preocupação dos humoristas por um maior “cuidado com o palco”. O que importa, no momento, é deixar claro que são recentes a adoção dos princípios de diferenciação pelos humoristas de formação e preparo cênico, talvez de uns 10 anos para cá tomando como referência o corrente ano de 2015. E isto indica o início de estruturação de um “campo de produção cultural” relativamente autônomo para o humor, pois esboça o estabelecimento de regras para ser humorista.

Bené Barbosa, autor do personagem *Papudim*, ao falar de um espetáculo que a colega Valéria Vitoriano (a *Rossicléa*) estava apresentando no bar-restaurant *Lupus Bier*, observou que este espetáculo estava transformando a casa em um “café teatro”, pelo aparato cênico e técnico envolvido, e afirmou: “... hoje o público quer mais que um artista com um microfone na mão e uma lâmpada pendurada em cima da cabeça dele, e a gente precisa ter esse cuidado, os tempos são outros...”. “Cuidado” que foi traduzido pelo mesmo Bené Barbosa no projeto idealizado por este chamado *Terça de Graça*, através da SECULT-CE, que teve início em 2011 e durou até 2014, no Theatro José de Alencar em Fortaleza, o qual ofereceu cursos de formação teatral para humoristas e público em geral, além de ter promovido espetáculos gratuitos de humor para a população de Fortaleza – na sua última edição em 2014, o projeto foi também para a cidade de Sobral, no interior do estado:

... o projeto Terça de Graça, ele não só oferece espetáculos gratuitos no Theatro José de Alencar, mas ele dá formação, desde de uma oficina de construção de um personagem, como formar um personagem, como construir um personagem até a construção de projetos culturais, novas mídias, como você deve se comunicar, como é que você comunica seu personagem, enfim, como é que você se resguarda, o que é o seu personagem e o que é você, porque muita gente acha que é uma coisa só... (Bené Barbosa, entrevista concedida em 17 de dezembro de 2011, no camarim da *Lupus Bier*).

Enfim, o público dos “humoristas do Ceará” estaria hoje, assim, mais “exigente”, requerendo mais “cuidado” no palco, conforme disse Bené Barbosa? É difícil responder acuradamente tal questão uma vez que o público assistente dos *shows* de humor é mais ampliado e diversificado do que o público mais específico que vai ao teatro, por exemplo, tornando essa “exigência” da audiência por espetáculos humorísticos com mais “qualidade estética e/ou técnica” deveras subjetiva e dispersa. Porém, outra razão mais precisa ajuda a explicar melhor essas motivações de preparo e cuidado com o palco por parte dos “humoristas do Ceará” hoje. Refiro-me aqui às críticas, socialmente dispersas, mas persistentes, que acusaram (e acusam, ainda) os “humoristas do Ceará” de fazerem seus *shows* com o recorrente uso de palavrões e de piadas sexistas e preconceituosas, além de serem acusados de constrangerem suas plateias com o recurso de “mexer com o público”.

Em matéria da seção de turismo da *Folha de São Paulo* de junho de 1997, intitulada “Comediantes fazem o Ceará rir primeiro”⁷⁸, o repórter enviado a Fortaleza para investigar a “aptidão que o Ceará tem para o humor” comentava sobre os humoristas locais: “Esquecem - ou nunca ouviram falar - no conceito do politicamente correto e atravessam a fronteira que separa a perspicácia humorística do puro preconceito”. No já aqui referido “Câmera 12” especial sobre o “humor cearense” da TV Jangadeiro exibido em agosto de 2012, o humorista Amadeu Maia (a *Biba*, a *Babalu*), quando indagado sobre se os *shows* de humor locais não “apelavam” muito no uso de “piadas picantes” e palavrões, afirmou que isto se devia ao próprio “povo cearense”.

O humor cearense é muito picante, ele apela mesmo assim, mas por que? Porque quando ele nasceu quem elevou o humor cearense foi o povo cearense e o povo cearense gosta do humor escrachado, o cearense, quando vem um paulista e diz “pô que show imoral e tal”, mas para o cearense é tão comum aquilo que criou um hábito do humorista fazer um show mais rasgado, mais escrachado, está entendendo, mas eu acho mesmo tem algumas cidades que você deve ter que dar uma maneirada por ai, São Paulo, Rio, dar

⁷⁸ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx020642.htm>; acesso em: 20/02/2015.

mais uma maneira nos nomes e tal senão pessoal taxa logo de apelador, de falar palavrão, ai... (Amadeu Maia, fala transcrita a partir do programa "C.12" da TV Jangadeiro, exibido em 09/08/2012).

O "humor cearense" feito pelos humoristas, segundo a interpretação de Amadeu Maia, é "picante", "escrachado" e "imoral" porque o "povo cearense" gosta assim, diferente de um "paulista", no exemplo dado, o que teria criado um "hábito do humorista" em fazer seus shows "mais rasgados". Esta fala evoca aqui, mais uma vez, o "popular local" ou o "povo" como a fonte de inspiração dos "humoristas do Ceará". E neste caso, esta ideia de que esses artistas do riso são os atuais representantes de uma "cearensidade moleque, gaiata, irreverente", indica que as molecagens e gaiatices identificadas no "gosto do povo" são do "humor escrachado" e "imoral", coisas do "populacho".

Pode ser óbvio afirmar, mas não é apenas o "humor moleque" dos "humoristas do Ceará" que é rechaçado pela inadequação de suas piadas ao mundo contemporâneo mais vigilante. No documentário *O Riso dos Outros*, dirigido e roteirizado por Pedro Arantes e lançado em 2012, é discutido os limites ultrapassados pelos humoristas do *stand up comedy* no Brasil com seus textos que reforçam o preconceito contra pobres, mulheres, negros e gays. Líderes de entidades de defesa desses grupos, além de políticos e intelectuais defensores dos direitos humanos rebatem neste documentário, por exemplo, o humorista Rafinha Bastos por este ter causado polêmicas anos atrás quando disse em um dos seus *shows* que "uma mulher feia que sofresse um estupro devia agradecer ao estuprador". O humorista saiu em sua defesa alegando que se tratava apenas de uma piada e nada mais, e seus críticos o acusavam de ter sido preconceituoso, machista e mesmo incitador deste tipo de violência contra a mulher. Afinal de contas, uma piada é só uma piada? É possível rir de tudo? Respondo categoricamente e brevemente que só se pode rir quando se compartilha dos códigos de entendimento de uma cultura dada, seja ela localizada ou mundializada. O humorista, por mais que se possa condená-lo legalmente, é integrante de um meio social no qual o preconceito e o machismo são moeda corrente, por exemplo.

Entretanto, sobre o "escracho" e a "imoralidade" que alguns dos espetáculos do humor cearense evocam e que podem causar desconforto no público assistente, os próprios humoristas vêm ultimamente questionando e mesmo refutando tal postura. O desconforto difuso socialmente, um dos motes de descontentamento do

“pessoal do teatro” desde sempre para com o “humor de bar”, está nos últimos anos sendo incorporado por esses profissionais do riso. Jáder Soares, em entrevista àquele programa “Câmera 12” de 2012, respondia ao jovem repórter que qualquer cidadão pode se sentir incomodado com uma apresentação humorística com “palavrões” e “escracho” e não só o turista que vem a Fortaleza e assiste aos espetáculos.

... a gente escuta muita reclamação nesse sentido, eu acho que cada um tem que ter o discernimento de saber que está lidando ali com a plateia bastante variada, tem famílias [...], mas nós já melhoramos muito, os shows eram muito mais apelativos, aqui e acolá ainda tem, mas o pessoal está se podando, está percebendo, sabe que não rola, que não funciona, e é importantíssimo que nós tenhamos essa sensibilidade de fazer uma coisa mais apurada. (Jáder Soares, fala transcrita a partir do programa “Câmera 12” da TV Jangadeiro, exibido em 09/08/2012).

Fazer um show de humor mais apurado, o que seria isso especificamente?

Nesta fala de Jáder, não se trata apenas de tirar palavrões ou diminuir o “escracho” dos espetáculos dos “humoristas do Ceará”, mas de trabalhar o texto a ser interpretado. Trabalho que Jáder ensinou na já citada “Oficina de Humor” ministrada no Teatro Chico Anysio (TCA) a partir de incentivo de edital público. Rafael Carvalho Leite, o humorista iniciante de “stand up” que entrevistei, fez este curso ofertado pelo “Zebra” (como Rafael o chama) e contou que Jáder “não admite esse humor pornográfico”, que “não aceita essa baixaria, e também ele não gosta de palavrão”. Um dos ensinamentos de *Zebrinha* no seu curso de “iniciação à prática teatral com foco no humor” é de que “você tem que fazer um texto evitando o palavrão, pode ser o palavrão pontual, não pode ser o palavrão repetido”. Jáder Soares iniciou sua carreira de “humorista do Ceará” em meados dos anos 1990 com o personagem *Zebrinha*, um cambista de jogo do bicho, feito especialmente para o extinto programa humorístico da TV Jangadeiro “Botando Boneco”. Jáder não se apresenta em bares ou barracas de praia como humorista, trabalha atualmente e exclusivamente com “humor educativo”, segundo ele, fazendo “palestras shows” para escolas e empresas abordando temáticas sérias com irreverência como “dengue”, “drogas”, “motivação, segurança e humor no trabalho”. E afirma que em suas palestras não faz um humor que vá, conforme suas palavras, “constranger ninguém”⁷⁹.

Acerca dessa acusação de constranger o público assistente, recurso que alguns humoristas têm de tirar as pessoas da plateia, as levarem ao palco e torná-las

⁷⁹ Jáder Soares, entrevista concedida em 08 de agosto de 2014, no Teatro Chico Anysio

alvo do humor, eu mesmo, no ano de 2007, fui uma “vítima”. Quando na pesquisa para o mestrado em sociologia, ao assistir a um desses espetáculos em uma pizzaria no bairro em que resido, fui escolhido junto com uns amigos pelo humorista para subir no palco e ele nos fez dançar a coreografia da música “Na Boca da Garrafa” do grupo musical baiano *É O Tchan*. É preciso deixar claro que honestamente, em particular, não senti constrangimento ou mesmo humilhação com tal situação, não porque estava conformado por se tratar de “ossos do ofício”, mas por razões subjetivas e pessoais resolvi “entrar na brincadeira”. Contudo, há quem não goste dessas “brincadeiras” com o público feitas pelos humoristas nos seus espetáculos. Na sessão de cartas do jornal *O Povo*, datado de 7 de junho de 2006, foi publicado o reclame de um leitor de Fortaleza com o título “constrangimento” acerca da então condução de alguns dos espetáculos humorísticos na cidade:

[...]. Os humoristas locais, não sei se posso generalizar, perdem a oportunidade de receber de forma cortês e gentil aqueles que pagam ingressos ou *couvert* artístico para comparecer a um evento promovido por gente desta terra. Já fui a vários shows de humor e o que vi foi espetáculos de baixaria, discriminação, desrespeito e constrangimento a visitantes de Fortaleza, com raras exceções.

Isso não é bom para Fortaleza, para o turismo desta maravilhosa cidade e muito menos para os humoristas cearenses, muitos em início de carreira, que podem até ser processados por causa de uma brincadeira de mau gosto.

Chico Anysio, Tom Cavalcante e Adamastor Pitaco, não se prevaleceram de constranger suas plateias para serem reconhecidos e consagrados nacionalmente. Os humoristas da terra são talentosos, mas se continuarem assim, não passaram do palco de uma pizzaria. (*O Povo*, Cartas, p. 7, Fortaleza-CE, quarta-feira, 7 de junho de 2006).

Esta fala indica um sentimento que é difuso de repulsa aos humoristas baseado nessas impressões dos espetáculos como sendo “de baixaria, discriminação, desrespeito e constrangimento”, além de sutilmente estabelecer como o fazer humor no “palco de uma pizzaria” tem menor valor do que o que pode ser feito em outros espaços mais “dignos”, talvez em uma sala de teatro ou mesmo no palco do *Domingão do Faustão*. O ator e diretor de teatro cearense Carri Costa, líder da “Companhia da Molecagem Cearense”, o qual citei no capítulo anterior por tê-lo assistido falar e gesticular que o humor desses humoristas locais é de “baixo nível” em uma palestra no Theatro José de Alencar (TJA) de outubro de 2009, na entrevista dada ao “Câmera 12” da TV Jangadeiro sentenciou de “irresponsável” o humorista que “de uma certa forma desrespeita a plateia” e de modo categórico disse que “a plateia não pode ser

alvo, sabe, ela está ali para se entreter, ela está ali para se divertir, não para ser alvo.”⁸⁰ Carri Costa concedeu entrevista em agosto de 2014 ao jornal *O Povo* e além de reforçar sua posição contrária ao recurso de alguns humoristas locais de fazer “piada com o público” ainda sublinhou de modo negativo como isto já estava trazendo um “conceito antecipado” sobre o “humor cearense”:

OP – Como você avalia esses shows de humor que fazem piada com o público?

Carri – Eu não posso dizer que isso não é humor, porque o povo assiste e ri. Então, é humor. Não é o humor que defendo, que quero, que pesquiso. Não posso dizer que eles estão fazendo errado. Tenho minhas reservas, não acredito que um humor tenha que constranger. Nem o seu nariz, nem a sua calvície, nem o seu peso, nem o seu tamanho, nem o seu sexo ou as suas opções. Porque o que se passa no Brasil inteiro é que a gente é um celeiro de humoristas, que a gente é um Estado cheio de graça. Mas que graça é essa? Um exemplo: eu viajo com todos os meus espetáculos e tenho o hábito de fazer com que eles sejam apresentados durante muito tempo. Tita&Nic está em cartaz há 17 anos; As Vizinhas há oito; Loucuras de Amor há cinco. E viajo muito. Certa vez, no Teatro Nacional em Brasília, uma mulher disse: “olha, eu quase que não vinha. Porque o que a gente sabe é que o humor do Ceará é muito pesado. Mas eu vim. E amanhã eu vou vir de novo porque não é nada disso que eu estava pensando”. As pessoas passam a ter um conceito antecipado, sabe? (*O Povo*, A molecagem cearense é perspicaz, Fortaleza-CE, sexta-feira, 8 de agosto de 2014).

Segundo dados da reportagem “A arte de fazer rir”, de 2009, da Revista *Bravo* os *shows* de humor em Fortaleza recebiam 500 mil espectadores por ano com 20 estabelecimentos ofertando esse tipo de atração na cidade, incluindo as casas de shows que ficam de fora do circuito da orla turística da capital, localizados dispersamente pela periferia. A média de apresentações, à época, era de 20 shows de humor por semana em Fortaleza, já na cidade de São Paulo eram realizados então 10 shows desse segmento. Estes números por si já justificariam a preocupação com um maior cuidado com o humor feito pelos “humoristas do Ceará” uma vez que, em linhas gerais, o aparato do entretenimento-turismo (FARIAS, 2011) enquadra os limites estruturais e estruturantes à esta prática lúdico-artística. E mais, o nexos entre a economia turística e a “cultura moleque popular” faz com que hoje esta última se transforme para o atendimento das demandas da primeira, quando, no exemplo referido, se procura diminuir os palavrões nos espetáculos humorísticos a fim de agradar um público que talvez esteja mais exigente.

⁸⁰ Carri Costa, fala transcrita a partir do programa “Câmera 12” da TV Jangadeiro, exibido em 09/08/2012.

Além dos reclames que se difundiram ao longo dos anos sobre os palavrões nos espetáculos e pelo “constrangimento” do público assistente usado, às vezes, como alvo do riso, há outra razão importante que contribui na explicação desta preocupação atual dos “humoristas do Ceará” com o que se diz e faz no palco: o plágio ou a cópia indevida dos textos e piadas entre os humoristas. O aumento no número desses artistas do riso ao longo dos últimos anos, por exemplo, explica em parte a reclamação difundida entre os já “estabelecidos” no “campo humorístico” acerca da cópia de seus textos pelos novatos ou aspirantes. A maior adesão dos humoristas aos esquemas de percepção do “pessoal do teatro” se dá justamente quando há um aumento no número desses profissionais do riso. Isto indica a instituição de critérios para os ingressantes principalmente por aqueles que estão há mais tempo nessa “arte do riso” e do entretenimento turístico comercial de Fortaleza, os quais sentem-se obrigados a protegerem suas posições de “estabelecidos” e prestigiados humoristas daqueles que são vistos até mesmo como arrivistas adentrando nesse espaço de produção cultural do humor.

O humorista Luiz Antônio (a *Aurineide Camurupim*) desabafou em tom de denúncia sobre a falta de “originalidade” dos iniciantes no programa “C.12” da TV Jangadeiro: “Eu não sou contra ninguém que está começando porque eu comecei um dia, mas eu queria que começasse de uma forma legal, que criassem seus próprios textos, que se inspirassem na gente, mas não copiassem”. Adaílido Neres (o *Adamastor Pitaco*), também no referido programa, chega mesmo a desqualificar os “copiadores” como pessoas que “dizem ser humorista”:

Tem uma turma que faz humor já há muito tempo uns vinte anos e tal, e as outras que se *dizem ser humorista*, começa a fazer show de humor, copia um show do tal, copia um show de outro com show de outro das antigas aí faz um texto de um, um texto do outro aí tudo repetido aí o outro também copia, tipo assim copiou de mim, da Rossicléa, copia da Skolástica, da Raimundinha, aí pronto, aí faz, aí copia do Espanta aí tudo repetitivo, repetitivo, essa turma nova não cria, não estão criando as coisas novas para eles, entendeu?! (Adaílido Neres, fala transcrita a partir do programa “C.12” da TV Jangadeiro, exibido em 09/08/2012).

A “turma nova” é acusada de falta de criatividade e de plágio pela “turma que faz humor já há muito tempo”, porém, quando se assiste a seguidos *shows* de humor em um curto intervalo de tempo como uma semana ou mesmo um mês é possível notar piadas e a narração de situações engraçadas muito parecidas até entre os “mais antigos”. Lailton Rocha Melo falando da sua função como produtor de humor

no seu *Beira Mar Grill* relatou que produz vinte artistas e que cada um tem talentos diferentes e formas de contar a mesma piada de modo diferente o que, segundo sua opinião, não é algo ruim ou negativo, pois isto não faz com que entrem “em choque” um contra o outro:

... todos eles têm um pensamento diferente, todos eles são estrelas, todos eles são maravilhosos, tem personalidade, tem perfil diferentes, comportamento diferentes, brilhos diferentes, talentos diferentes e nenhum choca o outro, nem uma boca, uma roupa que pareça, são personalidades diferentes, uma piada que eu conto o Augusto Bonequeiro conta a mesma piada diferente, o Adamastor e o Zé Modesto... é tudo são diferentes, pode botar em cima do palco que fica uma coisa mais linda do mundo... (Lailton Rocha Melo, entrevista concedida em 30 de março de 2015).

Contudo, apesar desta fala conciliadora de *Lailtinho Brega* o reclame contra o plágio dos *shows* é mais geral, difuso e antigo entre os humoristas. A fim de evitar a chateação de ser copiado, David Cunha (o *Espanta*), falecido em 2006, dizia abertamente que interpretava o mesmo texto há mais de dez anos e não pretendia criar um novo, pois “não iria trabalhar para os outros”, isto contou-me Eddi Lima (a *Madame Mastrogilda*) à época de minha pesquisa para o mestrado, que conhecia o finado humorista. A cópia entre esses artistas do riso além de ser um reclame generalizado, hoje já virou até mote de piada para as apresentações de alguns. Rafael Carvalho Leite assistiu a uma apresentação no “mês do humorista”, abril de 2014, no Teatro Chico Anysio em que Tom Leite e *Super Edson* foram se apresentar para os colegas de profissão e aproveitaram a oportunidade para fazerem chacota com essa questão da “cópia”:

... o Super Edson brincou:
 “- Está aqui o Tom Leite, dizem que ele é de Acopiara. Você é de Acopiara, Tom Leite?”.
 “- Não, sou de Quixadá!”.
 “- Por que você disse que ele é de Acopiara?”, são dois conversando no palco.
 “- Não, porque ele gosta muito de copiar”.
 “- Ele copia mesmo?”.
 “- Não, ele bate xerox!”.
 “- E quanto é que você cobra para bater?”, perguntando para o Tom Leite.
 (Rafael Carvalho Leite, entrevista concedida em 15 de março de 2015).

Somando-se ao reclame difuso socialmente contra os “humoristas do Ceará” de usarem muitos palavrões e de tomarem a plateia como “alvo do riso” nos seus *shows*, causando assim “constrangimento”, as denúncias sobre o plágio entre os humoristas motivaram também a preocupação mais recente com o “cuidado com o

palco”. Depois de perceber uma boa recepção do público que assistiu ao espetáculo “Assando é que se queima”, especialmente gravado para TV Verdes Mares ao final do ano de 2014 o qual já me referi anteriormente, e que fora montado como uma peça de comédia, ensaiado, apresentado e filmado no Theatro José de Alencar, Lailton Rocha Melo resolveu montar uma espécie de “oficina de produção textual”: “Eu abri a produtora se ensaia aqui toda terça, quinta e sábado, se escreve, muito texto, muito texto engraçado”. Ainda segundo Lailton, a montagem de outro espetáculo do gênero tem que ser destinado ao palco e se deve “botar putaria, que a negada gosta é de putaria”, já que a televisão aberta possui suas restrições no que pode ou não ir para o ar e cortes de edição. Contudo, este “botar putaria” na fala de Lailtinho significa menos o recorrente uso de palavrões, por exemplo, e mais um modo local (cearense?) de se expressar sobre coisas ou situações muito engraçadas. Trata-se, nas palavras de Lailton, do uso de palavreado e expressões que remetem a uma “putaria cearense” – como numa frase de um personagem da peça que Lailton me contava: “Agora ela vai ver o que é um pé de briga (confusão)”.

A “putaria cearense”, assim, levada aos moldes teatrais, ajudando na criação de textos originais para os espetáculos humorísticos. Este processo de criação significa uma resposta dos “humoristas do Ceará” aos reclames e insatisfações que vieram tanto do “pessoal do teatro” como do público em geral, mais difuso socialmente. E para Lailtinho o novo espetáculo que ele, Bené Barbosa, João Netto, Ciro Santos e outros estavam produzindo, a continuação do “Assando é que se queima”, teria que ser colocado em cima do palco “para que a gente se revigore, que a gente se regenere, que a gente cresça”. Ou para que a “putaria cearense” se renove, em outros termos. A palavra “putaria” aqui pode ser substituída sem perda de significado por “gaiatice”, “irreverência”, “fuleragem”, “molecagem”.

Portanto, se antes o humor dos “humoristas do Ceará” era criticado pelo recorrente uso de palavrões e de muita “imoralidade”, o que segundo Amadeu Maia se devia ao próprio “povo cearense” que gosta de *shows* mais “rasgados” e cheios de “escracho”, agora os *shows* com textos originais e bem produzidos para que tenham sucesso de público devem ter a pitada da “putaria cearense”. “Putaria” que é levada para os palcos por esses representantes contemporâneos do “Ceará moleque”. O humor dos “humoristas do Ceará”, mesmo com pitadas de “putaria cearense”, deve ser mais bem trabalhado conforme defendem muitos desses artistas hoje a fim de que eles próprios possam se renovar para continuar com suas molecagens.

Antes de concluir, sublinho que é recente a formação de um “campo humorístico”, entendido como um espaço social de relações de poder, desses profissionais do riso no Ceará. Há atualmente a tentativa, por parte deles, de assegurar princípios de diferenciação para quem quiser ser humorista como os de produção de textos originais e maior preparo cênico. Também a tentativa de instaurar cursos de formação para humoristas é outro tipo de princípio distintivo que assim como a preocupação do “cuidado com o palco” foi importado da esfera da arte teatral, a qual, como foi demonstrado, exclui os humoristas quando os sentencia que o que eles fazem “não é teatro” ou quando os *(des)classificam* como “não atores/comediantes”. Considerando, assim, a arte teatral como um espaço social mais geral da produção lúdico-artística no Ceará, e, mais propriamente, tomando a relação entre teatro e humoristas, estes últimos ainda se encontram em uma situação de subordinação e/ou de submissão aos princípios diferenciadores do teatro e buscam aí, principalmente hoje, maior legitimidade artística.

Desse modo, a arte teatral prestigiada entre seus produtores e entre um público de “gosto apurado” que tem os “humoristas do Ceará” como *desprestigiados*, começa a compartilhar com esses possuidores de menor capital cultural dentro do espaço social lúdico-artístico mais amplo das artes cênicas no estado os instrumentos para a qualificação atual do posto de humorista. A molecagem dos “humoristas do Ceará”, cada vez menos, pode ainda insistir no uso de um humor escrachado e cheios de palavrões e preconceitos, uma vez que, lembrando o humorista Bené Barbosa (o *Papudim*), “os tempos são outros”.

Considerações finais

Toda interpretação repousa sobre posicionamentos de valores e carrega uma classificação – “bom” ou “mau”, “superior”, “inferior” – sobre aquilo que interpreta (BARTHES, 1990). O “Ceará moleque”, esta interpretação de *cearensidade*, nas obras ficcionais de Oliveira Paiva e Adolfo Caminha dos finais do século XIX tinha um valor negativo, significava dizer que o “povo cearense” era atrasado e canalha. O mesmo epíteto hoje evocado com os “humoristas do Ceará”, por exemplo, ganha positividade: ser moleque, assim, para os “cearenses” é ser alegre, divertido, “fulêro”, brincalhão, um povo que ri e faz rir. Um povo que estaria, neste sentido, acertado com o que a medicina moderna já conseguiu comprovar: rir faz bem para a saúde da mente e do corpo. Os significados da “molecagem cearense” se modificaram ao logo do tempo como pude demonstrar, porém a valoração sobre esta ideia fora sempre ora negativa, ora positiva, tendendo muito mais neste Ceará contemporâneo para este último polo valorativo.

Pode se compreender também que aqui abordei o percurso de discursos sobre uma “identidade local” a qual se assenta em um imaginário e memória coletivos irremediavelmente ligados à contextos histórico-sociais particulares. Certamente, trabalhei discursos sobre essa “molecagem” na literatura ficcional e memorialista, em trabalhos científicos, nos meios de comunicação, em especial, na imprensa jornalística e nas falas de artistas e políticos. Uma interpretação de identidade local tem sua origem nos discursos que a fazem existir no momento mesmo em que se elaboram e são escritos ou ditos. Discursos que trabalham interpretações, por fim, que formam um repertório variado de “molecagens” em diversas instâncias de produção lúdico-artística. Repertório concatenado por uma rede de intertextualidade discursiva e interpretativa evocadora de uma “cultura moleque cearense”.

Ainda hoje no Brasil em uma discussão violenta entre duas pessoas ser chamado de moleque é sinônimo de grande insulto e desqualificação do caráter pessoal. Porém, nesta “cultura moleque cearense” que mesmo ainda podendo significar ou indicar a canalhice e o atraso para os habitantes locais, ser acanhado torna-se um sinal distintivo ou até um atrativo para muitos cearenses. Afinal, “ser moleque é ser autenticamente cearense”. Um tipo de pensamento que remonta à valorização do que é “popular” feita e difundida por folcloristas, pré-modernistas e modernistas no Brasil desde os finais do século XIX. Uma valorização que coloca a

“cultura moleque” no mesmo patamar de outras tantas culturas referidas a partir de matrizes populares no país. Se sentir cearense ou brasileiro é se sentir pertencente a tudo o que é do popular. Tipo de sentimento que evoca influências e heranças do romantismo alemão e dos modernismos brasileiros. Então, pode se perguntar: o que há de local e nacional nesta “cultura moleque”? Antes de avançar uma resposta é preciso enfatizar que estudar cultura implica em um exercício cuidadoso de ordenamento, que possibilita compreender como se articulam supostas “universalidades” e “particularidades” (SULAMITA, 2000).

A procura de responder a indagação anterior, gostaria de convidar para raciocinar a partir de um exemplo ilustrativo que coloca a questão do “popular nacional” e do “internacional popular” (ORTIZ, 2006), ou, se me permitem, de uma molecagem nacional e internacional. Segue um exemplo futebolístico: na final da Copa do Rei na Espanha, torneio similar à Copa do Brasil com jogos de ida e volta eliminatórios, no mês de Maio de 2015, o time do Barcelona ganhava por 3 a 1 sobre o Atlético Madrid. Perto do final deste jogo, Neymar Jr. do Barcelona, cercado por dois adversários em uma lateral do campo de ataque próximo a linha de escanteio, tentou dar um drible conhecido pelo Brasil com nomes como “lençol”, “chaleira” ou “chapéu”, no qual o jogador prende a bola entre os calcanhares, a ergue encobrindo o marcador e a pega do outro lado, porém acabou derrubado e foi de imediato cercado por vários jogadores rivais indignados pela “provocação” que o jogador brasileiro teria demonstrado no lance uma vez que a partida já estava ganha pelo Barcelona. Ao final da partida houve várias declarações indignadas por parte dos jogadores do Atlético Madrid e mesmo pelos próprios companheiros de clube de Neymar Jr. indicando que isso não é coisa que se fizesse. O técnico do Barcelona, Luiz Henrique, em uma entrevista após o jogo comentou o lance: “Se eu fosse do Atlético teria reagido igual ou pior ao que fez o Neymar Jr., mas no Brasil isso é normal”. Seria, assim, normal no Brasil fazer esse tipo de drible no futebol ou ser provocativo?

Neymar Jr. respondeu a polêmica afirmando que seria o jeito dele de jogar e que não iria mudar. No perfil do jogador Neymar Jr. da rede social *Twitter*, dias depois, o bofeiro publicou a seguinte frase de Nelson Rodriguez: “*O homem do Brasil entra na história com um elemento inédito, revolucionário e criador: a molecagem*” (grifos meus). A molecagem do “homem brasileiro” no referido drible do craque Neymar Jr. significou para muitos europeus e mesmo brasileiros uma “provocação”, uma “chacota” ou uma jogada mesmo “antiesportiva”. Outro jogador do Atlético Madrid

declarou sobre a polêmica: “Não me parece nada elegante e nada esportivo”. “Ser esportivo” significa ser “civilizado”, ter o “controle das emoções” e jogar respeitosamente o *fair play* (jogo justo), enfim? A molecagem do “homem brasileiro”, algo revolucionário e criador para Nelson Rodrigues, a qual fora evocada por Neymar Jr. na justificativa do uso de seu drible desconcertante teria sido uma regressão no “controle das emoções”, algo a ser veementemente rejeitado pelos “esportistas civilizados”?

Para Cas Wouters (1998), seguidor teórico de Norbert Elias, no desenrolar do processo civilizador, quando as linhas divisórias do social e do psíquico estão abertas assim como as funções psíquicas estão sendo integradas nas redes de interdependência em expansão, se abre espaço para uma fase de informalização no controle das emoções. Uma fase que se caracteriza pela emancipação, segundo o autor, das emoções e dos impulsos que antes eram reprimidos, mas que resulta numa *autorregulação* mais *reflexiva e civilizada*. Esta forma de *autorregulação* implicaria que impulsos e emoções antes mais controlados possam ser mais acessíveis ou permitidos. Com esta informalização o controle das emoções estaria menos dependente de formas diretas de controles externos, como a “moral esportiva” que atacou Neymar Jr., no exemplo, e mais diretamente dependente de um “padrão particular de autocontrole no qual também tem diminuído a cega aceitação dos mandatos da autoridade psíquica ou consciência” (WOUTERS, 1998, p. 208).

Destarte, as sociedades modernas e globais estariam vivendo com essa nova fase de informalização nos processos civilizatórios um momento propício para que o “humor moleque” picante e desbocado dos cearenses e o “futebol da molecagem” dos brasileiros possam ser psiquicamente menos repreendidos pelos seus protagonistas? Por mais que essas molecagens possam ainda serem vistas pelos “mais civilizados” ou “mais autocontrolados” como provocativas ou desrespeitosas não há, com certeza, consenso quanto ao dimensionamento negativo ou positivo dessas molecagens locais, nacionais ou internacionais.

Deixando um pouco de lado uma possível “internacionalização da molecagem” pelo futebol dos brasileiros e voltando a pergunta anterior sobre o que há de local ou nacional na “cultura moleque cearense”, a única resposta que desconfio ser pertinente e plausível reside numa investigação sobre a remodelação das matrizes do “popular local” e do “popular nacional” colocadas em relação nos nexos entre economia e cultura (FARIAS, 2011) das sociedades modernas. Uma “cultura popular

moleque”, seja local, nacional ou internacional, reside hoje tanto nos *shows* de humor contemporâneos de Fortaleza como nas jogadas desconcertantes dos habilidosos craques do futebol brasileiro pelo mundo. O que há, no fim, é uma espécie de consenso velado de que se tratam de comportamentos que remetem as autenticidades locais e nacionais justamente por estarem ligadas ao “popular” ou às “raízes cearenses ou brasileiras”.

O humor moleque dos “humoristas do Ceará”, já acusado pelos mais civilizados ou educados de ser apelador ou picante, pode ser resguardado pelo fato de ter como fonte o “popular local”, *a essência da alma cearense*. É possível agir como moleque fazendo gaiatices ou sendo “fulêro” nos dias atuais sem muita culpa ou ressaca moral já que, na verdade, este é um comportamento visto como importante para aqueles que pretendem ser “cearenses autênticos”. E ainda, seguindo o raciocínio de Cas Wouters (1998), este “humor moleque” que ainda pode ser encontrado na piada “pesada” ou de “mal gosto” só poderia acontecer nessas sociedades onde chega o processo de informalização que libera os impulsos e as emoções mais contidas no exercício do convívio em coletividade.

Assim, a “cultura moleque cearense” que não está restrita aos humoristas locais, mas está difusa em um imaginário e memória coletivos orientando práticas ou condutas humorísticas no cotidiano e é hoje mesmo propagandeada como uma marca ou característica definidora da identidade cearense pelos meios de comunicação e governos do Ceará na promoção turístico-cultural, encontraria no processo de informalização a sua evasão no meio social contemporâneo. A molecagem, neste sentido, não seria o contrário da civilização dos comportamentos, propriamente, seria parte dos avanços e recuos do processo civilizador defendido por Norbert Elias. Contar uma piada picante e até preconceituosa seria um momento de distensões das tensões provocadas por uma sociedade mais plural e mais vigilante legalmente no que diz respeito ao “politicamente correto”.

Há atualmente, contudo, como demonstrei, uma preocupação geral entre os humoristas locais sobre um maior “cuidado com o palco” e mesmo alguns se colocam contrários ao uso indiscriminado de palavrões ou o recurso de “mexer” com o público assistente para evitar constrangimentos. Esta conscientização que se generaliza entre esse grupo de humoristas, também como mencionado, fazia parte do reclame da classe teatral local que os desqualificava como artistas justamente pela falta de cuidado com a encenação dos espetáculos. Este código de conduta artística

do “pessoal do teatro” que é apropriado pelos humoristas mais recentemente significa tanto a persistência na submissão simbólica dos humoristas ao teatro como um direcionamento para um maior controle dos afetos na feitura dos *shows* de humor. Quem sabe esses “humoristas do Ceará” não comecem uma espécie de “domesticação da molecagem” a partir de agora?

Antes de concluir, gostaria de sugerir uma reflexão pertinente para esta tese no seu todo: este trabalho corre o risco de reforçar um estereótipo ou mesmo uma leitura “naturalizada” sobre uma “identidade cearense moleque”? Para o público mais desavisado e não preparado nas leituras das ciências humanas é possível que sim, certamente. Porém, para os especialistas deste ramo científico é que acredito ter ficado claro que quando menciono “cultura moleque” ou “humor moleque” (sempre entre aspas) estou me referindo a ideias ou interpretações culturais que adquiriram força simbólica ao longo do tempo orientando, muito mais nas últimas décadas, práticas lúdico-artísticas e mesmo um comportamento humorístico mais difuso no meio social local. Ainda em tempo, é preciso lembrar que tais ideias ou interpretações sobre uma “identidade cearense” participam também de discursos ideológicos que escamoteiam interesses econômicos atuais de grupos políticos e empresariais, principalmente, ligados ao ramo econômico do entretenimento-turismo, algo similar a esta compreensão ressalta o historiador Almir Leal de Oliveira (2001, p. 26-27):

A tendência de atribuir valores identitários aos cearenses para distingui-los nas suas individualidades dentro da nacionalidade brasileira ainda é hoje muito recorrente. Seja através de seus “*atributos morais*” ou através do seu lugar como terra da “*luz e da liberdade*”, a veiculação de mensagens publicitárias, empresariais, políticas ou de turismo evoca diariamente falas de um passado imemorável, que encontra nas matrizes de uma história construída a partir de valores eurocêntricos e evolucionistas uma significação de sintomática recorrência.

Tecer uma desconstrução desses discursos identitários é uma forma de avançar na compreensão dos usos e apropriações que grupos políticos e empresariais vêm no decorrer dos anos alimentando e valorizando com respeito à história do Ceará. Nesse sentido, torna-se necessário o estudo das temporalidades envolvidas na construção dos discursos que sustentaram essas noções identitárias na sociedade cearense na virada dos séculos XIX para o XX, e que subsidiam hoje recursos sofisticados de valorizações ideológicas.

Assim, a ideia de que no Ceará todo mundo é “moleque”, neste sentido, é, também, um discurso ideológico que é difusamente espalhado em vários âmbitos da produção cultural. No noticiário esportivo da TV Verdes Mares, filiada da Rede Globo de Televisão aqui no Ceará, foi lançado este ano um quadro no Globo Esporte local

chamado de “Fuleragem” que vai ao ar todas as terças feiras. No quadro que “serve para dar risada” o repórter Caio Ricardi vai até a Praça do Ferreira em Fortaleza e entrevista as pessoas que passam sobre lances e fatos do futebol cearense. A edição do quadro leva em conta a captação de cenas, situações e pessoas que possam despertar o riso, geralmente os “mais fulerages” que querem fazer graça e aparecer na televisão. O quadro que já adquiriu certa fama entre os amantes do futebol local faz com que o público assistente saiba que afinal “cearense é bicho fulerage”. Esta noção defendida pelo quadro do Globo Esporte-CE serve como mais uma fonte de propagação e difusão desta ideia de que no Ceará *todo mundo é fulerage ou moleque* – *iiiiiihhh negada papoca o pau!*

Em síntese, a “cultura moleque do povo cearense” que lança suas raízes, até onde descobri por pesquisas, com interpretações literárias dos finais do século XIX indicando o atraso e o canalhismo provincianos tomou força simbólica no decorrer do século XX com a valorização de cunho modernista do que é popular, entendido como a essência da nação e povo brasileiros, e hoje influencia uma autoimagem que os nascidos e vividos no Ceará possuem sobre si mesmos. A herança modernista de valorização do popular no imaginário e memória coletivos é pujante em todo Brasil atual. Se antes folcloristas como Leonardo Mota e Câmara Cascudo eram intelectuais guardiões da tradição popular no que antes era conhecido como o “Norte” do Brasil nos inícios do século XX, no atual Nordeste brasileiro, a preocupação de conservação do popular incentiva a criação artístico-lúdica de “poetas matutos”, como exemplo, o de Jessier Quirino de Campina Grande na Paraíba, arquiteto de formação que faz do “universo popular nordestino” sua fonte de criação.

Ressalta Edson Farias (2011) como as gerações de modernistas que se sucedem desde a década de 1920 constituem referência obrigatória quando o tema é a coordenação entre cultura popular e nação, e aqui, completaria, entre cultura popular e o local. O popular, o nacional, o regional, o local, todos foram e são aqui evocados pelos modernismos brasileiros ao longo do tempo que investiram, maiormente, no misticismo, no grotesco, na sensualidade, na *malandragem*, na *molecagem*, ou seja, na “informalidade das condutas” do povo que são colhidas ou traduzidas lúdico-artisticamente “como ingredientes fundamentais” do espírito e das identidades nacionais, regionais e locais, justamente “porque originários do povo” (FARIAS, 2011, p.31). A “tradição do popular”, assim, é hoje mote para a criação e

produção de bens simbólicos na busca de atender a demanda de um amplo público consumidor que busca usufruir da “cultura popular de massa” por todo o país.

Para encerrar, lembro que ano passado, em 2014, em uma viagem para apresentação de um trabalho em um congresso, conversava com um colega conterrâneo acerca desta tese e este indagou-me: “- Mas, os cearenses não possuem mesmo um jeito bem peculiar de fazer rir?”. Repito aqui uma resposta similar que concedi ao colega: não é que os cearenses – assim como piauienses, paraibanos, pernambucanos, mineiros, cariocas, enfim – não tenham jeitos de fazer rir, modos de falar, gírias e piadas que, talvez, somente os nativos deste estado brasileiro compartilhem, pois as peculiaridades do fazer rir e do riso são sempre de um tempo e lugar, porém chamar esse conjunto catalogável de condutas humorísticas de “molecagem”, “gaiatices” ou “fuleragens” é rotulá-las, ou mais precisamente, é interpretar e simbolizar tais condutas ou práticas culturais do humor e do riso comuns em muitas configurações humanas. Simbolização de práticas culturais que, em tempos contemporâneos, se engendram e tomam novas formas na relação intrincada entre a economia e cultura.

REFERÊNCIAS

- ALBERTI, Verena. **O riso e o risível na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed/FGV, 1999. 213 p.
- ALBUQUERQUE, Claudia. **Adolfo Caminha**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000. 92 p.
- ARARIPE JR., Tristão de Alencar. **O Cajueiro de Fagundes (Episódio Cearense)**. Fortaleza: Editora Henriqueta Galeno/Secretaria de Cultura, Desporto e Promoção Social, 1975. 139 p.
- ARAÚJO, Paulo Cesar de. **Eu não sou cachorro, não – música popular cafona e ditadura militar**. 2ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Record, 2002.
- AUGÉ, Marc. **A Guerra dos Sonhos: exercícios de etnoficção**. Campinas, SP: Papyrus, 1998.
- AZEVEDO, Otacílio de. **Fortaleza Descalça: reminiscências**. 2ª ed. Fortaleza: UFC/Casa José de Alencar, 1992. 376 p.
- AZAVEDO, Rafael Sânzio de. **Breve História da Padaria Espiritual**. Fortaleza: EDUFC, 2011. 115 p.
- _____. **Adolfo Caminha (Vida e Obra)**. 2ª ed., revista. Fortaleza: EUFC, 1999. 189 p.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. 4ª ed. São Paulo-Brasília: Edunb, 1999.
- BARREIRA, Irllys. **Cidades narradas – memórias, representações e práticas de turismo**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012. 246 p.
- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BENEVIDES, Ireleno Porto. **Turismo e PRODETUR: dimensões e olhares em parceria**. Fortaleza: EUFC, 1998. 163 p.
- BERGSON, Henri. **O riso: ensaio sobre a significação da comicidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BEZERRA, Carlos Eduardo de Oliveira. **Adolfo Caminha: um polígrafo na literatura brasileira do século XIX (1885-1897)**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 482 p.
- Boletim do Museu Histórico do Estado do Ceará. Edição Fac-similar**. Fortaleza: Museu do Ceará/Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, 2006. 224 p.
- BOSI, Alfredo. **História concisa da literatura brasileira**. 49ª ed. São Paulo: Cultrix, 2013. 567 p.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2005. 361 p.

_____. **O poder simbólico**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998a. 311 p.

_____. “A ilusão biográfica”. In: FERREIRA, Marieta de Moraes e AMADO, Janaína (orgs.) **Usos e abusos da história oral**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998b. p. 183 -191.

_____. **A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer**. São Paulo: EDUSP, 1996a.

_____. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996b. 431 p.

BREMMER, Jan e ROODENBURG, Herman. Introdução: humor e história In: _____. (Org.). **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

BRÍGIDO, João. **Ceará, Lado Cômico (algumas crônicas e episódios)**. Fortaleza: Ed. Louis C. Cholowiecki/ Typographia Moderna a Vapor-Atheliers-Louis, 1900. (Acervo do setor de Obras Raras da Biblioteca Pública Governador Menezes Pimentel)

BRITO, Paulo Sérgio. **O teatro de humor como elemento de sustentabilidade do turismo: o caso de Fortaleza**. 2006. 163 f. Dissertação (Curso de Mestrado Profissional em Gestão em Negócios Turísticos) – Centro de Administração, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2006.

BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna: Europa, 1500-1800**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CAMINHA, Adolfo. **A Normalista**. Fortaleza: Diário do Nordeste, 1997. 202 p.

CARDOSO, Gleudson Passos. “Literatura, imprensa e política (1873-1904)” In: SOUZA, Simone e NEVES, Frederico de Castro (Org.). **Intelectuais**. Fortaleza: EDR, 2002. p. 41-72.

_____. **Padaria Espiritual: biscoito fino e travoso**. 2ª ed. Fortaleza: Museu do Ceará/Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2006. 96 p.

CHARTIER, Roger. “‘Cultura Popular’: revisitando um conceito historiográfico” In **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 8, nº 16, 1995, p.179-192.

CUNHA, Euclides da. **Os Sertões – Campanha de Canudos**. Edição crítica de Walnice Nogueira Galvão. São Paulo: Editora Ática, 1998. 737 p.

ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador**. vol. II – Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993. 307 p.

_____. **O Processo Civilizador**. vol. I – Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994a. 277 p.

_____. **A Sociedade dos Indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994b. 201 p.

FARIAS, Edson Silva de. **Ócio e negócio**: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil. Curitiba: Editora Appris, 2011.

FREUD, Sigmund. **Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud: Os chistes e sua relação com o inconsciente**. 2 ed. Volume VIII. Rio de Janeiro: Imago Editora LDTA, 1987.

_____. O Humor In: **Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud: O Futuro de uma Civilização, O Mal-Estar na Civilização e outros trabalhos**. Volume XXI. Rio de Janeiro: Imago Editora LTDA, s/d.

GADELHA, Marcus. **Dicionário de Ceará** – termos e expressões populares do Ceará. 2ª ed. Fortaleza: Multigraf, 2000.

GIRÃO, Raimundo. **Vocabulário popular cearense**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000a.

_____. **Fortaleza e a crônica histórica**. Fortaleza: UFC/Casa José de Alencar, 2000b. 96 p.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 18ª ed. Petrópolis: Vozes, 2011. 231 p.

GONDIM, Linda M. P. “Imagens da cidade, políticas culturais e desenvolvimento urbano: a produção imaginária de Fortaleza como ‘Cidade Global’”. In: **Reforma do Estado e outros estudos**. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2004. p. 13-30.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, Editora Revista dos Tribunais, 1990.

HOBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 20ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

LEÃO, Andréa Borges. **Brasil em imaginação**: livros, impressos e leituras infantis (1895-1915). Fortaleza: Inesp/UFC, 2012. 246 p.

LEITÃO, Juarez. **A Praça do Ferreira** – República do Ceará-Moleque. Fortaleza: Edições Livro Técnico, 2002. 72 p.

LEMENHE, Maria Auxiliadora. **As razões de uma cidade:** conflito de hegemonias. Fortaleza: Stylus Comunicações, 1991. 131 p.

LIMA, Herman. **Imagens do Ceará.** 2º ed. Fortaleza: UFC – Casa José de Alencar Programa Editorial, 1997. 158 p.

LIMA, Nonato. “Os Dicionários do Ceará” In: CARVALHO, Gilmar de (org.). **Bonito pra chover:** ensaios sobre a cultura cearense. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2003.

LIMA, Maria de Fátima Farias de. **Imagens regionais e restaurantes temáticos – comida, cultura e lugar.** 2010. 125f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Mestrado) – Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Era do Vazio.** Ensaio sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2005.

LOPES, Nei. **Novo Dicionário Banto do Brasil.** Rio de Janeiro: Pallas, 2003. 260 p.

LUSTOSA, Isabel (org.). **Imprensa, humor e caricatura:** a questão dos estereótipos culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2011. 560 p.

MACIEL, Wellington R. Nogueira. **O Aeroporto e a Cidade:** usos e significados do espaço urbano na Fortaleza turística. Fortaleza: EdUece, 2010. 220 p.

MENEZES, Raimundo de. **Coisas que o tempo levou:** crônicas históricas da Fortaleza antiga. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000. 208 p.

MICELI, Sérgio e PONTES, Heloisa. “Prólogo” In: MICELI, Sérgio e PONTES, Heloisa (orgs.). **Cultura e Sociedade:** Brasil e Argentina. São Paulo: EDUSP, 2014. 426 p.

MINOIS, Georges. **História do Riso e do Escárnio.** São Paulo: Editora Unesp: 2003. 653 p.

MONTENEGRO, Abelardo F. “Ceará-Moleque” In: SÁ, Gildácio José de Almeida (Org.). **Interpretação do Ceará.** Fortaleza: Casa José de Alencar/Programa Editorial, 2001.

MONTENEGRO, Tércia. **Oliveira Paiva.** Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2003. 82 p.

MOTA, Leonardo. **A Padaria Espiritual.** 2ª ed. Fortaleza: UFC/Casa José de Alencar, 1994.

MUSEU DO CEARÁ 75 anos. Fortaleza: Associação Amigos do Museu do Ceará/Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2007. 463 p.

OLIVEIRA, Almir Leal. **O Instituto Histórico, Geográfico e Antropológico do Ceará** – Memória, representações e pensamento social. São Paulo: Tese de Doutorado – PUC, 2001.

_____. “Universo letrado em Fortaleza na década de 1870” In: SOUZA, Simone e NEVES, Frederico de Castro (Org.). **Intelectuais**. Fortaleza: EDR, 2002. p. 15-40.

OLIVEIRA, Cláudia Freitas de. “As ideias científicas do século XIX no discurso do Club Literário” In: SOUZA, Simone e NEVES, Frederico de Castro (Org.). **Intelectuais**. Fortaleza: EDR, 2002. p. 73-96.

OLIVEN, Ruben George. **A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação**. Petrópolis: Vozes, 1992. 143 p.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 148 p.

_____. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000. 238 p.

_____. **A Moderna Tradição Brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2006. 222 p.

PAIVA, Manuel de Oliveira. **Obra Completa**. Rio de Janeiro: Graphia Editorial, 1993.

PASSOS, Marcos Uchôa da Silva. **Lendo objetos: a reconstrução do conhecimento histórico no museu do Ceará**. Fortaleza: Museu do Ceará/ Secretaria da Cultura do Estado, 2011. 199 p.

PONTE, Sebastião Rogério. **Fortaleza Belle Époque: reforma urbana e controle social (1860-1930)**. Fortaleza: edições Demócrito Rocha, 2001.

RIO, João do. **A alma encantadora das ruas: crônicas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. 253 p.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do Riso** – a representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. 366 p.

SARAIVA, Andréa. **Orélio Cearense** – Dicionário romanceado e ilustrado de termos e expressões do palavrado do Ceará. 2ªed. Fortaleza: Premium, 2001. 256 p.

SCHWARCZ, Lília Moritz. **O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil (1870-1930)**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. 373 p.

SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. 420 p.

SILVA, Marco Aurélio Ferreira da. “Uma Fortaleza de risos e molecagem” In: SOUZA, Simone e NEVES, Frederico de Castro (org.). **Comportamento**. Fortaleza: EDR, 2003. p. 17-38.

SILVA NETO, Francisco Secundo da. **A molecagem na Vila do Riso**: um estudo analítico sobre uma marca cultural cearense. 2006. 115 f. Monografia (Curso de Ciências Sociais Bacharelado) – Centro de Humanidades, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2006.

_____. **O Ceará moleque dá um show**: da história de uma interpretação sobre o que faz ser cearense ao espetáculo de humor de Madame Mastrogilda. 2009. 114f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Mestrado) – Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009.

SÓLDON, Renato. **Ceará Moleque (humorismo cearense)**. Fortaleza: Ed. Silveira Marinho & Cia, 1936. (Acervo do setor de Obras Raras da Biblioteca Pública Governador Menezes Pimentel)

SOUZA, Francisco José. **Quintino Cunha**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002. 80 p.

SULAMITA, Vieira. **O sertão em movimento**: a dinâmica da produção cultural. São Paulo: Annablume, 2000. 268 p.

URRY, John. **O Olhar do Turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.

_____. **Consuming Places**. London/New York: Routledge, 1995.

WOUTERS, Cars. “Sobre la sociogénesis de una tercera naturaleza en la civilización de las emociones” In WEILER, Vera. (compiladora). *Figuraciones en Proceso*. Santafé de Bogotá: Fundación Social, 1998. p. 194-225.

ZINK, Rui. “Da Bondade dos Estereótipos”. In: LUSTOSA, Isabel (org.). **Imprensa, humor e caricatura**: a questão dos estereótipos culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. p. 47-68.

ARTIGOS OU MATÉRIAS EM REVISTAS E PERIÓDICOS

MORAES, Oswaldo Domingues de. Freud: dos chistes ao cômico, **Revista de Cultura Vozes**, Ano 68, Volume LXVIII, nº 01, jan./fev., 1974.

POLAK, Michael. Memória e Identidade Social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 5, nº 10, 1992, p.200-212.

Revista Bravo, nº 4, outubro de 2009, p. 50 a 52 (reportagem “A arte de fazer rir”).

Revista Entrevista, do curso de Comunicação Social da UFC, Fortaleza, julho de 2006, nº 17, p. 3-27. (entrevista com Paulo Diógenes)

SILVA, Reijane Pinheiro da. O que o riso revela: Oralidade e circularidade cultural em contos cômicos do Tocantins. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 10, n. 30: pp. 507-530, dezembro de 2011.

Sobressão, jornal-laboratório do curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Ano 3 - nº 11, de novembro/dezembro de 2006, p. 10 a 12. (reportagem “Humor: cartão-postal do Ceará”).

VALE, Rony Petterson Gomes do. Quem faz rir? – Das máscaras cômicas do sujeito. *Revista do SELL*. Vol. 4, nº2.

Veja, edição 1454, de 24 de julho de 1996, p. 129. (reportagem “A capital da piada”).

ZILLES, Urbano. O significado do humor. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre-RS, nº 22, dec. 2009.

ARTIGOS OU MATÉRIAS EM MEIO ELETRÔNICO

CARDOSO, João Batista Freitas; SANTOS, Roberto Elísio dos. Humorísticos da TV brasileira: a trajetória do riso. **Lumina**, v. 2, n. 2, pp. 1-15, 2008. Disponível em: <<http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/viewFile/166/161>>; Acesso em: 04/05/2015.

MARQUES, Janote Pires. A invisibilidade do negro na história do Ceará e os desafios da Lei 10.639/2003. **Poiésis** – Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação – Mestrado – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, v. 7, n. 12, p. 347-366, Jun/Dez 2013. Disponível em: <<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Poiesis/article/view/1830>>; Acesso em: 14/10/2014.

SILVA NETO, F. Secundo da. Rir e fazer rir – alguns apontamentos teóricos. **Revista Espaço Acadêmico**, nº 111, agosto de 2010. 112-120 p. Disponível em: <<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/10754/5858>>; acesso em 06/10/2015.

VALE, Ronny Petterson Gomes do. Quem faz rir? – Das máscaras cômicas dos sujeitos do riso. *Revista Sell*, vol. 4, nº 2, 2014. Disponível em: <<http://www.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/sell/article/view/392>>; acesso em: 12/02/2015.