



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS
CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS**

FERNANDO ELPÍDIO ARAÚJO BATISTA

CEARÁ MOLEQUE: O HUMOR COMO PRODUTO TURÍSTICO EM FORTALEZA

FORTALEZA – CEARÁ

2015

FERNANDO ELPÍDIO ARAÚJO BATISTA

CEARÁ MOLEQUE: O HUMOR COMO PRODUTO TURÍSTICO EM FORTALEZA

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Ciências e Tecnologia e Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Negócios Turísticos.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Agileu de Lima Gadelha.

FORTALEZA – CEARÁ

2015

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Batista, Fernando Elpidio Araujo.

Ceará Moleque: o humor como produto turístico em Fortaleza [recurso eletrônico] / Fernando Elpidio Araujo Batista. 1 CD-ROM. 198 p. 2015.

1 CD-ROM: il.; 4 1/2 pol.

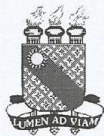
CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 146 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Fortaleza, 2015.

Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientador: Prof. Ph.D. Francisco Agileu de Lima Gadelha.

1. Humor.. 2. Riso.. 3. Cearensidade.. 4. Turismo.. 5. Economia.. I. Título.



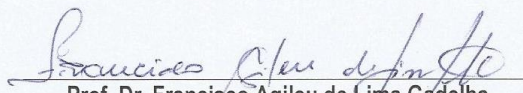
Universidade Estadual do Ceará - UECE

Instituto de Estudos, Pesquisas e Projetos da UECE - IEPRO
Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos

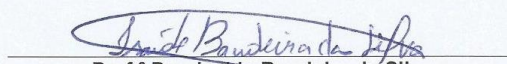
DECLARAÇÃO

DECLARAMOS, para os devidos fins e prova, que **FERNANDO ELPÍDIO ARAÚJO BATISTA**, aluno do Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará – UECE, defendeu em **14 de abril de 2015** a sua Dissertação intitulada: “**Ceará Moleque: O Humor como Produto Turístico em Fortaleza**”, obtendo conceito **Satisfatório**.

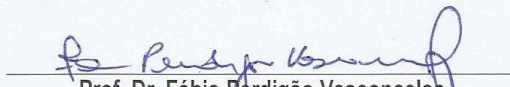
Membros da Comissão Examinadora:


Prof. Dr. Francisco Agileu de Lima Gadelha
Presidente/Orientador


Prof.ª Dra. Luzia Neide Menezes T. Coriolano
1º Membro


Prof.ª Dra. Isaide Bandeira da Silva
2º Membro

VISTO:


Prof. Dr. Fábio Ferdigão Vasconcelos
Coordenador do Curso de Mestrado Profissional
em Gestão de Negócios Turísticos

Dedico este trabalho a minha mãe Liduina Araújo Batista, aos meus irmãos Francisco Thiago, Antônio Lincoln e Antônio Jáder, a Raimundo César, a Maria Ruana, meu xodó, a Djany de Carvalho e a Line Mara Lins, que sempre me apoiaram nos momentos mais importantes desta pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família que me apoiou desde o momento em que decidi enfrentar o desafio de cursar um Mestrado.

Agradeço à minha mãe Liduina Araújo e ao meu padrasto Raimundo Cesar pelo apoio e incentivo.

Agradeço à minha prima Djany de Carvalho que nunca deixou de me incentivar e cobrar para que eu cumprisse com todas as orientações de quem já passou por um mestrado.

Agradeço à minha companheira Line Mara, que sempre me deu forças para continuar lendo e escrevendo.

Agradeço ao meu orientador e amigo, Prof. Dr. Francisco Agileu de Lima Gadelha que, desde o início da pesquisa, sempre valorizou em palavras a qualidade, a originalidade e a importância do tema tanto para o Turismo, quanto para a cultura da cidade de Fortaleza. Agradeço à Profa. Dra. Luzia Neide Coriolano, que sempre cobrou atenção, cuidado com os prazos e, de maneira firme e persistente, sempre acredita nos seus alunos.

Agradeço à Profa. Dra. Isaíde Bandeira da Silva que aceitou participar das bancas, tanto de qualificação como de defesa desta pesquisa.

Agradeço aos professores Anderson Portuguez, Claudia Leitão, Fábio Perdigão que também foram incentivadores no desenvolvimento desta pesquisa.

Agradeço também à Adriana Fonteles que sempre apoiou a todos os alunos na coordenação do curso.

Agradeço aos companheiros e amigos mestrandos, Marcela Loiola, Fátima Feitosa, Christianne Silton, Mônica Baetas, Rosemary Lima, Nilton Rodrigues que compartilharam conhecimentos, vontade para vencer e determinação no desenvolvimento da empreitada.

Agradeço aos humoristas Paulo Diógenes (Raimundinha), Ciro Santos, Lailtinho Brega, Marcondes Falcão (Falcão), Bené Barbosa (Papudinho), Jáder Soares (Zebrinha), Glauber Cunha.

Agradeço toda atenção e respeito para com meu trabalho desprendidos pelos pesquisadores Gilmar de Carvalho, Tarcísio Matos e o professor Evaldo Lima.

Agradeço aos diretores, atores e produtores Carri Costa e Uelinton Roncon, que apresentaram um lado pouco explorado e tão rico do humor cearense: a dimensão

dos palcos do teatro.

Agradeço ao Secretário de Cultura de Fortaleza, Magela Lima e ao Secretário de Turismo de Fortaleza, Salmite Filho, que tão prontamente me receberam em seus gabinetes para responder ao questionário sobre gestão e promoção pública da cultura integrada com o turismo.

Agradeço também aos diretores de programação e aos gerentes comerciais das casas de shows visitadas para as entrevistas com os turistas: Sr. Marcos, da CrocoBeach; Washington, do Chico do Caranguejo; e Fernanda, do Teatro do Humor Cearense. Esses, de forma solícita e atenciosa, receberam-me e me deram total apoio para que fossem desenvolvidas as entrevistas com os mais de oitenta turistas frequentadores de suas casas.

“A potência intelectual de um homem se
mede pela dose de humor que ele é
capaz de usar.”
(Friederich Nietzsche)

RESUMO

A presente dissertação tem como tema o humor cearense, considerando-o componente da oferta da cadeia produtiva do turismo de Fortaleza. O trabalho se apoia em base teórica e em pesquisa de campo on-line e institucional. Conceitua-se riso e humor e faz-se o contexto histórico do tema desde as civilizações antigas, até o pensamento filosófico sobre o humor e o riso, chegando aos conceitos modernos. Analisa-se o humor cearense que constitui elemento da oferta do turismo em Fortaleza. A contextualização histórica, política, social e econômica do processo de manifestação ao longo do tempo moldou o comportamento urbano de Fortaleza, e proporciona o surgimento de vários tipos de humor, apresentando personagens que marcaram a história da molecagem cearense ou do epíteto Ceará Moleque. Destaca-se a importância econômica que a atividade exerce sobre o desenvolvimento não apenas do turismo, mas na economia do estado. A oferta do humor cearense como atrativo turístico relaciona-se às dinâmicas econômicas e merece estudo científico capaz de analisar e compreender o tema. Fundamentado em teorias e conceitos científicos, analisa-se a produção, distribuição, promoção e consumo do produto. Portanto, analisar-se-á o humor como produto de lazer e entretenimento do mercado turístico de Fortaleza. Responde-se aos seguintes questionamentos: o humor pode ser considerado um produto do mercado turístico de Fortaleza? Como está organizada a oferta do humor em Fortaleza? Existem programas ou projetos, públicos ou privados, para o desenvolvimento do humor como produto turístico de Fortaleza? Para encontrar respostas, foram entrevistados artistas, humoristas, agentes produtivos, empresários donos de restaurantes e casas de show, donos e gerentes de pousadas e hotéis, gestores públicos e turistas. A revisão bibliográfica versa sobre a história do Ceará Moleque, humor, mercado turístico e a relação com o risível. Investiga-se a gestão e o marketing do humor como produto turístico, em revistas, jornais e outros meios de comunicação. Como resultado, afirma-se que o humor é produto turístico em Fortaleza, aceito pelos turistas e vendido em forma de show. Faz-se proposta de sugestões para aprimoramento do produto, considerando o humor como um relevante atrativo turístico.

Palavras-chave: Humor. Riso. Cearensidade. Turismo. Economia. Produto Turístico.

ABSTRACT

This dissertation has as theme the humor in Ceará state considering it as component of the productive chain of the tourism in Fortaleza. The research is based in theoretical data, as well as, in online and institutional field research. The conceptions related to laugh and humor are defined in this work and it is done a historical context about the theme since the ancient civilizations, passing through the philosophical thought about humor and laugh until its modern conception. The humor in Ceará state is analyzed as a supply element of tourism in Fortaleza city. The historical, political, social and economic contextualization of the process of manifestation that among the time cast the urban behavior in Fortaleza city, providing, the appearance of very different kinds of humor, including presenting some characters that made the history of prank in Ceará or the epithet Ceará imp. It is highlighted the economic importance that this activity requires to the development not only to the tourist sector, but to the state economy. The humor offer in Ceará as a tourist attraction is related to the economic dynamics and, for sure, deserves a scientific study able to analyze and comprehend the theme. Based on scientific theories and conceptions, it is analyzed the production, distribution, promotion and consumption of this product. Therefore, it will be analyzed the humor as a leisure and entertainment product of Fortaleza tourist system. It is answered the following questions: Can humor be considered a tourist market product in Fortaleza?; How is organized the humor offer in Fortaleza?; Are there programs or projects in the public or even private areas aiming the development of humor as a tourist product in Fortaleza? In order to find out answers some artists, humorists, productive agents, businessmen, restaurant owners and venues, owners and managers of inns or hotels, public agents and tourists were interviewed. The literature review treats about the history of Ceará imp, the humor, the tourist market and its relation to the laughable. It is investigated the management and the humor marketing as a tourist product in magazines, journals and other media. As result, it can be assumed that humor is, in fact, a tourist product in Fortaleza, accepted by tourists and sold in presentations or shows form. In order to conclude, it is done the proposal of some suggestions aiming the upgrading of the humor product considering it as a very relevant tourist attraction.

Key words: Humor. Laugh. Citizens of Ceará Way. Tourism. Economy. Tourist Product.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Turistas por região em Fortaleza	123
Gráfico 2 – Entrevistados por gênero	123
Gráfico 3 – Estado civil dos entrevistados.....	124
Gráfico 4 – Viajou só ou acompanhado (a)?	124
Gráfico 5 – Quantas vezes visitou Fortaleza?	125
Gráfico 6 – Viajou por agência de viagem?	125
Gráfico 7 – Faixa etária dos entrevistados	126
Gráfico 8 – Primeira impressão sobre Fortaleza	126
Gráfico 9 – Como soube do show de humor?	127
Gráfico 10 – Indicaria o show de humor?	128
Gráfico 11 – Resumo do perfil do público entrevistado	129

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	HUMOR E RISO	15
2.1	HUMOR E PIADA	28
2.2	O HUMOR E O RISO NA ANTIGUIDADE	32
2.3	O HUMOR NA IDADE MÉDIA.....	49
2.4	HUMOR NA RENASCENÇA.....	58
3	HUMOR NO BRASIL	70
3.1	CEARÁ MOLEQUE.....	75
3.2	A DIMENSÃO HUMORISTA DO CEARÁ MOLEQUE	84
3.3	IDENTIDADE CULTURAL DO CEARENSE	90
3.4	FATOS E PERSONAGENS DO HUMOR CEARENSE	103
4	HUMOR COMO PRODUTO TURÍSTICO DE FORTALEZA	106
4.1	HUMOR NA PROMOÇÃO TURÍSTICA DE FORTALEZA	112
4.2	OS HUMORISTAS E OS FREQUENTADORES DOS SHOWS	118
4.3	PROPOSTA PARA APRIMORAMENTO DO PRODUTO TURÍSTICO	127
5	CONCLUSÃO	135
	REFERÊNCIAS	138
	ANEXOS	144
	ANEXO A - FORMULÁRIO DE ENTREVISTA APLICADO AOS TURISTAS ..	145

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais, cresce o número de estudos acadêmicos da formação histórica do comportamento social urbano de Fortaleza. Histórias do cotidiano e das relações sociais dos moradores da metrópole, aqueles, muitas vezes, esquecidos e não mencionados nos livros escolares, notícias, programas de governo ou até mesmo estudos científicos. A cidade de Fortaleza, assim como tantas outras, é construída a partir de interesses políticos, decisões econômicas, organizações e reorganizações do espaço público, geográfico e de relações sociais, que dão as marcas comportamentais do povo fortalezense.

Trata-se de um estudo sobre a cidade de Fortaleza, com foco nos agentes construtores do cotidiano, agentes sociais que moldam constantemente a identidade cultural, formando comportamentos e particularidades coletivas relacionadas à atividade cultural. Uma dessas particularidades é o humor, o fazer rir, seja ele espontâneo ou preparado para entreter. O riso elaborado, muitas vezes, por meio da desconstrução da realidade, da “arenga”¹ com o próximo, do “mangar”² de si mesmo, ou seja, o humor cearense denominado Ceará Moleque³. É desse humor e riso que trata este trabalho. Do riso como resposta social, tão característico da cultura cearense. Um riso jocoso, desnudo, capaz de desmontar a mais séria, polida, elegante, ordem social, que, aos poucos, foi sendo apropriado pela atividade cultural e econômica do turismo. O Ceará Moleque, dos personagens pitorescos, apresenta características únicas das relações sociais e até certo ponto desvendam as particularidades culturais. Destaca-se a informação de que este termo fora mencionado pela primeira vez no romance naturalista *A Normalista*, do cearense Adolfo Caminha (1867 – 1897).

O humor cearense é componente da oferta turística e produto do mercado turístico de Fortaleza sob a ótica dos atrativos culturais oferecidos aos turistas. O cearense brincalhão, pilhérico, irreverente e moleque torna-se um produto, um atrativo da oferta turística da capital cearense. Dessa compreensão, surgem questionamentos coerentes, reflexões à cerca da forma de consumo das

¹ Criar confusão.

² Caçoar, zombar, escarnecer.

³ Ceará Moleque: Expressão popularmente utilizada para designar o povo cearense. Uma expressão que pode ser tomada como uma identidade cultural.

representações culturais da cidade, sistematizados no contexto econômico e político do turismo em Fortaleza.

A máxima de que o Ceará é o berço nacional do riso inserido no senso comum, foi sedimentada a partir da década de 1950, pelo discurso midiático, institucionalizado por governos e gestores do turismo no estado. Apropriando-se do tema, o estudo elabora um panorama acerca do riso e do humor ao longo dos tempos, aproveitando conceitos e definições e revisitando civilizações e diferentes períodos históricos. Após esta viagem do riso ao longo da História, chega-se ao Ceará e, mais especificamente, a Fortaleza, cidade turística que tem como um dos atrativos os shows de humor.

A tradição do humor cearense foi promovida a shows pelos humoristas renomados nacionalmente, como: Renato Aragão, Chico Anysio, Tom Cavalcante, Tiririca, Adamastor Pitaco, Zé Modesto, entre outros. No rastro desses primeiros desbravadores, uma legião de piadistas, palhaços e profissionais do riso foi surgindo. Esses artistas distribuem trabalhos, lúdicos e “graças”, em pizzarias, churrascarias, hotéis de luxo, shoppings, teatros e eventos institucionais da prefeitura de Fortaleza, como o *réveillon*.

Cientes do conteúdo cultural diferenciado dos humores em Fortaleza, empresários do mercado turístico inseriram o humor como produto e forma de atrair mais visitantes aos estabelecimentos, com oferta maior de entretenimento, potencializando, dessa forma, as vendas de alimentos e bebidas. O humor passa então a fazer parte do cardápio de atrativos ofertados aos turistas que visitam a capital cearense. A oferta do humor cearense, uma das marcas do Estado, funciona como atrativo turístico, relação e dinâmica próprias, merecendo, assim, um estudo científico para análise e compreensão dos temas, fundamentado em teorias e conceitos científicos. O humor é produto com distribuição, promoção e consumo. E é justamente sobre uma dessas funções que a comicidade assume na sociedade fortalezense que este trabalho pretende se aprofundar.

Torna-se necessário conhecer a interrelação entre os agentes que compõe a cadeia produtiva do riso em Fortaleza, a maneira como são oferecidos e consumidos os shows de humor. Humoristas profissionais, produtores culturais, empresários, donos de restaurantes e barracas de praia, guias de turismo, diretores de teatros, gerentes de shoppings e de hotéis, e, principalmente, os turistas, são os agentes construtores da experiência turística cômica, na cidade.

Estuda-se cientificamente o humor cearense como produto turístico, no desenvolvimento regional, que possibilita novas perspectivas para a economia da capital cearense. Como resultado desta pesquisa, oportunizam-se estudos aprofundados sobre o tema, explicações acerca do universo do riso e do humor cearense, assim como do comportamento sociocultural transformado em atrativo turístico.

Durante a pesquisa de campo, aplicaram-se 88 formulários com questionário composto de 12 perguntas, algumas objetivas, com opções de respostas; e outras subjetivas. Detalhando o instrumento de coleta de dados, temos como perguntas, se o participante é turista ou não. E, em caso positivo, pede-se que indique o local de origem. Em seguida, pergunta-se o sexo, o estado civil e se veio a Fortaleza só ou acompanhado. Procura-se também saber quantas vezes já esteve em Fortaleza, e se a viagem foi organizada por agência de turismo ou por conta própria. Pergunta-se a idade estipulando faixas etárias: de 10 a 20 anos; de 21 a 30 anos; de 31 a 40 anos; de 41 a 50 anos; de 51 a 60 anos; de 61 em diante. Em seguida, busca-se saber, entre as seis opções indicadas – Praia; Humor; Forró; Artesanato; Festas; Gastronomia – qual delas é a primeira ideia que surge quando se fala na cidade de Fortaleza. Busca-se conhecer também a maneira como o participante ficou sabendo do show de humor, apresentando também seis opções de resposta: Agência; Hotel; Panfleto; Carro de som; Guias; TV, Rádio, Internet. Em se tratando do show em si, questiona-se se é o primeiro show ao qual o participante assiste, e, em caso negativo, a quantidade de vezes que já teve acesso a esse tipo de espetáculo. Questiona-se, de maneira subjetiva, qual o humorista preferido, e finaliza-se com a pergunta sobre o show em si, indagando se a pessoa indicaria ou não o espetáculo que acabara de ver.

Mergulhando no universo do riso, pode-se dizer que nem o riso nem o humor têm idade ou pátria. A história do riso é antes de tudo a história da teoria do riso. Ou seja, quando iniciaram as inquietações, os estudos e as pesquisas, e as diversas tentativas de se definir ou teorizar o riso, o tema virou assunto passível de conceituação, embora este já existisse desde que o ser humano é homem na Terra. O riso é, sobretudo, um paradoxo: é individual e coletivo. De um para um, de um para si mesmo, de muitos para um, de um para tantos outros. Trata-se do riso e do humor, apresentando definições e a transformação ao longo do tempo nas diversas civilizações.

2 HUMOR E RISO

Muitas definições são atribuídas ao humor nos dias atuais. Porém, ideias foram sendo construídas ao longo dos anos e dos séculos. Pode-se definir o humor como um código cultural e fonte de entendimento de algumas percepções. Ou seja, o humor é uma forma de comunicação, uma expressão capaz de promover o entendimento entre as pessoas. Historiadores das artes, etnólogos, sociólogos, literários, psicólogos, classistas e antropólogos são alguns dos vários representantes dos segmentos científicos que dedicaram tempo, conhecimento e estudos sobre o humor.

Para Bremmer e Roodenburg (2000, p.13), o humor é compreendido como “qualquer mensagem – expressa por atos, palavras, escritos, imagens ou músicas – cuja intenção é a de provocar o riso ou sorriso”. Esse é um universo emaranhado de conceitos e teorias acerca do humor, construídos ao longo dos tempos. Neste trabalho, utilizaram-se conceitos e autores que podem contribuir, de maneira mais clara, para o fortalecimento da mensagem principal da pesquisa. Em Saliba (2002),

O humor, que originalmente significava líquido em referência às substâncias líquidas que circulavam pelo corpo, foi definido como um tipo de estímulo que tende a desencadear aquele reflexo motor, produzido pela contração coordenada de quinze músculos faciais – acompanhado pela alteração da respiração e por certos ruídos irreprimíveis. (SALIBA, 2002, p.19).

Já Lord Shaftesbury, na obra *Ensaio sobre a liberdade da graça e do humor*, de 1709 (*apud* Bremmer; Roodenburg, 2000), questiona sobre a transmissão do humor; seu público alvo, quando e onde acontece. Percebe-se, neste momento, a preocupação do fazer rir, considerando, por exemplo, a qual público será direcionado, ou seja, o que fazer e para quem, assim como também onde e quando apresentar-se.

A forma e os motivos do humor e do riso dependem de cada cultura, do espaço e dos agentes envolvidos. O humor é considerado um elemento chave para se compreender e desvendar várias culturas, assim como também suas relações sociais, aspectos religiosos, comportamentos coletivos, grupos políticos, grupos profissionais e suas referências individuais nas civilizações e movimentos culturais. Para Saliba (2002, p. 28): “As representações humorísticas, nas inúmeras formas e

procedimentos, forjam-se nos fluxos e refluxos da vida, no tecido histórico e social – já que cada sociedade cria e inventa seus próprios espaços de representação e transgressão”.

Por muito tempo, o riso e o humor foram estudados isoladamente do seu contexto social, cultural e geográfico. Segundo Bremmer e Roodenburg (2000), isto acontecia porque os estudiosos que se propunham a investigar sobre este assunto se apegavam apenas aos conteúdos literários e às obras teatrais, seguindo uma regra descritiva da forma como esses temas aconteciam dentro daquela história. Era um estudo sistemático, pontual, sem levar em consideração as várias relações e influências sociais que compõem o cenário onde é produzido o humor e promovido o riso. No Ceará Moleque, o humor é contextualizado, compreendido e interpretado dentro da lógica cultural e mercadológica da promoção turística.

Na Antiguidade, já havia quem gostasse de comédia e humor. Alberti (2002) menciona que Cícero, orador romano, fora o primeiro a analisar o humor de forma sistemática, estudo que serviu de base para outros futuros pesquisadores e estudiosos do tema. Para Cícero (*apud* ALBERTI, 2002), o humor poderia ser discutido com a finalidade de divertir o público sem provocar ou perder a dignidade dos expectadores. Faz-se, nesse ponto, uma referência com a atual maneira de se fazer humor praticado pelos artistas na capital cearense, onde os estes, por muitas vezes, utilizam-se da jocosidade alheia para fazer graça. O constranger o outro faz parte da construção do humor, onde o outro é motivo de riso a partir do momento em que defeitos, características físicas, e até mesmo a própria naturalidade, estado, cidade ou país de origem, servem de motivo para a piada.

Considerando outra vertente do humor, pode-se incluí-lo como componente na diversão coletiva conhecida mundialmente como Carnaval. Isto porque, há quem considere o carnaval como o rompimento temporário das regras sociais rígidas. Segundo Jacques Le Goff (2000), é quase que impossível estabelecer uma coerência lógica entre todos os vários conceitos sobre o humor e o riso. A tentativa dos estudiosos de buscar a relação antológica do humor e do riso ainda não se concretizou e crê-se que este é um tema que propiciará muitas pesquisas. Há uma ideia que não se completa e se concretiza, como se esses fenômenos fossem transculturais e atemporais. Porém, tanto o humor quanto o riso são determinados principalmente pela cultura e se apresentam de modo diferente, conforme período, local, credices e características de um povo. Para Bremmer e

Roodenburg (2000), na obra “Uma história cultural do humor”, o tema teve origem nas classes sociais mais baixas, menos abastadas da sociedade e mais popular.

Para Mickhail Bakhtin (*apud* GUREVICH, 2000), interpretar o humor e o riso é interpretar a cultura popular. Bakhtin acrescenta que as classes mais populares da sociedade buscavam no humor e no riso uma forma de eliminar o medo e a ansiedade. Segundo Aaron Gurevich (2000), quem mais consumiu, promoveu, financiou e defendeu o humor foram as classes mais privilegiadas. As críticas sobre os argumentos da popularidade do humor e deste ser um comportamento fundamentalmente pertencente às classes menos favorecidas são sustentadas pelas teorias e conceitos que beberam na fonte do humor para se afirmarem. Os estudiosos reconhecem a forte influência da elite no desenvolvimento e promoção do humor, afinal fora esta quem mais desfrutou e o consumiu.

Aborda-se a relação do turismo com o humor, e mais enfaticamente, do turismo e o consumo do humor em Fortaleza. O artista do riso, vindo das classes mais populares da sociedade que trabalha, produz e formata o humor para ser consumido pelas classes com maior poder aquisitivo representada pelos turistas e frequentadores das casas de shows e dos restaurantes de Fortaleza. A maior parte do público é composta de pessoas com um poder aquisitivo considerável, o que, por sua vez, não implica exclusão de pessoas com menor poder aquisitivo, ou porque estes não gostem do tipo de humor, ou porque não lhes é oferecido. Contudo, destaca-se que, muitas vezes, este público não tem acesso por se tratar de um produto relativamente caro, o que, por sua vez, impossibilita as camadas menos favorecidas financeiramente frequentá-los. Ressalta-se, portanto, que as classes sociais e as suas relações são partes fundamentais da construção, da forma e da mensagem do humor e do riso.

Roodenburg (2000), por exemplo, recita um manuscrito holandês com mais de 2.500 piadas, sendo que a maioria delas vem a ser classificadas como nada refinadas⁴. E que as piadas, por sua vez, faziam parte da leitura das elites dominantes, ou seja, da classe mais abastada. Segundo Roodenburg (2000, p. 20), “Não se deve esquecer, contudo, que a tensão presente no humor da elite pode muito bem ser resultante de uma certa tendência de nossas fontes, que raras vezes são, afinal de contas, produtos dos estratos sociais mais baixos.”

⁴ Constrangedoras.

Dessa forma, verifica-se que o humor está presente nas diversas camadas sociais ao longo dos anos. Detalhando-se acerca das várias tentativas de se definir humor e riso ao longo da história. Afinal, o trabalho propõe-se a desenvolver um estudo acerca do humor, fazendo-se um “passeio”, ainda que panorâmico, sobre países e as suas relações sociais por meio do fenômeno do riso. O que é o riso? Para que serve? Todos esses questionamentos servem de base para se compreender como o riso e o risível, ou seja, como o humor acontece no cotidiano das pessoas – no meu e no seu dia a dia –, e como incide na construção do pensamento filosófico do indivíduo, fato que se perpetua de geração em geração, ao longo da história.

Analisando as teorias à luz dos pensadores, veem-se algumas tentativas de definir o humor e o riso. Segundo Alberti (2002), o riso é um objeto da filosofia e estudá-lo é pisar num terreno intermediário entre a razão e a não-razão. A referida autora considera que o riso é uma atividade exclusiva do homem. A autora menciona que o filósofo alemão Joachim Retter apresentou, no artigo intitulado *Sobre o riso*, de 1940, que só se pode definir o riso quando este se encontra ligado ao cômico, que, por sua vez, é determinado pelo sentido da existência daquele que rir. Nos argumentos, o riso posiciona-se entre a ordem e o desvio, entre o linear e o sobressalto, funcionando como fonte para entendimento, compreensão e significado essencial do mundo. Ainda segundo o filósofo, o riso leva a caminhos alheios, a lugares não permitidos pelo sério, pela razão, seja por falta de vontade ou limite de alcance.

O riso e o cômico são literalmente indispensáveis para o conhecimento do mundo e para a apreensão da realidade plena. Sua posituação é clara: o *nada* ao qual o riso nos dá acesso encerra uma verdade infinita e profunda, em oposição ao mundo irracional e finito da ordem estabelecida. (ALBERTI, 2002, p.12)

No entendimento de Alberti (2002), riso e humor exercem funções na compreensão do mundo. Trata-se de uma visão filosófica sobre a percepção das relações ‘ser humano versus mundo’ que acontece por meio do riso e do humor. Relacionando a compreensão do cômico, anteriormente apresentada, com os shows de humor desenvolvidos pelos artistas cearenses, o principal objeto deste estudo é o humor cearense. O humor e o riso podem ser, por parte de quem ri, relevantes meios para a compreensão da experiência turística de Fortaleza.

Considerando o aspecto filosófico, segundo Alberti (2002), a filosofia busca no riso um refúgio para explicar o que fica implícito nas entrelinhas da seriedade do pensamento. Dessa forma, o comportamento libertador do riso permite outros olhares, outras leituras e até mesmo uma fuga do que parece ser a única e simples verdade sobre determinado assunto. Mais do que desmontar uma realidade séria, o riso traz para o campo da simplicidade a aceitação menos exigente de assuntos tido, às vezes, como distantes e pouco interessantes.

Talvez seja esse o motivo da política, da violência, das finanças e outros assuntos frios terem espaço nas rodas de conversas das camadas mais simples da sociedade, seja nas praças, nas feiras, nas ruas ou bares, lugares menos “sérios”. E, mais que estar presente, estes temas são apresentados com tom de humor, seja em piada ou em frase com gracinha, ainda que o assunto abordado seja algo possivelmente preocupante.

O riso não está isolado e não constitui um comportamento humano independente, imune aos demais acontecimentos da vida individual ou coletiva. Ele pode, e muitas vezes, é o principal elo entre várias outras manifestações das relações sociais.

Georges Bataille (*apud* ALBERTI, 2002) menciona que a teoria filosófica do riso se nutre do “não saber” do que não é dito por meio da razão, do que não é apresentado pelo pensamento sério e linear, sendo o riso a fonte ideal para falar seriamente sobre o não-saber. E este não-saber apresenta-se aqui como uma experiência refletida da realidade. Dessa forma, o riso permite, por sua liberdade simbólica, a característica de ser natural, de se pensar o que não pode, ou o que não deve ser pensado através dele. Saliba (2002, p. 27), parafraseando o dramaturgo e poeta italiano Luigi Pirandello (1867 – 1936), argumenta que “a atitude humorística é desmistificadora por excelência, porque no momento mesmo que as formas lógicas tentam deter e paralisar esse fluxo, o humorista mostra que elas não se sustentam e revelam o que elas são: máscaras”.

Destacando este pensamento, questiona-se acerca do riso no cenário local: Seria o riso, então, uma chave para uma melhor compreensão cultural de Fortaleza? Ou seja, a partir de que momento o riso e o humor se apresentam como identidade própria do povo cearense? Esse é um questionamento que será tratado com mais profundidade no capítulo a seguir, bem como as relações deste com a experiência turística da cidade de Fortaleza.

O que se sabe é que o riso constitui identidade própria do lugar no qual está inserido, sendo uma extensão do pensamento dos que compõem determinado ambiente. Para o filósofo alemão Nietzsche (*apud* ALBERTI, 2002), o riso é uma experiência fundamental, apresentando-se também como salvação para o pensamento e compreensão do que está aprisionado dentro do sério. A afirmação é fortalecida por Foucault (*apud* ALBERTI, 2002) que relaciona o riso com o impensável, com a não-linguagem.

O riso de Foucault é provocado pelo “não-lugar”: um espaço aonde o pensamento não chega e aonde a linguagem não pode manter juntas as palavras e as coisas. Por isso ele abala as superfícies e os planos, põe em xeque as certezas de *nosso* pensamento, de *nossa* prática milenar do Mesmo e do Outro e faz nascer um livro sobre as relações entre as palavras e as coisas na história do pensamento ocidental. (ALBERTI, 2002, p. 16)

A experiência oferecida pelo riso, por meio do jogo de palavras, da subtração de conceitos específicos e diretos, pela substituição de textos por um simples gesto físico proporciona o prazer em quem rir justamente pela não exigência do esforço necessário para entender as coisas sérias do mundo. Dessa maneira, o riso posiciona-se frente ao estruturalmente sério, ao formal e ao necessitado de muito conteúdo para ser compreensível. Trata-se, na verdade, de um contraponto.

O antropólogo e filósofo francês Lévi-Strauss (*apud* ALBERTI, 2002) defende que a compreensão do mundo se daria por reservas de conhecimento capaz de responder aos questionamentos e temas gerais de qualquer natureza especulativa e prática. Portanto, o riso seria uma ligação, um emparelhamento cognitivo entre dois campos semânticos distanciados, ao qual o filósofo chama de “curto-circuito”. Esse “curto-circuito”, por sua vez, permitiria não só uma compreensão otimizada, eficiente e até certo ponto reveladora de uma determinada realidade, mas também provocaria, ou manifestaria no corpo humano, a própria representação do riso, por meio de sons e das contrações musculares. Para Lévi-Strauss, o cômico representa uma reserva reprimida que busca dissipar-se do esforço intelectual.

Para Sigmund Freud (*apud* ALBERTI, 2002), considerado pai da psicanálise, o riso é um prazer, uma satisfação natural, proveniente de uma compreensão da realidade, de maneira não séria, renunciada pela razão imposta ao sentido das coisas. Trata-se, por sua vez, da compreensão ou do entendimento da realidade de maneira livre. É a maneira leve de apresentar o que estava no não-

lugar do conhecimento, sendo este manifestado por meio do riso. Para esses autores, o riso otimiza a compreensão das coisas sérias, de maneira libertária, descomprometida e alegre. As fontes do riso relacionam-se com as diversas formas do humor apresentar-se.

Exemplo diferenciado sobre o que fora exposto é o apresentado por Clément Rosset, em sua obra *Lógica do Pior*, de 1971, que trata o riso trágico como um elemento que se dá pelo desaparecimento súbito de algo, com a cessação de um ser, apresentando-se de maneira abrupta, inesperada, deixando, assim, no espaço vazio, o cenário para o cômico, espaço para a transformação do ser em não-ser. Portanto, este riso é diferente do riso clássico, e que, por sua vez, também contrasta entre o sentido e a incoerência, mas que já se dispõem a uma compreensão das coisas, ou seja, o riso trágico é uma vitória do caos sobre a aparência de ordem. Bem ou mal comparando, pode-se exemplificar essa quebra da ordem que provoca o riso com a flatulência não controlada e barulhenta no meio de uma missa, ambiente que exige comportamento silencioso, ordeiro, sério, ou seja, um ambiente cheio de regras e de formalidades aceitas por todos.

Visando oferecer uma melhor compreensão da ideia, pode-se exemplificar uma caminhada, um movimento linear, organizado com o objetivo simples de promover o deslocamento, que é quebrado por uma topada. O que some não é o indivíduo, o chão, o caminho sólido, mas sim, o caminhar alinhado e ordenado. A topada, assim como o riso trágico, é uma quebra da ordem do sentido que estava posto. Outro exemplo que contribui para a compreensão do riso trágico é a vaia cearense, ícone do Ceará Moleque desde 1942, quando a população cearense vaiou o Sol. O acontecimento circulou nos jornais, conforme Figura 1, que apresenta matéria do jornal O Povo noticiando a “tremenda vaia” que o astro rei recebeu dos fortalezenses.

Figura 1 – Matéria de jornal local sobre vaia ao Sol

O Sol recebeu tremenda Vaia

Chuva grossa esta Manhã, em Fortaleza -- Um ótimo Pretexto para os que gostam de "molhar a Guêla" -- 21 Milímetros em Guaramiranga

Muito cedo, hoje, Fortaleza recebeu um batismo salutar de chuva; numa demonstração auspiciosa da chegada do Inverno. O inverno é a alegria de todos, porque o inverno é a vida do Ceará, é a ressurreição da terra comburida e a verdura dos campos, é a bonança, enfim, para todo o Estado.

Apesar do impedimento de sair de casa, a que foi submetida muita gente, podia-se notar nas fisionomias de todos a alegria espontânea que a chuva matinal de hoje provocava. Algumas casas abriram mais tarde e o repórter d'O POVO chegou atrasado à redação. Mas não foi preciso nenhum "memorandum da Central" para desculpas, como na canção carnavalesca. A chuva forte era mais que suficiente justificativa para o atraso.

O SOL RECEBEU UMA TREMENDA VAIA

Um fato curioso presenciou o repórter, quando, esgueirando-se pelas calçadas molhadas, procurava atingir o "setor" da redação d'O POVO. Um grupo numeroso de pessoas, logo depois de passada a chuva, se aglomerava em certo trecho de rua, usualmente bem movimentado. Quando o sol, tão bravo nestes últimos dias, ia conseguindo varar as grossas nuvens, lá no alto, num esforço desesperado para aparecer, os alegres circunstantes, olhando para o alto e apontando, começaram uma demonstração estrondosa, vaiando o astro vencido e apagado, naquele momento, num grito unânime de várias bocas. Mas afinal o velho Rei das alturas venceu, botando todo o corpo vermelho para fóra das nuvens e dispersando os vaiadores.

para matar frio e uma porção de outras coisas desagradáveis. O certo, porém, é que na manhã de hoje, por causa da chuva, ela teve uma grande procura. A chegada do Inverno, realmente, é um belo pretexto para as pessoas que gostam de começar o dia "molhando a guêla". Foi o que elas fizeram hoje...

GRANDE MOVIMENTO NOS BOTEQUINS

Outro fato que chamou a atenção do repórter foi a afluência enorme de fregueses nos botequins das imediações da Praça do Ferreira. A concorrência era grande e a venda de "mata-frio" talvez tenha sido maior. A "branquinha", dizem, serve para tudo: para aplacar o calor e a tristeza,

21 MILÍMETROS

GUARAMIRANGA, 30 — O POVO — Pela manhã de hoje a chuva caída aqui foi de 21 milímetros.

EM FORTALEZA

O pluviômetro da chácara do sr. Alfredo Salgado recolheu hoje 26 milímetros de chuva nesta capital.

Companhia Siderúrgica Nacional

O Banco do Brasil — Agência de Fortaleza avisa aos subscritores de ações da COMPANHIA SIDERÚRGICA NACIONAL que o prazo para pagamento da 2.^a prestação das referidas ações, terminará no próximo dia 31 de Janeiro de 1942.

Fortaleza, 27 de Janeiro de 1942
FERNANDO LEMOS BASTOS — Gerente
FRANCISCO BAIMA — Contador Int. (165)

Fonte: Jornal O Povo, 2012⁵.

Retomando a explanação acerca do riso considerando-o em linhas gerais, até meados do século XVIII, o riso era tratado como algo que se opunha ao trágico, sendo assim, impossível de suscitar compaixão. Para a filosofia e a psicanálise, representadas aqui por Bataille e Freud, o riso define-se pela explicação e compreensão do "não-lugar", do "nada" que, por sua vez, são as contraposições ao sério, linear, formal, ou seja, é o que não se explica pelos conhecimentos perenes. Segundo Joachim Ritter (*apud* ALBERTI, 2002), o riso é o espaço do impensável e do indispensável, a fim de compreender a totalidade da existência. Dessa forma, pode-se afirmar que o riso passa, dessa forma, a promover uma verdade mais verdadeira, um pensamento antes impensável de uma realidade mais real a qual estávamos preparados para aceitar sem nenhum questionamento. A sua função de melhor compreensão é a do que não é dito, visto ou permitido. Afinal, por meio do riso, pode-se obter uma melhor leitura da realidade.

⁵ Disponível em: http://www3.opovo.com.br/extra/OITD_19420130aa06.pdf. Acesso em 20 mar. 2015.

Diante de todas essas ideias, segundo Alberti (2002), o riso é um conceito histórico e filosófico. A possibilidade de definir alguns conceitos e pensamentos modernos é aquele pela série de definições que foram elaboradas ao longo dos anos. Contudo, a dificuldade histórica em se definir conceitualmente o que é o riso impossibilita, pelo menos neste estudo, fechar a teoria do riso. E, assim, Alberti (2002, p.24) afirma que “A questão ‘o que é o riso’? parece ter perdido a urgência. Quando a encontramos hoje, temos a impressão de estar diante de uma repetição estéril daquilo que os pensamentos de outrora disseram com muito mais vigor e atualidade”. Ou seja, a tentativa de definir o riso parte da complexidade envolvendo, entre outros, elementos que compõem o imaginário, o filosófico, o cultural, e porque não dizer, o natural.

Pelas diversas leituras, verifica-se a amplitude de elementos necessários à composição do riso, assim como também à compreensão do humor. Existem inúmeros questionamentos acerca da influência e da importância do riso na construção do ser humano e da sociedade. Um destes é o que o médico francês Laurent Joubert (*apud* ALBERTI, 2002) menciona acerca de como o riso acontecia na vida dos homens em estudo apresentado na obra *Traité du Ris*, de 1579. Joubert partira de um questionamento acerca de se existia uma sequência para a manifestação do riso, ou se havia um processo pelo qual o indivíduo captasse uma mensagem, quer pelas vias auditivas ou visuais. Para o autor, a resposta fora positiva, e o mesmo denominou esse processo de “Circuito do Riso”. Joubert (*apud* ALBERTI, 2002) descrevia o riso como um processo fisiológico:

[...] a matéria risível penetra na alma através dos sentidos da audição e da visão e é prontamente transportada para o coração, sede das paixões, onde desencadeia um movimento próprio à paixão do riso, que se estende para o diafragma, o peito, a voz, a face, os membros, enfim, para todo o corpo. (ALBERTI, 2002, p.86)

Portanto, Joubert desenvolve a teoria do humor baseado em tudo o que é feito e visto, destacando que esse ‘fazer e ver’ seja capaz de provocar o riso como uma coisa torpe. Trata-se do que rimos: uma topada, uma queda, o susto alheio, a tirada rápida e constrangedora, as partes íntimas em evidência. Ou seja, tudo o que foge à normalidade, às regras.

Contudo, segundo Alberti (2002), pode-se não rir de algo, situação, objeto, acontecimento ou mensagem, mesmo que essa seja essencialmente cômica.

Isto acontece porque, nessa situação, os sentidos não são penetrados pelo risível, ou porque não estamos prestando atenção ao que acontece, ainda que estejamos presentes. Os motivos para essa não leitura do objeto do riso são vários: ou não vimos direito, ou não compreendemos o contexto, ou a língua da mensagem foge à nossa compreensão, ou estamos ocupando nossos sentidos com outras situações, emoções, ou seja, estamos distraídos.

Os risíveis não penetram os sentidos quando não estamos prestando atenção neles, seja porque não os vemos ou não os ouvimos, seja porque, mesmo presentes, pensamos em outra coisa. Uma dor ou um desgosto, por exemplo, podem distrair a atenção. (ALBERTI, 2002, p. 91)

Portanto, tem-se que o riso, assim como todas as demais faculdades humanas, – o amor, a raiva, a inteligência, a paixão, a dor –, teriam uma sede de existir no corpo humano. Essa sede abrigaria toda a essência do riso e suas particularidades, assim como as consequências no corpo de quem ri. Para Alberti (2002), a grande dúvida e o questionamento do autor é saber se o riso se abriga no cérebro ou no coração, ou seja, se é uma faculdade sensitiva ou apetitiva.

Joubert (*apud* ALBERTI, 2002) tece sobre cinco teorias de autores que lhe são contemporâneos. São eles: François Valeriole, Melet, Gabriel de Tarrega, Hieronymo Fracastorio e Isaac Israelita. François Valeriole defende o riso como um movimento precoce do espírito, advindo de coisas prazerosas, capaz de explicar uma alegria interna. Já para Isaac Israelita, o riso é proveniente de um tremor e de sons vindos do peito humano. Para Melet, o riso é uma dilatação dos músculos, decorrente da agitação dos espíritos, que pressionam e empurram os ombros. Por sua vez, Gabriel de Tarrega trata o riso como um movimento sonoro do espírito, capaz de movimentar os músculos da face. E, por fim, Joubert discorre sobre a teoria do riso proposta por Hieronymo Fracastorio, que tem o riso como um movimento corporal composto de surpresa, admiração e alegria.

Em suma, para Joubert, o riso define-se por uma sequência de movimentos e ações. Esses, por sua vez, são provenientes de um objeto, de um motivo, do risível, ou seja, da paixão, da coisa prazerosa defendida por François Valeriole. Portanto, para Joubert (*apud* ALBERTI, 2002):

O riso é um movimento, feito de espírito espalhado (*epandu*) e desigual agitação do coração, que alarga a boca e os lábios, sacudindo o diafragma e as partes pectorais, com impetuosidade e som entrecortado, pelo qual é

expressa (*expremié*) uma afecção de coisa torpe, indigna de piedade. (ALBERTI, 2002, p.101)

Nota-se, portanto, que, ao tentar definir o riso, destaca-se uma definição fisiológica e científica do riso e no processo de construção no corpo e alma humana. O riso puro, verdadeiro, composto em essência da sua paixão pelas coisas prazerosas, não pode ser provocado por fricções físicas no corpo. Reitera-se aqui o pensamento de Joubert ao enfatizar que o riso teria que ser paixão, paixão essa capaz de comprimir o interior do corpo humano, passar pelo coração e arrefecer o espírito. Ou seja, em Alberti (2002), o que vale na teoria do riso proposta por Joubert é a condição de materialidade da mensagem para que, assim, seja desencadeado o processo denominado “Circuito do riso”.

Na tentativa de se definir o humor e o riso, depara-se com alguns autores que observam a função destes dentro da sociedade. O filósofo francês Henri Bergson (*apud* ALBERTI, 2002), no artigo intitulado *O Riso: ensaio sobre a significação do cômico*, de 1899, apresenta uma concepção contemporânea da teoria do riso. Bergson considera humor tudo aquilo de que se rir e, ainda segundo este autor, o riso é uma espécie de manifestação negativa. Dessa forma, compreende-se que o cômico passa ter uma função social na teoria contemporânea do riso. Para compreender esse fenômeno, faz-se necessário um contexto, um cenário social. Faz-se necessário compor este ambiente onde o cômico se constrói e o riso acontece.

Para compreender o riso, é preciso recolocá-lo em seu meio natural, que é a sociedade; é preciso principalmente determinar a sua função útil, que é uma função social. [...] o riso deve responder a certas exigências da vida em comum. O riso deve ter uma significação social. (ALBERTI, 2002, p.185).

Seguindo esta linha de pensamento, existe uma aproximação entre a teoria do cômico e do riso propostos por Bergson e o pensamento antigo. Pode-se verificar, a partir do momento em que o filósofo categoriza as formas existentes do cômico, que todos eles são formulados sobre a máxima mecânica e aplicado sobre o vivo, ou seja, o humor e o riso são construídos sobre fatos, ações em e por pessoas, ou agentes do processo. Dessa forma, Bergson (*Apud* Alberti, 2002, p.186) apresenta as variações: “O cômico acidental e o não-acidental, o cômico de formas, de gestos, de ação, de palavras e, finalmente, de caracteres”. Essa descrição dos tipos remete às teorias clássicas da Grécia e Roma antigas sobre o riso, ao “Cômico

da Ação” e ao “cômico de palavras”, bem como à teoria de Joubert, do “cômico acidental”, proveniente do acaso, do espontâneo, como uma topada, diferindo do cômico preparado para construir o riso.

Retomando a temática da função social do riso, Bergson destaca que a função social do cômico/humor, por meio da correção pelo riso, estaria fundamentada nos lugares que ele ocupa na vida humana.

O cômico [...] exprime, pois, uma imperfeição individual ou coletiva que pede a correção imediata. O riso é essa própria correção. O riso é um certo gesto social que sublinha e reprime uma certa distração especial dos homens e dos acontecimentos. (ALBERTI, 2002, p. 189).

Alberti (2002) enfatiza que é no cômico que se encontra a essência humana. Isto por ser esta uma faculdade exclusiva do ser pensante na sociedade, ou seja, surge na interação direta ou indireta entre indivíduos e na insensibilidade, visto que se emociona de maneira sensível, não cabe o riso do prazer, mas sim, o riso emotivo.

O rir, segundo Bergson, pode surgir de várias vertentes. Tanto que o referido autor dá uma atenção especial ao absurdo, ou seja, a tudo o que vai contra uma realidade, um entendimento lógico das coisas. Os fatos, os atos, os elementos naturais são interpretados por uma lógica que inverte a compreensão do bom senso. As coisas passam a ter e a ser aquilo que as ideias as moldam, e não o contrário. Ou seja, as coisas não se definem, apresentam ou se explicam por suas características postas e exatas, e sim pelo que a ideia impõe sobre eles. Segundo Alberti (2002), isso seria o absurdo cômico. A autora apresenta um exemplo a este respeito, utilizando-se de um dos maiores clássicos da literatura universal, o personagem principal da obra *O Ingenioso Hidalgo Don Quixote de La Mancha*. De acordo com Alberti (2002, p. 191), “Dom Quixote, nesse contexto, é o tipo geral do absurdo cômico: um espírito obstinado, que caminha por distração e por automatismo e que não age de acordo com o bom senso, porque “vê gigantes lá onde vemos moinhos de ventos”. Isto é, a lógica do absurdo cômico se aproximaria ou se explicaria pela lógica dos sonhos, onde se sabe que não é realidade, mas aceita-se e o compreende como fixo, como exato, ou ainda como uma ideia real.

Considerando uma obra nacional, pode-se ilustrar a lógica do absurdo com o personagem Chicó, amigo inseparável de João Grilo, do clássico literário *O Auto da Compadecida*, do escritor paraibano Ariano Suassuna. Suas histórias

fantásticas, contos e causos mirabolantes, por mais absurdos, inverossímeis que pareciam ser, traziam toda uma ideia de realidade cômica, transportadas da imaginação fértil do mentiroso contador de vantagens para o presente de quem o escutava. E quando questionado sobre a veracidade daqueles acontecimentos, Chicó era prático, irônico, rápido e certo: “Não sei, só sei que foi assim”. Embora pouco ou quase nada se explicasse nessa pequena frase, a peleja que poderia surgir da dúvida era aniquilada naquele momento, cabendo como desfecho da história, o riso.

Mesmo sabendo que estas são histórias irreais, insólitas, e que dificilmente seriam capazes de se tornar realidade, aceita-se, permitindo o relaxamento do espírito e o senso crítico para que seja aproveitado o momento, deleitando-se com os personagens, as aventuras e todo o roteiro que dá prazer. Dessa forma, tem-se que o cômico se constrói assim, de uma natureza irreal, inventada, como se estivesse em um sonho. Segundo Alberti (2002, p.192), é “no cômico, como no sonho, o relaxamento das regras de raciocínio faz com que aceitemos como verdadeiras lógicas falsas”. Portanto, aceita-se o riso, ao passo que também se permite a ele.

A aceitação da não verdade, do não real, do impossível como verossímil causa sensação de conforto no espírito. Ao aceitar a falsa lógica do cômico, permite-se a condição de prazer momentâneo, em que o corpo e alma humana se arrefecem da realidade cotidiana exaustiva das coisas do dia a dia. Portanto, rir é essencial ao ser humano.

Nesse contexto, podem-se relacionar esses momentos de relaxamento e distração do espírito com uma das funções sociais e humanas da atividade turística: o lazer. E este lazer pode representar-se pelo simples fato de não fazer nada, de descansar; pelo que se define por entretenimento; e, inclusive, por experiências positivas no consumo da atividade turística. Tendo como base a teoria de Bergson, na qual o riso surge de uma condição de correção da imperfeição, para entreter, relaxar, aliviar as tensões de quem o contempla, o humor e o risível passam então a ter sentido, como um momento de lazer. Bergson (*apud* Alberti, 2002, p.192) mencionam que, dessa forma “... o objeto do riso deixa de ser negativo para sinalizar o relaxamento e o jogo que repousam da fadiga de viver”, assim, o riso que outrora tivera função corretiva aqui é apresentado como motivo exemplo de lazer.

Ainda considerando este viés do papel do humor e do riso nas ciências humanas e sociais, observa-se que este papel dado ao humor soa como algo transgressor. E todo este questionamento remete à dificuldade de se definir o humor. Alberti (2002) menciona o pensamento do filósofo americano John Morreal, para quem o riso é um “novo estado prazeroso” e se identifica de duas formas. Assim:

No universo das Ciências Sociais, por exemplo, observa-se a recorrência do caráter transgressor do riso. Trata-se, na maioria dos casos, de uma transgressão socialmente consentida: ao riso e ao risível seria reservado o direito de transgredir a ordem social e cultural, mas somente dentro de certos limites. (ALBERTI, 2002, p. 30)

Aquele que resulta e aquele que não resulta de situações cômicas. A mesma autora defende que, nas ciências sociais, os estudos sobre a teoria do humor e do riso trazem, principalmente, argumentos sobre as suas funções sociais e transgressoras. Que papel desempenha o cômico e o fenômeno riso nas relações sociais do cotidiano das pessoas.

2.1 HUMOR E PIADA

O risível é aquilo de que se rir, é a fonte do riso. A piada, a careta, o tombo, a topada, o olhar, o corpo que se contorce, enfim tudo o que se usa, a fim de se construir o riso alheio. Ou seja, para Alberti (2002), o risível é o cômico, o humor em si. Percebe-se, portanto, que a função social do riso e do risível tratados pela autora, joga uma luz sobre o Ceará Moleque, tema que será aprofundado mais adiante. Porém, cabe a reflexão do riso como arrefecimento social, como uma resposta às imposições normativas de uma elite dominante que buscava regular e punir, seja pela estratificação social, seja pela ordem política.

Destaca-se a complexidade do humor, assim como sua variação, afinal, o humor consegue ser divertido e sério ao mesmo tempo. Por ele, podem-se perceber particularidades importantes de uma sociedade, compreender como as pessoas pensam sobre determinado assunto, como reagem em situações específicas do cotidiano e como interagem na coletividade.

Ainda considerando o riso e o humor na vertente social, chega-se a Henk Driessen, estudioso do riso no contexto antropológico. Driessen (2000) propõe uma visão antropológica sobre a teoria do humor, compreendendo que esse fenômeno,

inserido numa realidade social e cultural, é capaz de propor, através de códigos e representações, perspectivas de compreensão do modo de viver de determinado povo.

Dessa forma, o humor, para provocar o riso, precisa de referências conceituais, histórias e de entendimentos prévios de uma realidade. Uma piada inglesa, por exemplo, sobre um costume, fato ou comportamento britânico, pode não ter efeito cômico, ou seja, pode não promover o riso em um brasileiro. Se este não tiver conhecimento do contexto e das referências culturais que servem de pano de fundo para a piada, o riso dificilmente acontecerá. O mesmo pode ocorrer com o humor cearense, que possui toda uma bagagem, uma roupagem própria e um modo de falar tão específicos que talvez não provoque o riso em pessoas de outros estados, outras culturas, ainda que estes sejam brasileiros, e o que dirá em estrangeiros. Em contrapartida, há de considerar que a maioria dos humoristas se apresenta através de um personagem, e sua própria caracterização já contribui para compor o humor, criando, portanto, uma expectativa no público.

Vimos que nem tudo o que provoca o riso é obrigatoriamente uma piada. Assim, a compreensão de uma realidade e entendimento de um contexto maior permite que o humor provoque o riso, e até mesmo é possível apreciar uma piada sem necessariamente rir ou sorrir.

[...] seria errado supor que o teste final de uma piada é provocar o riso. Não é necessário entrar na fisiologia e na psicologia do riso, já que é amplamente sabido que se pode apreciar uma piada sem de fato rir, e que se pode rir por outras razões que não seja a compreensão de uma piada. (DRIESSEN, 2000, p. 254).

Quando não se tem conhecimento do contexto cultural, histórico, ou mesmo humano de determinado assunto, fica mais difícil compreender a forma de humor e, conseqüentemente, acontecer o riso, o cômico. Uma piada explicada não tem graça. A sua essência está justamente na percepção e integração do conteúdo do discurso, cada palavra, cada gesto, sons e observações se complementam para construir o riso. Driessen (2000, p. 254) define piada como “um discurso direto, um gênero performático que inclui brincadeiras, histórias, contos populares, formas rituais, palhaçada e a conversação comum”. Reitera-se que o referido autor considera o sentido antropológico.

Para Mary Douglas, piada é um jogo sobre a forma. E, seguindo esta linha de pensamento, tem-se que o riso pode ser provocado por um humor planejado cuja finalidade é provocar o momento da irreverência. A piada planejada, estruturada em um discurso pré-definido, com começo, meio e fim já se identifica pela forma verbal e trocadilhos padronizados. Assim, a piada planejada, preparada para provocar o riso, acontece dentro de um cenário convencional, em que os agentes provocadores do riso e aqueles prontos para rirem, se concordam em padronizar a dinâmica do humor e do riso. Porém, Bremmer e Roodenburg (2000) apontam que, diferentemente é a piada espontânea, que, de súbito, sem preparo, que absorve e organiza todas as experiências de um contexto maior, para transmitir uma consonância entre o humorista, ou provocador do riso e aquele que se desfruta do riso, ao compreender a mensagem divertida.

Ainda em Bremmer e Roodenburg (2000, p.256), tendo como referência a obra de Mary Douglas, *Natural Symbols: Explorations in cosmology* (1973), os autores fazem uma reflexão sobre o riso e a sua contextualização cultural considerando as suas ideias: “Em qualquer um dos vários sistemas sociais, a ideia de um riso vociferante e alto pode ser imprópria em companhia educada. Mas, o que é considerado alto e vociferante pode variar muito”. A antropóloga Mary Douglas (*Apud* BREMMER; ROODENBURG, 2000), ao discorrer sobre a percepção do limite entre o que é uma piada, capaz de provocar o riso e o que é considerado como um insulto, um mau comportamento. Ambas as situações devem estar inseridas nas referências comportamentais, políticas, religiosas, ou seja, a interpretação do ato pode gerar várias interpretações, considerando-o como algo cômico ou como insulto, dependendo tal significação, do cenário cultural onde tudo acontece.

Ainda Bremmer e Roodenburg (2000) discorrem sobre a percepção do limite entre o que é uma piada, capaz de provocar o riso e o que se pode considerar como um insulto, um mau comportamento. Ambas as situações devem estar contextualizadas dentro de referências comportamentais, políticas, religiosas, ou seja, a interpretação do ato em cômico ou insulto depende do cenário cultural no qual tudo acontece. Mary (*apud* BREMMER; ROODENBURG, 2000) também traz uma reflexão sobre a piada autodepreciativa, em que o conteúdo, a forma e a relação do humor vêm de dentro do próprio grupo social, ambiente em que os indivíduos criam o humor a partir das suas próprias características.

O nordestino, e em especial o cearense, tem grande habilidade na construção desse tipo de piada. Ele é capaz de rir e fazer rir a partir das suas próprias dificuldades, seu sofrimento ou suas características, sejam elas físicas, econômicas, culturais e sociais. As piadas étnicas, normalmente, guardam percepções vagas sobre a realidade cotidiana de uma sociedade, ou seja, é uma semelhança comparada em forma de humor, que, através do senso comum, provoca o riso. Porém, segundo Driessen (2000), existem aquelas referências étnicas que são comuns a várias culturas, como a política e os seus representantes corruptos. Estas são referências universais para o riso, como para careta, mímica e a própria gargalhada. O riso é um elo, um código de interação social, mesmo entre línguas e cultura diferentes. Experimente, por exemplo, encarar seriamente uma pessoa cômica por natureza, na qual a irreverência se evidencia no simples jeito de olhar.

Os causos, os contos e os fatos pitorescos, na maioria das vezes, fogem à atenção ou interesse dos estudiosos antropólogos, um ato falho de tamanha proporção, pois, segundo Driessen (2000), esses momentos, se bem percebidos, podem falar e muito sobre a cultura de um povo. O autor considera que o humor e o riso podem ser evidências importantes para a complementação de um estudo antropológico. A pesquisa de campo, às vezes, omite os momentos de alegria, graça e irreverência, que, talvez, por não serem tão sérios, acabam por ficarem em segundo plano, perdendo espaço nas anotações e percepções das características de um povo. O Ceará Moleque, dos personagens pitorescos, apresenta características únicas das relações sociais e até certo ponto desvendam as particularidades culturais. Não que o riso seja peça fundamental e determinante para se conceituar toda a cultura, mas oferece informações e percepções espontâneas capazes de oferecer mais conteúdos sobre a forma de ser, viver e pensar numa sociedade.

Dessa forma, a contribuição da antropologia para o estudo do humor a partir de uma compreensão universal e multicultural, com referências de conceitos, percepções e formas do cômico e riso ao longo da história. Assim, as expressões, representações e simbologias do humor praticadas em diversas culturas possibilitam abordagem mais completa desse fenômeno social, podendo incluir também os interesses dominantes, os valores éticos e os comportamentos.

Definir humor e riso não é tarefa fácil, principalmente porque os dois assuntos estão interligados entre si, e interligados como outros elementos

necessários a sua construção. Variação esta que também considera período cronológico e cultural de cada lugar. A seguir, discorreremos acerca da transformação do humor através dos tempos e das civilizações.

2.2 O HUMOR E O RISO NA ANTIGUIDADE

O riso e o humor não têm idade ou pátria. A história do riso é antes de tudo a história da teoria do riso. Ou seja, quando iniciaram as inquietações, os estudos e as pesquisas e tentativas de se definir ou teorizar acerca do riso, o tema virou assunto passível de definição, embora já existisse desde que o Homem é ser humano na Terra. Dessa forma, pode-se dizer que o riso é individual e coletivo. É, de um para um, de um para si mesmo, de muitos para um, de um para tantos outros. Nessa concepção de complexidade, o riso faz parte da história da Humanidade, assumindo, ao longo de cada época, conotações diferenciadas.

Ao longo do tempo, compreender o fenômeno que difere os seres humanos dos outros seres e o relacionar com a existência das forças divinas. Segundo Alberti (2002, p.40), “durante muito tempo, saber o que é o riso foi desvendar os mistérios de uma faculdade humana marcada pela superioridade em relação aos animais e pela inferioridade em relação a Deus.”.

Os mais antigos estudos sobre uma teoria do riso encontram-se no pensamento grego antigo. Platão, ainda no período clássico da Grécia Antiga, fora um dos precursores do pensamento sobre o riso. Para o filósofo, existem dois tipos de prazeres, os verdadeiros e os falsos. Aqueles, puros, singelos, naturais, que não se misturavam com a dor ou remorsos, aproximando o homem do bem e da tranquilidade. E o prazer falso, que é representado como sentimentos mistos, em que prazer e dor se encontram, afetando o corpo e a mente. E, de acordo com Alberti (2002, p. 41), “ou desejamos aquilo que nos agrada ou recusamos aquilo que nos desagrade”. Ou seja, selecionamos aquilo que nos causa prazer, ou que nos causa dor.

O humor, ou o risível, como é chamado por Platão, provém principalmente do desconhecimento de si mesmo. Por sua ignorância de sua existência e essência humana, o indivíduo se acha mais belo, mais forte, superior aos demais. Relacionando esta teoria a de Platão sobre o riso e o risível, Alberti (2002) menciona:

Pode-se dizer que a questão do riso é identificada a um duplo “erro”. Da parte daquele que é objeto do riso, porque ele não obedece à inscrição do oráculo de Delfos e se desconhece a si mesmo. Da parte daquele que ri, porque ele mistura a inveja ao riso. Este é o tom principal da passagem examinada: a condenação moral tanto do risível quanto daquele que ri. (ALBERTI, 2002, p. 42).

Ou seja, aquele que acredita ser superior é o risível, é a fonte do riso, é o humor personificado. Segundo a teoria de Platão, nesta o prazer e a dor se misturam. A inveja, a dor da alma, mistura-se com o riso, o prazer da alma. Para Platão, o riso é pautado no prazer falso, assim como a afeição cômica porque a sua existência depende da mistura ou combinação do prazer, dor e inveja. O cômico platônico identifica-se pela condenação do riso e do risível, por representarem elementos inferiores da alma humana, distantes da sabedoria. Platão tem um conceito negativo do riso. Negativo e até condenável, já que afasta o homem da razão, do prazer puro, sem inveja, dor da alma e ignorância, o desconhecimento de si mesmo.

Na *Poética*, Aristóteles, outro filósofo grego e discípulo de Platão, defende a teoria de que o cômico não significava uma deformidade, que traz dor e destruição. Para ele, o riso é uma faculdade específica dos seres humanos, pois só os homens podem e sabem rir. Aristóteles não se aprofunda o suficiente sobre a teoria ou conceito do riso. Provavelmente porque, na época, a tragédia e a epopeia pautavam os pensadores e os autores, deixando o riso e o cômico num patamar secundário, com menos importância.

Ainda para o filósofo grego, a tragédia e a epopeia representavam as ações humanas nobres, altivas, enquanto a comédia representava manifestações baixas, pouco inteligentes. Alberti (2002), acerca da obra *Poética* de Aristóteles, menciona que:

A comédia é, como dissemos, a representação de homens baixos; contudo ela não cobre toda baixaza: o cômico é apenas uma parte do torpe; com efeito, o cômico consiste em um efeito ou torpeza que não causa dor nem destruição; um exemplo evidente é a máscara cômica: ela é torpe e disforme sem exprimir a dor. (ALBERTI, 2002, p.46).

Desde os tempos antigos, o humor é visto como atitudes com menos exigência intelectual. O cômico, o risível tem uma conotação negativa nas teorias de Platão e Aristóteles. O riso, como negação ao trágico, por ser considerado

inofensivo, não causa temor e nem ódio, verificado naqueles que não conhecem a si mesmo.

Observa-se que, no pensamento da Grécia Antiga, o riso se opunha à tragédia por suas características inofensivas, representadas, na maioria das vezes, por histórias com personagens da vida privada, mostrando pessoas comuns, simples. Na tragédia grega, os personagens principais eram guerreiros, heróis, grandes comandantes de exércitos, pessoas nobres. O discurso leve e agradável da comédia grega servia como contraponto à seriedade e discurso elevado da tragédia.

Alberti (2002) afirma que, no pensamento ocidental, o riso recebeu um tratamento sistemático, nas obras e textos dos filósofos romanos Cícero e Quitiliano. Muito da sua teoria repousa ou bebe na fonte do pensamento antigo grego, Aristóteles e Platão.

Jan Bremmer (2000), por sua vez, afirma que, na sociedade grega, o riso e o cômico deveriam ser celebrados num momento de convívio social, fora do cotidiano, do dia a dia. Dentro desta realidade, podemos destacar o personagem bufão ou *Gelotopoiros*, o produtor do riso, cuja função era fazer graça, promover o riso através de fala, gestos, olhares e movimentos.

Bremmer (2000) acrescenta que os bufões eram pessoas que tinham no riso e no fazer graça o caminho para a sua sobrevivência. Do humor praticado, vinham suas vestimentas, alimentos e até moradia. A elite era uma das maiores consumidoras do humor praticado por eles. Estes realizavam as suas apresentações em espaços domésticos das ricas famílias gregas, e não em espaços públicos. Além das piadas e imitações, os *bufões* faziam comparações, na maioria das vezes, usando as características físicas, ou defeitos, imperfeições do corpo humano, tudo como fonte de produção do riso. O papel social do bufão era entreter, fazer graça, provocar o riso em quem o mantinha:

[... a bufonaria fazia parte da festa religiosa tradicional da Grécia. Tanto nas leneanas como nas antestérias, os indivíduos, em cima de carroças, caçoavam e provocavam os passantes; [...] Nos banquetes, era comum haver um bufão que divertia os convidados com suas paródias, imitações, caretas burlescas. Às vezes o bufão convidava-se a si próprio e, em troca de comida, devia fazer rir a companhia, como o declara um personagem da comédia de Epicarno, na primeira metade do século v a.C.: “Quer eu jante com aquele que o deseja (é suficiente me pedir), quer com aquele que não o deseja (e então não há necessidade de pedir), no jantar eu sou o bobo, faço rir e satisfação meu anfitrião. (MINOIS, 2003, p. 55).

Nesse ponto, comparo o papel dos humoristas cearenses no mercado do turismo em Fortaleza. Seus espetáculos, chamados de shows de humor, servem para entreter os turistas enquanto estes consomem suas refeições nos restaurantes, barracas de praia, pizzarias. O riso tem hora certa para começar e terminar. A plateia, composta também por moradores de Fortaleza, sabe que estarão pagando por alguns minutos de alegria e irreverência. Muitos dos humoristas de Fortaleza fazem graça de qualquer coisa, utilizando-se das imperfeições na construção de seus personagens e da piada.

De acordo com Bremmer (2000), na Grécia Antiga, os *Gelotopoiós*, ou os *bufões*, além de piadas e imitações, faziam comparações, na maioria das vezes, caricaturando em expressões e palavras, os defeitos físicos dos outros. Aqui, belo, feio, careca, gordo, magro e o baixinho servem para ilustrar as comparações. Tudo isso tão comum nos dias de hoje, nas casas de shows de humor. Porém, os *bufões* não se enquadravam numa classe social bem definida. O seu trabalho de produção do riso permitia que eles transitassem por várias camadas sociais. Segundo Minois (2003), Na Grécia Antiga, Os *sessenta*⁶ representavam a classe alta da sociedade grega. Dessa forma, os *bufões* eram agentes do riso e foram associados a atores de mímicas, com patamar artístico e social menos inferior no período romano. Neste mesmo período, na Grécia Antiga, as comédias eram encenadas nas Dionísicas e Lenéia. Dionísio e Deméter, deuses da inversão social, deuses excêntricos. Tem-se, portanto, que para os gregos, o riso pode ter um lado desconfortável e bem desagradável.

Minois (2003), por sua vez, também apresenta uma visão acerca do que era o riso para os gregos. O autor apresenta o riso como a criação de tudo e de todos, numa grande gargalhada dos Deuses. A teoria do Big Bang⁷ cósmico ganha uma conotação risível, uma vez que, de acordo com o papiro de Leyde, do século III, o universo nasce de uma grande gargalhada. Explicação fantástica da criação das coisas por Deus. Terra, água, deuses, luz, Hermes, a geração, a matéria, o destino, o tempo.

⁶ Os *Sessentas*: clube de bufões profissionais que se reuniam periodicamente para trocar piadas, histórias engraçadas. Os sessenta eram compostos por membros da alta sociedade ateniense. (MINOIS, 2003).

⁷ A teoria do Big Bang: teoria segundo a qual o universo teria sido criado a partir de uma grande explosão cósmica.

Assim, os gregos não possuem todas as respostas para o pensamento oriental e ocidental. Mas, sem dúvida, lançaram questões para os fenômenos do ser humano, matéria e espírito, individual e coletivo. E nesse turbilhão de perguntas, o riso ocupa um lugar de destaque no pensamento grego.

Segundo Minois (2003), o riso nos mitos gregos só é alegre para os deuses. Aqueles pretendentes do fim eram tomados por uma euforia incontrollável, que os fazia rir do próprio destino, rir da própria morte que se aproximava, ou seja, “morrer de rir”.

Heródoto mencionava vários casos de riso ritual associados à morte: na Trácia, as mulheres morrem rindo sobre o túmulo de seus maridos; nesse país, diz ele, saúda-se o nascimento com lamentações, porque se considera que a vida é um mal, e morre-se rindo. (MINOIS, 2003, p. 27)

Vimos aqui que, no tocante ao humor e riso na Grécia Antiga, há muito o que se observar. Principalmente que este serviu de base para as civilizações posteriores, e a variação do tema em períodos e locais diferentes. Detalhando acerca dos temas mencionados anteriormente, retomaremos a discussão acerca do humor e do riso na Grécia, detalhando acerca dos bufões.

Segundo Minois (2003), o riso era considerado como ferramenta para a distração espiritual. E, a bufonaria – os bufões – data do Egito antigo, já fazia parte das tradicionais festas religiosas das classes sociais mais abastadas. No início, antes de se transformarem no *Geotopos* “aquele que faz rir”, nos banquetes das famílias nobres, estes possuíam uma função religiosa.

Os bufões eram intrometidos ou convidados para fazer rir. Nas festas e banquetes da alta sociedade, utilizavam-se de vários recursos para arrancar o riso da plateia. Fossem utilizando-se de paródias com os lutadores e guerreiros, fossem por meio dos fatos cotidianos das ruas, casas e até deformidades físicas alheias ou próprias.

A arte de fazer rir dos Bufões ia além das mímicas. Incluíam danças grotescas, que, para efetuar-las, os bufões contorciam os seus corpos em poses ridículas, nas paródias sobre os fatos das batalhas. Os *Gelotopios* também produziram publicações com suas histórias, piadas e pilhéricos, ou seus manuais de chalaças⁸, que acabaram por constituir um capital literário da bufonaria. Os principais assuntos da literatura bufônica tratavam dos conhecimentos e capacidade

⁸ Chalaças: gozação, caçoada.

duvidosa dos astrólogos, dos temas escolares, dos defeitos físicos, dos pecados capitais como a preguiça, a gula, a covardia, a dependência do álcool. A mulher também tinha um papel de destaque nos escritos cômicos, eram tratadas, normalmente, como ninfomaníacas.

No século seguinte, V a.C., o papel dos bufões começa a ser questionado, principalmente no que se refere a sua função social. O humor grosseiro, obsceno, que não respeitava A ou B, começava a sofrer críticas de quem defendia o riso mais polido, fruto das brincadeiras mais espirituosas, com menos zombarias. Xenofonte⁹, por exemplo, propôs que seria possível definir como deveria ser um humor ideal para ser praticado pelos bufões. Minois (2003, p. 59) afirma que “Condenação do riso grosseiro e uso do riso sutil: eis duas das lições de Xenofonte, que dá prioridade à ironia para um objetivo moral e intelectual. Zombar dos vícios e dos erros para atingir a virtude e o conhecimento”.

Aristóteles, contudo, é contra a bufonaria. Para ele, os bufões só eram tratados como pessoas espirituosas porque agradavam os donos das cortes, que financiavam o risível, seja com comida, abrigo ou moedas. O filósofo não era contra a existência do riso, mas sim, contra a zombaria, a pilhéria, ou seja, a grosseria desconfortante do riso, a qualquer custo, promovido pelos bufões.

Minois (2003) também apresenta o riso “sardônico” ou o riso do sofrimento, que desempenha uma função mágica, quase um ritual de purificação da alma na passagem para uma nova vida, que recebe este nome por vir da Sardenha e, segundo a lenda, Tolos, o homem de bronze, pulava no fogo abraçado com suas vítimas, que sorriam, mesmo estando em chamas.

Dessa forma, a relação, riso e sofrimento, contida na expressão riso sardônico, advinha da tortura, da dor, das reações fisiológicas do corpo humano, em especial, a face, que se contorcia, deformava-se e esticava-se ao ser consumida pelo fogo. Esse riso totalmente isento de alegria, prazer ou leveza da alma. Os dentes à mostra, a boca esticada, aberta, escancarada pelo derreter do tecido do rosto, representava o sorriso eterno da morte.

Pode-se mencionar também o riso festivo. Isso porque as festas, as celebrações sociais, os encontros coletivos para a alegria são momentos que necessitam do riso. Para Minois (2003), nesse caso, o riso tem uma função de

⁹ Xenofonte: soldado, mercenário e discípulo de Sócrates.

reordenamento social e reaproximação com o divino. O sentido de congregação do riso nas festas arcaicas reforça a coesão social nas cidades. Na mitologia, o riso é um momento puro, é um estado de origem, que se compara com um momento de transe, de fuga, pelo menos momentâneo, da realidade cotidiana.

[...] o riso festivo é a manifestação de um contato com o mundo divino. E esse riso serve para garantir a proteção dos deuses, simulando o retorno ao caos original que precedia a criação do mundo ornado. O deboche, a agitação, os gritos, as danças são acompanhados de desordem verbal. (MINOIS, 2003, p. 30).

Pode-se, portanto, mencionar que o riso festivo desmontava e afirmava a ordem social ou a sua necessidade de existência. Os exageros, gargalhadas, euforia, onde quase tudo era permitido, davam poderes transgressores ao riso como arrefecimento da sociedade cotidiana. No mesmo passo em que tudo liberava, onde corpos, prazer, volúpia e experimentação da desordem se misturavam, o riso também servia para limpar a ordem, trazendo, no fim da festa, tudo para a sua normalidade.

Observa-se aqui um duelo entre os ideais aristocráticos de beleza e moral versus o comportamento torpe, grosseiro da bufonaria herdado do século V a.C. Minois (2003, p. 60), utilizando-se das ideias de Aristóteles, apresentadas em *Retórica III*, acrescenta que “A ironia convém melhor ao homem livre que à bufonaria, já que o homem livre diz a pilhéria para o seu próprio prazer. Ao passo que o bufão diz para o prazer do outro”.

Ou seja, neste ponto, verifica-se o uso do riso como ferramenta para regularizar os comportamentos sociais, sendo esta metodologia utilizada e observada também nas publicações pasquineiras do início do século XX, em Fortaleza.

Com o decorrer do tempo, observa-se a mudança que aos poucos acontece. Mudança essa observada pelos filósofos. Segundo Bremmer (2000), o discurso político e social do humor foi sendo substituído por palavras e frases mais polidas, mais cuidadosas, menos ofensivas. A injúria pessoal e a bufonaria foram aos poucos deixados de lado nas comédias de Atenas. No decorrer do século IV, o poder ofensivo e constrangedor das piadas foi se tornando uma preocupação daqueles que faziam arte, ou nas classes mais refinadas.

Platão¹⁰ fala, por exemplo, da domesticação do riso e a condenação do risível, por meio da sua condição de ridículo, agressor ou contraventor dos bons modos, ou do que deveria ser sério. A esse respeito, Alberti (2002, p. 82) menciona que, “Lembremos, por exemplo, a teoria de Platão: o estado de alma que nos colocam as comédias é um prazer impuro, misturado de inveja e malícia e aquele de que rimos desconhece-se a si mesmo”.

Observa-se, portanto, após leitura dos autores mencionados anteriormente, que o riso começa a assumir uma conotação punitiva. E esta ridicularização do riso por meio do próprio cômico também era utilizado nos pasquins do Ceará Moleque, que será tratado mais adiante. Essa literatura também tinha a função de corrigir, punir e evidenciar aqueles que feriam a ordem social. O humor de Platão, pautado nos limites da polidez e voltado para uma contemplação da retórica, compara-se ao humor na *Belle Époque* de Fortaleza, como ferramenta de normatização social.

A tendência do humor como corretivo social é evidenciado nas obras de Isócrates¹¹, dos anos 350, quando o orador conservador criticava àqueles cuja capacidade de zombar e arremedar pessoas talentosas não se continham nas piadas.

Platão e Aristóteles, contudo, opuseram-se ao humor grosseiro, pejorativo e à obscenidade. Para eles, o riso deveria ser contido, inofensivo e comportado. Platão chega a sugerir que o riso e a bufonaria sejam atitudes ou comportamentos exclusivos dos escravos ou estrangeiros. Seria preconceito? Os filósofos tratavam o humor como um comportamento inferior, de pouco valor humano, onde pouco se exigia de conhecimento para poder fazer rir? Principalmente, porque Platão, em suas obras, defende a ideia de que o riso era proibido, pois, para ele, os homens deveriam ser sérios, contidos, reservados. Platão acreditava que o riso era um comportamento inferior, baixo, e o fazer humor era uma atitude de pessoa menos inteligente. Dessa forma, para Platão, os *bufões* eram pessoas que se excediam no riso e no humor, trocando o lisonjear pela risada, pela piada.

Segundo Minois (2003), para alguns pensadores gregos, o riso era um comportamento ou fenômeno perigoso. A defesa de um ser humano sério, neutro,

¹⁰ Platão: filósofo e matemático ateniense do período clássico da Grécia Antiga e um dos construtores da filosofia naturalista.

¹¹ Isócrates: orador e retórico ateniense.

isento do riso, possibilitaria um melhor controle social. Assim, o riso precisava ser controlado, enjaulado ou, pelo menos, tornado menos importante e, conseqüentemente, deixado de lado.

Observa-se, portanto que o ato de rir, para esses pensadores, tinha uma conotação pequena, de pessoas com menos capacidade intelectual. Nessa corrente de pensamento, o riso era visto como uma atitude capaz de ofuscar a necessidade de compreender as coisas sérias da vida. Ocupar-se com o riso ou promover o risível poderia impedir a transformação do mundo. Ser apático, indiferente ou neutro frente à ordem do mundo seria a melhor forma de compreendê-lo e, assim, mudar uma realidade.

Acredita-se que os estóicos¹², tidos como as pessoas sérias, que não riam, nem se deixavam levar pelas pilhérias dos bufões, bem como se mostravam sensíveis às zombarias alheias, condenavam a parte negativa do riso, aquela que ridiculariza, agride ou mesmo promove o embate. Platão também argumentava contra o riso. Minois (2003, p. 70) a este respeito menciona: “Para os estóicos, o riso é uma marca da vulgaridade e de bobagem, mas é, também, e sobretudo, uma marca de impotência, uma confissão de fracasso em transformar o mundo ou uma situação; é uma resposta inadequada.”.

A condenação do riso sustentava-se na necessidade de manter a seriedade das relações sociais do cotidiano. O riso detinha o poder de perturbar a ordem social por meio dos seus sons, gestos faciais e desmonte do corpo em movimentos extravagantes. É o que Minois (2003, p. 70) menciona a respeito: “É uma paixão que perturba a alma e que pode estar ligada, ao mesmo tempo, ao prazer e à dor.”. Também era condenável rir dos pares, dos amigos, daqueles que compõe o mesmo ciclo social. Porém, rir dos inimigos era lícito, permitido. E, Platão reforça seu combate ao riso gratuito, ridicularizador e desmedido quando esse se volta para a política e os deuses.

Há um domínio em que o riso é absolutamente proibido: a política. Não se deve, evidentemente, zombar de homens políticos, e estes últimos, sob pena de degradar sua função, devem sempre permanecer dignos e sérios. (...) O riso faz as pessoas perder a lucidez e o controle de si mesmas, indispensáveis aos dirigentes. (MINOIS, 2003, p.71).

¹² Estóicos: moralistas, pragmatistas.

Observa-se, portanto, a condenação direta do riso contra e pelos políticos. Esses deveriam ser sérios, equilibrados e comedidos. Qualidades totalmente contrárias ao riso.

Minois (2003) menciona que o filósofo também confrontava e condenava a teoria do riso dos deuses, promovida por Homero em *O riso inextinguível dos deuses*. A justificativa de que o mundo divino era imutável, único, preciso, o que os diferenciava dos homens. Assim, em Platão, segundo Minois (2003, p. 72), o riso tinha uma função moralizante dentro da sociedade: “O riso é estranho ao mundo divino, mundo do imutável e da unidade; ele pertence ao domínio desprezível do mutante, do múltiplo, do feio, do mal.” Enfatiza-se, ainda, o fato de que, em Platão, o riso comedido tinha uma função moralizante, dentro da sociedade.

Com Platão, o riso domesticado, reduzido a um magro sorriso, é limitado a um uso parcimonioso a serviço da moral e do conhecimento. O riso arcaico, barulhento e agressivo, está tomado; desse mal, é preciso fazer um bem, como de um cão selvagem, se pode fazer um cão de guarda. (MINOIS, 2003, p.72).

Considerando ainda o período arcaico¹³, Minois (2003), referente a esse período, apresenta dois tipos de risos. São eles: o *gêlan* e o *katagêlan*. O primeiro define-se como um riso simples, comedido, de felicidade. O segundo, como um riso zombador, achincalhado, desmedido e até certo ponto agressivo. O mesmo autor acrescenta que, para os filósofos arcaicos, a partir do século V a.C, o riso grosseiro, maldoso era uma manifestação indecente, remota, que representava as atitudes mais primárias do ser humano. Desse riso, nada ou muito pouco se extraía de positivo. Era um comportamento torpe, pobre de conteúdo intelectual, por consequência, menos nobre.

Verifica-se, portanto, segundo a leitura de Minois (2003), a postura de condenação do riso dos deuses por Platão. O filósofo questionava como poderiam se comportar como mortais, ter atitudes sensíveis, se os mesmos representavam o universal, o eterno, o soberano, o que nunca muda.

O riso passa, então, a uma conotação de contemplação, informação e intelectualidade. Deixa-se de lado a grosseria, a sexualidade, a obscenidade, os ataques verbais aos políticos. O teatro cômico agora tinha bilhetagem, com a presença de um público mais polido, pessoas que não mais buscavam a

¹³ Período arcaico: período situado entre os anos 700 e 500 a.C. que sucede a Idade das Trevas e propicia os primeiros passos para a democracia grega.

ridicularização do outro como fonte do riso. Esse, menos incisivo moralmente, tem, neste momento, a função de apaziguar socialmente as relações sentimentais, conjugais e familiares. Said (*apud* Minois, 2003, p.51) informa que “A comédia tem por função, em primeiro lugar, permitir ao público esquecer por um tempo suas inquietudes e espantar seus temores, apresentando-lhe um universo em que a ordem sempre acaba por ser reestabelecida.” Trata-se, portanto, de algo leve, cuja finalidade é aliviar as tensões do dia a dia.

Seguindo a mesma linha de pensamento de Platão, Aristóteles defende o riso como uma capacidade própria do homem, que só o ser humano seria capaz de ri de algo. Ainda para o filósofo, o humor, ou risível, era definido como uma atitude degradante, menos nobre e inferior se comparada à tragédia grega. Aristóteles (*apud* Minois, 2003, p. 73) define o humor como um “defeito e uma feiura sem dor nem dano”. Características estas igualmente negativas.

O humor excessivo, desrespeitoso e sem classe, produziria um riso desnecessário, que muito pouco ou quase nada contribuiria para um debate ou aprofundamento de um tema público. Aristóteles defendia que os bufões tinham a obrigação de fazer rir e, para isso, utilizavam-se de todos os artifícios, causando no público um riso forçado, não espontâneo. Em contrapartida, o filósofo defendia o riso espirituoso, refinado e positivo.

Verifica-se, portanto, uma tentativa de domesticação do riso a partir do momento que regras e critérios para se fazer rir e a forma como se rir eram defendidas como a mais adequada, politicamente aceitável. Em Plutarco¹⁴, filósofo platônico, encontra-se a relação de rir e ateísmo. O riso afastava os seres humanos de Deus, a partir do momento que os faziam ficar fora de si. Segundo Minois (2003), assim como Aristóteles, Plutarco defendia que dois assuntos devem fugir do riso: a religião e a lei.

A condenação do humor e do riso, como comportamentos inferiores, servia, na prática, como uma tentativa de correção social, em que bons modos, costumes adequados e atitudes polidas aproximavam o homem de Deus e manteria uma harmonia entre os indivíduos da sociedade. Para que isso acontecesse, o homem precisava aprender a rir de maneira comedida, sem exageros ou descontrole. Ao mesmo passo que o humor limitaria o seu discurso a uma postura

¹⁴ Plutarco: historiador, biógrafo, ensaísta, filósofo platônico grego

elegante, sem zombarias, constrangimento alheio ou agressividade, capaz de ferir a honra de outrem.

E, no século IV, nos simpósios, a bufonaria se tornou cada vez menos aceitável para a classe alta como uma expressão de humor. O insulto através das piadas e do humor se tornou menos aceitável também.

Sobre as piadas, trataremos brevemente. Mas há muita curiosidade e questionamentos a respeito. Vejamos: Como as piadas eram construídas e disseminadas? Elas eram criadas? Escritas? Guardadas onde? Como os artistas que vinham nas gerações posteriores poderiam conhecer o que foi produzido anteriormente?

Jan Bremmer (2000) menciona que, segundo o comediógrafo Plauto¹⁵, os parasitas anotavam, copiavam ou escreviam as suas piadas para a posterioridade. Essas serviam como livros para presentes, dotes de família e até produtos para a comercialização em feiras.

Os Scholastikos eram aqueles que davam palestras ou assistiam a elas. Tratava-se dos Scholas, ou seja, dos médicos, professores, intelectuais, videntes, astrólogos que sofriam com o ceticismo dos piadistas que usavam os profissionais como referência para a zombaria. Existiam poucas piadas cujo conteúdo tratava de misoginia, ódio, desprezo ou repulsa ao sexo ou gênero feminino. A misoginia é o antônimo de filogenia, que é o apreço ou admiração pelas mulheres. A maioria das piadas enaltecem os feitos dos homens comuns e zombavam dos intelectuais. E, quase sempre, os livros de piadas traziam experiências das classes sociais mais baixas.

Diante desta afirmação, abre-se um parêntese a fim de estabelecer um paralelo entre estas piadas e o humor cearense. E não apenas o humor que agora conhecemos, o atualmente apresentado nas casas de show de humor, mas sobretudo com os pasquins e o processo de ridicularização por meio do riso.

Segundo Bremmer (2000), o refinamento na cultura grega tornou-se regra. O humor estava arraigado ao simpósio antigo, ou seja, era atrasado, um comportamento ultrapassado. Os pitagóricos foram os primeiros e principais filósofos contrários ao riso e formularam inúmeras prescrições ascéticas.

¹⁵ Plauto: dramaturgo romano. Suas comédias estão entre as obras mais antigas em latim preservadas integralmente aos dias de hoje.

Fortalece a ideia dos filósofos às acepções oferecidas a este respeito pela igreja, simbolizando os cristãos. Afinal, o cristianismo também condenava ou regulava o riso. O riso, em alguns casos, até poderia existir, mas, deveria ser comedido, discreto, educado e não passar de um sorriso. Os cristãos pagãos seguiram regras dos filósofos conservadores. Como não podiam proibir radicalmente as pessoas de sorrir, os padres tentavam regular o riso. Clemente de Alexandria, em seu livro *Paedagogus*, (*apud* Bremmer, 2000, p. 43), menciona que “Um riso deveria ser o suficiente para um cristão, enquanto as mulheres e os rapazes deveriam ter muito cuidado para não rir”.

Mas, o riso era apenas um dos vários tipos de expressões e atividades físicas que ficavam sob o olhar observador e regulador do cristianismo. O comer, o dormir, a sexualidade e o falar também estavam sob a casta das regras da igreja. Assim, temos que a interrelação entre os primeiros cristãos e os pitagóricos influenciou sobre as reservas ou deleite do ser humano pelo riso ou humor.

Deleitar-se com o humor e o riso abundante é eminentemente contrário a se esforçar para manter toda a vida sob controle, o que pode ser observado entre pitagóricos, os espartanos e, em um grau ainda mais alto, os cristãos ascéticos. (BREMNER, 2000, p. 43).

Contudo, acredita-se que o riso é libertador, é livre, representa um momento de independência do corpo e da alma, e principalmente a tranquilidade de uma sensação de prazer. Isso ia de encontro à ideologia ascética do cristianismo, no qual os monásticos defendiam uma sociedade tensa, enclausurada, e, até certo ponto, triste, tristeza essa defendida como necessária para purificar a alma.

Lauto, (*apud* Bremmer, 2000, p. 54), considera que “O riso se extrai do castigo da deformidade e da desgraça, sem causar vergonha”. Esses desvios são os erros sociais, os equívocos, e, para corrigi-los, o humor tinha um papel fundamental. Claro, o humor apresentado de um modo socialmente polido e aceitável.

Portanto, mais uma vez, observa-se o humor sendo regrado, limitado e direcionado dentro de normas sociais. E, uma vez mais, faz-se um paralelo entre esta realidade e a do início do século XX, em Fortaleza, onde os pasquins e outras formas de humor tentavam regulamentar o comportamento social, denunciando os atos desviantes, tidos como impróprios. Tem-se, portanto, que as publicações periódicas denominadas de pasquins serviam como canais diretos tanto para

repreender os indivíduos que saíssem da linha, como promover o que seria um comportamento socialmente correto.

Segundo Bremmer (2000), para Cícero, o humor criticava os desvios sociais dentro das mesmas classes. Dessa forma, o humor, ou a crítica direta serviria para tentar corrigir esses desvios sociais, porém, deveriam ser espirituosos, para assim tentar amenizá-los. O humor espirituoso, politicamente correto, era utilizado como forma de alinhar os desvios sociais dentro de normas de boa conduta pré-estabelecidas, que direta ou indiretamente, impunham limites da graça e do humor.

Em Roma, na Grécia Antiga, havia duas classes: os gravitas, pessoas tidas como inteligentes a quem a seriedade e a respeitabilidade não excluem o humor; e os urbanistas, considerados iletrados.

Para Cícero, a graça dos gravitas deveria estender-se por todo o cotidiano da sociedade, chegando aos urbanistas, estes, exigidos por suas “graças” mais exageradas. Os urbanistas deveriam ser regrados pela graça polida das senatoriais¹⁶. Mais uma vez, observa-se que a aristocracia e a senatorial queriam preservar as regras das suas próprias classes, impondo regras e limites para o humor, ao mesmo passo que advertia os comportamentos desviantes e exagero dos discursos dos artistas. Tão grande era a rigidez que havia a licentia, uma espécie de regras de boas condutas e posturas para as piadas. A própria palavra ‘licentia’ tem conotação de licenciosidade, polidez, esmero, como se fosse pedir licença para se fazer piada.

Para Cícero, segundo Bremmer (2000), o humor na retórica era uma crítica necessária, dentro de limites aceitáveis de polidez, elegância e inteligência, aos próprios membros da classe social do regime. Era o humor para a correção, alimento e censura.

Segundo Alberti (2002), Cícero se utilizava do riso para ilustrar e preencher os seus discursos. Assim, poderia prender mais a atenção da plateia. Para o filósofo romano, o humor tinha uma função dentro do exercício da função de um orador:

[...] o emprego do risível no discurso tona o ouvinte benevolente, produz uma agradável surpresa, abate e enfraquece o adversário, mostra que o

¹⁶ Senatoriais: proveniente de Senado. Relativo às províncias senatoriais.

orador é homem culto e urbano, mitiga a severidade e a tristeza, e dissipa acusações desagradáveis. (ALBERTI, 2002, p. 58).

Cícero considera o limite do riso uma das particularidades do humor, uma das particularidades do humor é o limite do riso. Para o filósofo, nem toda ocasião cabe o risível, nem tudo permite o cômico. O riso deve ser proposto, por meio da retórica, para assuntos sérios, com o objetivo de ajudar o orador a ganhar a causa do discurso. O objetivo principal do risível, segundo Cícero, não é divertir, mas sim, ser útil ao cliente.

Observa-se, portanto, uma aproximação com a utilidade do humor ao amigo, proposta na teoria de Aristóteles e Platão. Os limites do risível, ou os objetivos sérios do humor. Dessa forma, tem-se, segundo Cícero, que o ser humano sério, culto ou livre se utilizaria do humor como uma razão nobre, uma proposta séria e justificável na sociedade romana. Ou seja, este seria o oposto do bufão, que ria e fazia rir de tudo e de todos, a qualquer hora e sem uma razão definida. Apenas divertia.

Segundo Bremmer (2000), a forma e objetivos do humor da aristocracia romana refletiam o momento político da época. Quando a aristocracia se afastou dos assuntos políticos, o humor tomou outros termos, como a família, a sexualidade, os comportamentos desviantes do indivíduo. Assim, as prostitutas, mães solteiras, filhos perdidos transformaram-se no foco do humor romano, porém, não há o escárnio, o tom pejorativo, capaz de diminuir e de humilhar o outro. Buscava-se apenas rir, ainda que fosse do outro.

Ou seja, o humor romano arcaico foi uma continuidade adaptada da comédia nova grega, em que as peças, recheadas de oratórias, excluíam a crítica social direta. Criticar ou ridicularizar o cidadão seria criticar a aristocracia. As piadas, com limites, eram aceitas dentro do próprio grupo social. Quando transplantava as barreiras das classes sociais, tornavam-se uma ameaça ao status.

Segundo Fritz Graf (2000), os romanos sentiam orgulho de ser um povo bem humorado. A graça bem elaborada e polida da Roma antiga era mais contagiante do que a graça grega. A comédia e a sátira foram as duas principais representações romanas do humor. Em especial, a sátira literária¹⁷.

¹⁷ Compreende-se por sátira literária, considerando o sistema literário latino, à criação livre e irônica tecida contra organizações, hábitos e concepções dessa época. Engloba ainda a conotação de natureza picante, crítica e maledicente, assim como de natureza irônica, de zombaria.

O escritor Cícero reuniu um grande número de informações sobre a prática da graça e do humor tanto na vida pública, como no cotidiano da alta classe romana. Para Cícero, o limite da graça e do humor deveria ser compreendido e seguido para que os humoristas não se transformassem em um *scurra aut mimus*. Ou seja, essa expressão em latim, refere-se às pessoas que desconhecem os limites do humor impostos pela seriedade (*gravitas*) e inteligência. Os exageros da caricatura também eram lembrados.

Dessa forma, tem-se que nem tudo o que é ridículo é engraçado. Nem tudo o que faz rir é humor. O cômico rude e constrangedor apenas arranca o riso de quem não é a referência para a composição da piada. É fácil rir dos outros.

Se essa é uma visão elitista ou fruto de uma classe social com mais conhecimento, pode-se notar o conflito social proporcionado pelo humor. Para os romanos antigos, ou pelo menos para as classes sociais romanas mais abastadas e instruídas, a graça deveria servir para conquistar a plateia com inteligência, elegância e prudência, sem exageros. Ao passo que o humor praticado pelos escravos, estrangeiros, homens livres ou servos, em fim, os artistas, os palhaços, os profissionais do riso deveriam se diferenciar desse humor praticado pelos grandes oradores.

As técnicas utilizadas pelos partícipes serviam para distinguir o tipo de humor praticado pela classe social a que cada um pertencia. Dessa forma, observamos que a diferença estava na posição hierárquica da sociedade. Minois (2003), a este respeito, menciona que, para Sócrates, a partir do século IV a.C, o riso se traduz na polidez domesticada da urbanidade, um riso com limites e arestas bem definidas. Um riso capaz de gerar reflexões em busca da verdade. O riso incontrolável que vem dos deuses deve ser controlado, do contrário, pode levar o homem à demência.

Cabe aqui traçar um paralelo com os tipos de humor praticados no Brasil. Pode-se mencionar que o humor do Sul é proveniente de uma classe social mais urbana, mais classe média, tornando-se humor da classe média para a classe média. Pode, inclusive, provocar o mesmo tipo de riso, o ato de rir, mas o conteúdo é mais distante do cotidiano das ruas, das feiras, ou seja, das classes sociais mais baixas. Talvez, por esse motivo, acredita-se que Cícero fora chamado, por seus críticos, de palhaço.

De acordo com Bremmer (2000), o humor romano critica algumas características étnicas dos gregos sob a forma de piadas. Mais do que criticar, eles queriam afirmar a cultura romana como superior. Tem-se, então, no humor romano, o humor carnavalesco, o humor da transcrição da própria realidade. O humor romano pouco se diferenciava do humor ateniense, seja o antigo, seja o novo humor romano. O humor do palco, das peças teatrais, o humor de correção e censura social por meio das críticas inteligentes, com jogo de palavras, neologismo e metáforas. O humor romano, ou humor de Plauto, apenas deram mais hilaridade e jocosidade às cenas e interpretações e serviram para tornar as peças mais engraçadas e divertidas, porém não menos polidas e politicamente corretas. A diferença entre o humor grego e romano foi a função social do riso, que mudou a forma de se apresentar nos palcos.

Normalmente, o intuito do humor étnico não é a crítica, isto é, a correção, mas, a afirmação da própria identidade por meio da diferenciação. Mas, o humor étnico plautino revela uma inclinação inteligente: ao atribuir a Atenas toda a imoralidade possível, deixa a entender que Roma é justamente o contrário; mas a plateia sabe muito bem que não é este o caso. (BREMNER, 2000, p.59).

Destaca-se que o humor e o escárnio, tanto o grego quanto o romano, serviam como meios conservadores para corrigir a perversão e comportamento desviante. Faz-se aqui menção à Fortaleza *Belle Époque*, momento em que as pessoas sofriam nas mãos dos escritores dos pasquins que regravam a vida pública, por meio das piadas, escárnios e ridicularização. Tem-se, desta forma, que a função do humor romano era o moralismo.

O humor romano é, portanto, uma espécie de humor étnico, aquele que busca a afirmação da própria identidade por meio da diferenciação. Estabelece-se aqui outro paralelo com o humor cearense, quando os humoristas utilizam-se, por exemplo, dos aspectos étnicos na construção de suas piadas, inserindo no contexto em questão as origens dos turistas e, questões relacionadas aos negros, aos asiáticos, aos brancos, dentre outros. Seguindo o contexto, as piadas apresentadas nos shows, quando referem-se à região Norte, mencionam aspectos da etnia indígena e dos referenciais geográficos de matas e rios. Se é um turista gaúcho, brinca-se com a sexualidade. Ao referir-se a um turista carioca, brinca-se com seu falar, principalmente na pronúncia do “s”, assim como com os de São Paulo, a pronúncia do “r”. Ao mencionar o Maranhão, faz-se referência à forte cultura negra,

mencionando o reggae, as credices e a cor de pele negra. O mesmo acontece quando se refere à Bahia, caracterizando também os baianos como preguiçosos. E, como estes, existirão muitos outros exemplos. A seguir trataremos do humor e do riso na Idade Média.

2.3 O HUMOR NA IDADE MÉDIA

Se, na Roma Antiga, o riso satírico predominava, na Idade Média (séculos V a XV), o riso era, sobretudo, o resultado da paródia sobre os próprios comportamentos, defeitos e imperfeições humanas. Identificado principalmente nas festas, o objeto da zombaria era o próprio corpo, o próprio jeito de ser. Segundo Minois (2003), morte, guerra, pragas eram constantemente presentes na vida de quem construía ou se deleitava com o riso. O sagrado e o profano, o poder e o servir, os guerreiros e os vencidos, a virtude e os vícios, a dualidade era permanente na elaboração do cômico e na forma de rir. Assim, os bobos da corte, os romances burgueses, o burlesco sobre os sermões eclesiásticos, a desconstrução de personalidades ou grandes comerciantes, homens de poder davam lugar a um riso tenso.

De acordo com Alberti (2002), se para os gregos e romanos o riso é uma faculdade particular do homem, na Idade Média, esse pensamento ganha mais um adendo. O riso, além de diferir os homens dos animais, também o faz diferente de Deus. Embora o riso fosse considerado uma faculdade própria do homem, este não poderia, pelo menos perante aos mandamentos divinos, praticá-lo livremente. O riso era condenado em várias passagens bíblicas sob a justificativa de que Jesus nunca tinha rido, mesmo sendo um homem como os demais. É o que nos apresenta Fernando Moreno Silva,

Vários outros exemplos poderiam ser enumerados, como a passagem em que o profeta Elias zomba das preces dos profetas de Baal, ou quando Hamã, príncipe-mor do rei Assuero, foi obrigado a humilhar-se, puxando um cavalo no qual se assentava seu maior êmulo, o judeu Mardoqueu, gritando e o exaltando por toda a cidade. No tocante ao Novo Testamento, o riso é condenado por ser diabólico. Satã aflora como uma potência do mal, como uma força que deve ser rechaçada. Ele é citado 188 vezes, desnudando a aproximação do Juízo Final. A partir de então, é proibido rir. (SILVA, ANO, p. 216).

Jacques Le Goff (2000) observa aí um paradoxo. Se para Aristóteles rir é uma faculdade própria do homem, e Jesus, homem na terra, não poderia ou teria

rido uma vez na vida. Isso pelo menos segundo o pensamento cristão da igreja medieval.

Vê-se, portanto, que em torno do riso travou-se um grande debate, que vai longe, porque se Jesus não riu uma única vez em sua vida humana, ele que é o grande modelo humano, [...] o riso torna-se estranho ao homem, ou pelo menos ao homem cristão. Inversamente, se é dito que o riso é próprio do homem, é certo que, ao rir, o homem estará exprimindo melhor a sua natureza. (JACQUES LE GOFF, 2000, p. 69).

A essência do riso na Idade Média era marcada por uma ambiguidade: ao mesmo passo que diferenciava, por ser uma faculdade exclusivamente humana, e o tornava soberano perante os outros animais, também o diminuía à insignificância perante a Deus. Esse descompasso da postura teológica frente ao riso é tratado por Charles Baudelaire (*apud* Alberti, 2002)

[...] a essência do riso se desprende do choque entre dois infinitos próprios à condição humana: a grandeza infinita que o homem experimenta ante os animais, em relação aos quais se sente superior, e a miséria que o homem experimenta em relação ao ser absoluto, que nunca rir. (ALBERTI, 2002, p. 69).

Jacques Le Goff (2000) também destaca o riso como uma contraversão espiritual a partir da quebra do silêncio monástico, uma virtude fundamental para a aproximação pura com Deus e fortalecimento da humildade. O mesmo autor menciona que no começo da Idade Média, para a igreja, o riso era perigoso, talvez por sua liberdade de expressão humana e terrena, talvez pela não possibilidade de controlá-lo. Os comportamentos anárquicos, anormais e provocativos deveriam ser combatidos ou, pelo menos, controlados de alguma forma. Mas, por que controlar o riso dos outros? Aos poucos, sem poder proibir totalmente o riso, a igreja posicionou o que seria o riso bom, saudável, aceitável e digno do ser humano, do riso ruim, jocoso, capaz de ofender e diminuir o ser humano.

Alguns reis, como é o caso de Henrique II, eram considerados *rex facetus*, ou, “rei cômico”. O riso e a comicidade eram uma forma de mostrar poder, um instrumento de governo, uma forma de estruturar a sociedade ao seu redor, usando a graça como forma de se aproximar, sem se misturar com as camadas mais baixas do seu reinado. Umberto Eco, em *O Nome da Rosa*, segundo Le Goff (2000, p. 72), o riso é uma expressão corporal. O som do riso, a elasticidade da gargalhada, as contrações da risada, o jeito tímido e comedido do riso integram as

práticas corporais e culturais da sociedade. “O riso é um fenômeno expresso no corpo e pelo corpo.”

Minois (2003), por sua vez, destaca que as origens, os fatos históricos, os dogmas do cristianismo fortalecem a característica de ausência do riso nessa religião séria por excelência. Mesmo na Santa Trindade, em que um dos elementos é o próprio homem, assim como os demais, não existe motivo algum para o hilário. Uma postura platônica e aristotélica sobre o riso e o cômico.

Para o cristianismo, o riso era uma ameaça ao silêncio monástico, tão glorificado e defendido como um momento de aproximação com Deus, uma virtude existencial. A quebra desse silêncio, desse controle do som e do tempo, era tratada com uma ofensa, uma falta de respeito, uma violação capaz de afastar o homem de Deus. Tentando diferenciar cristianismo e riso, Le Goff (2000, p. 72) menciona que “A codificação do riso e a sua condenação nos círculos monásticos resultam, ao menos em parte, de sua perigosa relação com o corpo.” O riso, assim como o ócio, eram os grandes inimigos dos monges.

A violação do silêncio pelo riso representava para a igreja um desrespeito, um pecado, sendo assim, o oposto da humildade. Uma das formas de reger os comportamentos na Idade Média foi a *Regula Magistri*, do século VI. Trata-se de um conjunto de ordenamentos para guiar a fisiologia do comportamento cristão aceitável, sejam eles comportamentos físicos ou espirituais. Estabelece-se aqui um paralelo com os ‘moleques’, que serão tratados mais adiante. Os moleques eram meninos malinos, traquinos, levados, danados, capazes de acabar com a ordem, a calma e o silêncio dos ambientes com suas travessuras. O humor cearense tem muito disso, de quebrar a ordem das coisas, de zombar do que se propõe a ser sério demais, silencioso demais, polido demais. O que veremos mais adiante é que o humor cearense busca justamente na quebra dessa seriedade uma fonte constante para a sua existência e materialização.

Retomando o período medieval, tem-se a Idade Média como a idade das sombras, da tristeza, da falta de luz e alegria. Não seria à toa a proibição e combate ao riso. Acerca desta relação do riso com o corpo humano, e a condenação deste pela Igreja Católica, que representava o cristianismo, Le Goff (2000) menciona:

Olhos, orelhas e boca são os filtros do bem e do mal e devem ser usados para permitir que o bem entre ou se expresse, e bloquear o caminho do mal. A *Regula Magistri* fala da “passagem da boca”, a “barreira dos dentes” etc. Quando o riso está começando, ele deve, a todo custo, ser impedido de se

expressar. Assim, vemos como o riso é a pior de todas as formas de expressão do mal que vêm de dentro: a pior poluição da boca. (LE GOFF, 2000, p. 73-4).

Segundo Minois (2003), os textos bíblicos mostram a não necessidade do riso no início da criação humana. Adão e Eva, por exemplo, são isentos do prazer do riso, ou, simplesmente, da necessidade do sorriso. Para o autor em questão, no cristianismo, não existiam motivos que justificassem o ato de rir, tudo era perfeito, tudo tinha harmonia, a normalidade era plena. Minois (2003, p. 112), assim o apresenta: “nenhum defeito, nenhum desejo, nenhuma fealdade, nenhum mal: o riso não tem lugar no jardim do Éden.” O paraíso supria todas as necessidades, anseios e desejos do casal, dessa forma, não existia carência a ser suprida.

Dessa forma, a partir do momento que toda essa ordem é quebrada pelo suposto pecado original, e o desequilíbrio se faz presente, o riso ganha espaço, e o seu proponente é o diabo. A relação do riso com a imperfeição, a negação da beleza, com aquilo que é grosso e grotesco, o torna sinônimo da presença de um ser maléfico à vida humana, o diabo. O homem apresenta-se agora como ele realmente é, diferindo da essência proposta pela lei da criação divina e, por consequência, o riso se nutre de vários aspectos e atitudes. Sobre este tema, Minois (2003) acrescenta:

Agora, pode-se rir. Há de quê se rir: rir do outro, desse fantoche ridículo, nu, que tem um sexo, que peida, arrotta, que defeca, que se fere, que cai, que se engana, que se prejudica, que se torna feio, que envelhece e que morre – um ser humano, bolas!, uma criatura decaída. (MINOIS, 2003, p. 112).

O autor ainda acrescenta, explicando que o primeiro riso relatado pela Bíblia vem da história do casal Sara e Abraão, quando Deus diz que o casal deve ter um filho. Os dois riem, não entendem como poderão conseguir atender ao pedido divino, já que ele tinha cem anos e sua companheira, noventa. A alegria e o riso provêm da falta de lógica racional dos acontecimentos ressaltando o poder da fé. E, fortalecendo esta ideia, tem-se a explicação no livro de Gêneses, do nome Isaac, filho de Abraão e Sara, que significa “Deus ri”.

É notório que a Bíblia, sendo livro sagrado, prega a salvação eterna da humanidade, o humor não teria motivos para existir. Seus estudiosos e intérpretes, os exegetas, eram pessoas muito sérias, que transcreveram junto com as palavras divinas, todas as suas características reservadas e sóbrias. Porém, a partir do século XX, o riso e o humor ganham um novo tom dentro das interpretações bíblicas.

Talvez sempre estivessem lá, porém, não era religiosamente saudável reconhecê-los. Na nova abordagem, a religião cristã não é triste, porque, naquele momento, a tristeza não estava mais na moda. A interpretação da Bíblia reconhece o riso como um fenômeno ou comportamento exclusivamente humano, assim, indiferente ao mundo divino, como pregavam os gregos, por exemplo. Assim menciona Minois (2003, p. 120): “A concepção bíblica do riso é, de fato, clássica e equilibrada, ela se revela até mais moderna que aquela do mundo greco-romano, uma vez que dessacraliza o riso, que não tem mais nada a ver com o sobrenatural.”

Minois (2003) ainda questiona essa citação bíblica, fazendo referência a pessoa de Jesus Cristo. O mito de que Jesus nunca tinha rido, ou sorrido, era mais presente no Novo Testamento. Mesmo que essa máxima só tenha sido desenvolvida no século IV, com João Crisóstomo. Nos escritos cristãos, até o período, não havia nenhuma menção de que o filho de Maria havia executado o ato de rir. Pelo contrário, o riso aparecia naqueles considerados adversários de Jesus. As zombarias, os escárnios, a ridicularização de Cristo pelos soldados romanos, por exemplo, quando o coroaram com espinhos e, às gargalhadas, diziam “salve o rei dos judeus”. Também riram do filho de Deus quando este afirmou que a filha de um notável estava apenas dormindo, e não morta como todos pensavam. Algumas das passagens bíblicas fazem referência à zombaria contra Jesus são: Lc 23:36-7, “E também os soldados o escarneciam, chegando-se a ele e apresentando-lhe vinagre/ E dizendo: Se tu és o Rei dos judeus, salva-te a ti mesmo.” e Mt 27: 39-40, “E os que passavam blasfemavam dele, meneando as cabeças,/ E dizendo: Tu, que destróis o templo, e em três dias o reedificas, salva-te a ti mesmo. Se és Filho de Deus, desce da cruz.”.

Esses relatos bíblicos anteriormente mencionados associam o riso ao escárnio. Neste contexto, o riso é condenado, uma vez que é levado à característica de zombaria contra Jesus, não recebendo, pois, nenhuma forma ou manifestação positiva de alegria. Se Cristo não ria, porque os seus seguidores cristãos deveriam rir? Sua dor deve ser compartilhada e sua atitude imitada. Tem-se, então, que rir não faz bem. Minois (2003) afirma que essa tradição nasceu com São João Crisóstomo e depois se difundiu pelo oriente de forma mais intensa. O bispo romano São Basílio, de Cesaréia, em sua obra *Grandes Regras* apresenta, segundo Minois (2003, p. 121), o que a igreja pensava sobre o riso: “Os relatos evangélicos o atestam,

jamais ele [Jesus] cedeu ao riso. Pelo contrário, ele chama de infelizes aqueles que se deixam dominar pelo riso.”

Vale ressaltar que, inclusive, este pensamento encontra-se tão arraigado que sequer no mundo das artes plásticas, Jesus nunca apareceu sorrindo. Ele fora inúmeras vezes retratado, mas sempre com uma imagem séria, compenetrada, sem nenhuma expressão impressa no riso que venha a sugerir o ato de rir. Acredita-se que a construção da obra está intrinsecamente ligada à formação e à vivência do artista, porém, a ideia da seriedade e do sofrimento é o que mais se apregoa. Mas isso não quer dizer que Jesus não rira.

Porém, ao longo do tempo, o tempo que molda, gradativamente as culturas e, conseqüentemente, os entendimentos sobre o mundo, a personalidade de Jesus sofreu variações. E, de acordo com Minois (2003, p. 124), “Na idade mais humorística – a nossa -, que tanto admira os cômicos, os cristãos esforçam-se para mostrar uma imagem mais ou menos sorridente de Cristo.” É de se imaginar como poderia ter tanto poder de persuasão com os seus seguidores, transmitir ensinamentos e prender a atenção de quem o ouvia sem usar o mínimo de gracejo ou humor. Acredita-se que o filho de Maria não era um palhaço, que de tudo tirava um motivo para o riso, mas, é possível que a sua habilidade com as palavras, acompanhadas de um refinado senso de humor, tenha sido a forma utilizada para fortalecer o entendimento das suas pregações.

Se verdadeiras a autoria das expressões “Passar um camelo por um buraco de uma agulha” (Mt 19:24), “Se Abraão riu é porque pensava em mim”, “Dai a César o que é de César” (Mt 22:21) ou, a famosa “Aquele que nunca pecou que atire a primeira pedra” (João 8:7), Jesus poderia não ser um cômico declarado, porém, dominava a ironia mordaz com maestria. Ironia capaz de arrancar o riso ou mesmo derrotar os seus interlocutores, assim como acontecia na Grécia antiga, quando o risível era utilizado nos grandes debates.

Cristo tinha, portanto, senso de humor. Poucos cristãos contestam isso atualmente. [...] Para John Morreal (1982), a igreja vivia um paradoxo. Sendo Jesus, Deus na terra, a sua magnitude, compreensão de tudo e de todos, absoluto no conhecimento perfeito, não existia a necessidade do riso. Porém, sendo homem, Cristo poderia proferir o riso, faculdade exclusiva do ser humano, e fazer rir. Uma saída para esse desacordo comportamental, poderia ser a teoria proposta por Pierre le Chantre, no século XII: Citação “Jesus podia rir, mas nunca riu. (MINOIS, 2003, p. 125).

Le Goff interroga-se quem e de quem ria? Quais eram os motivos dos risos medievais? O humor partia do dia a dia, do espontâneo, ou era criado sob a referência de um comportamento de grupo ou classe social? Na tentativa de respondê-los, Le Goff busca classificar o riso em categorias ou tipos. São eles: o *Risus Monasticus*, ou riso dos monges, que era um riso legítimo e proibido, praticado nos mosteiros; e o Riso em grupo, também denominado Riso feudal, *Gab*, ou tagarelar. Este último remete às histórias fantásticas e fantasiosas sobre feitos imaginários de cavaleiros e guerreiros. Normalmente, essas histórias eram contadas em grupo de homens, quando estavam fora do cotidiano do lar.

Diante do exposto, traço um paralelo do riso em grupo proveniente do diálogo em encontros fora das situações costumeiras com os nordestinos. Estes gostam de contar os seus causos em rodas de conversas, repletas de humor, seja qual for o tema. A queda do burro, o coice do jumento, a topada no toco, a queda na caçada do gado durante a vaquejada no meio do mato. Longe da comparação com os feitos heroicos dos guerreiros medievais, mas o que se busca apresentar é a dinâmica, que seria a mesma, quando à noite, numa roda de conversa, num quintal, este se encontra reunido e contando vantagens e, na maioria das vezes, tendo este suposto diálogo, o riso como grande deixa para o desenrolar da história.

Para Georges Bataille (*apud* ALBERTI, 2002), o riso, assim como a comunicação, é uma forma de interação social. Por ele, pode-se estudar e observar como uma sociedade se comporta e quais as suas estruturas e modos de funcionamento. Sendo um fenômeno social, o riso acaba por revelar aspectos sociais importantes de um povo, seja no modo de construção do riso, sejam nos seus objetivos, sejam nos seus agentes, seja na forma de sorrir.

Ainda tentando teorizar sobre a tipologia do riso na Idade Média, Jacques Le Goff (2000) trabalha o riso sob dois aspectos, o fazer rir e o ato de rir. O primeiro, fundamentado em postulados, documentos, arquivos e outras fontes que normatizavam o riso na Idade Média, normas estas, no sentido de serem referências de fontes do riso. As formas do riso e suas várias representações são mais complexas, principalmente por serem atos, na maioria das vezes, espontâneos, como um olhar, um aplauso, ou simplesmente um movimento corporal involuntário. Assim, o autor trabalha a história do riso e do fazer rir, da causa e do efeito.

Estudar a história do cômico e do riso é ir além dos códigos da linguagem dos documentos, livros e escritos literários. Estudar o riso é tentar compreender um

mundo de oralidades e gestos, esses tão diferentes ao longo do tempo. O estudo deve ir além, deve ser e estar presente onde o riso acontece, observando as formas, as contrações faciais, a voz, as interações de quem provoca o riso, os gestos e todo o ambiente que abriga os agentes do riso. Esses aspectos possuem suas próprias histórias. Porém, pela praticidade do estudo, tentar-se-á trabalhar a pesquisa como todos eles acontecem no mesmo espaço, momento e situação. Ou seja, nos shows de humor apresentados e voltados ao turismo.

A inquietação de Le Goff sobre o riso começou com alguns questionamentos sobre Jesus Cristo. “Jesus ria? Jesus sorria? Jesus fazia graça?”. Realmente, as perguntas relacionadas ao Filho de Nazaré conseguiu a atenção de tantas pessoas, como ele conseguia passar ensinamentos, palavras de amor, esperança e felicidade? Seria apenas através da seriedade? Será que Jesus nunca se utilizou de uma metáfora que fizesse os seus seguidores rirem ou sorriem? Se Jesus era a imagem e semelhança de Deus, ou Deus em forma de homem, como poderia ele não rir? Para Aristóteles, o riso é um traço distintivo do homem. Dele, por ele, e para ele, o riso existe. Daí surge a expressão latina “*Homo risibilis*” que não é o homem ridículo ou ridicularizado, de quem se rir, mas, o homem dotado do riso, da alegria. O homem que rir expressa e justifica a sua própria natureza, a sua essência, a sua razão de existir. Mencionamos apenas a título de reflexão uma vez que estes não são os questionamentos a que se propõe a pesquisa em questão.

Na tentativa de compreender o fenômeno do riso, Le Goff se fundamenta em Sigmund Freud, o pai da psicanálise. Para este, existem três tipos de riso: o espirituoso, o cômico e o bem humorado. Para ele, não existe a unidade do riso, ou seja, apenas uma forma de representação e, por isso, um conceito específico para determinar o riso. Para Freud, a unidade está no seu método de análise, e não dos objetos estudados ou dos fenômenos, dos seus estudos.

Em Bremmer e Roodenburg (2000, p. 74), algumas teorias sobre o fenômeno do riso são tratadas sob a luz de uma unidade objetiva de autores como Freud e sua teoria das “formas eternas do riso”: “[...] o espirituoso, o cômico e o bem-humorado”. Ou, destacando a teoria do filósofo norte americano John Morreall, que defendia a existência de três teorias principais sobre o riso:

[...] a teoria da superioridade, segundo a qual a pessoa que ri essencialmente tenta dominar um interlocutor ou alguém que o encara por causa do seu riso. A segunda é a teoria da incongruência: o riso se origina, basicamente, na percepção de algo fora dos padrões normais da natureza

ou da sociedade... E, finalmente, há a teoria do alívio, segundo a qual as pessoas que riem liberam um comportamento que, de outro modo, teria expressão e consequências muito mais difíceis. (BREMNER; ROODENBURG, 2000, p. 75).

Detalhando acerca da teoria da superioridade, temos que a pessoa rir, prioritariamente, para superar o seu interlocutor, para dominá-lo, confrontar aquele que encara o seu riso. A teoria da incongruência, por sua vez, apresenta que o riso se origina, basicamente, do que está fora da normalidade natural e social, como se algo espontâneo quebrasse uma rotina. Essa definição faz-me lembrar de Ariano Suassuna, quando este fala que, para ele, não existe momento mais forte para se causar o riso do que uma topada alheia, afinal a topada é a quebra de uma normalidade, de uma caminhada, que “vinha tudo bem, aí, o cabra se lasca no chão”. A topada aqui, tanto é real, como também uma metáfora para exemplificar toda essa espontaneidade do que causa o humor inesperado. E, a última, a teoria do alívio, menciona que as pessoas que riem liberam um comportamento guardado, reprimido, que, de qualquer outra forma, não conseguiram ser expressos. Portanto, o riso é a única forma de expressar um sentimento, uma reação, ou seja, o riso seria uma única resposta para cada situação.

Contextualizando a Idade Média, no Ocidente Medieval, a Bíblia era a grande referência literária para diversos assuntos, conceitos, questões sociais e culturais. Dela eram retiradas as reflexões sobre as teorias do mundo, do universo e sobre o comportamento humano. Para entender um fenômeno, o ponto de partida é a bíblia. E o riso, como um fenômeno social e cultural, não passaria alheios às reflexões guiadas pela bíblia e seus dossiês.

Pode-se citar, como exemplo, a identificação de dois tipos de risos identificados no Velho Testamento. Trata-se do ‘Sâkhaq’, que significa riso feliz, desenfreado, de onde se origina o nome Isaac, que significa RISO. E, o ‘Lâag’, que significa riso zombeteiro, maligno. Para o pensamento medieval, a tarefa era distinguir o riso natural do riso malicioso ou riso do mau. E, desta forma, o cristianismo tentava bloquear o aspecto zombeteiro e libertino do riso, ao passo que impunha regras, normas e uma cartilha de como rir ou sorrir.

Joachim Suchomski (*Apud* Alberti, 2002), em seus estudos sobre textos que tratavam do riso no período medieval, aborda a existência de dois tipos distintos de riso desse período. O riso *laetitia temporalis* que representava as alegrias passageiras, efêmeras, fugazes, o prazer terreno, capaz de fazer esquecer a missão

humana em vida. Por outro lado, o riso *gaudium spirituale* simbolizava a verdadeira felicidade, após a vida, por meio da contemplação de Deus e suas orações. Suchomski também destaca as tendências de condenação do riso e o risível baseado nas provas bíblicas que Jesus jamais ria. Dessa forma, a igreja proibia o riso leve, solto, livre, ao passo que tolerava apenas o riso *gaudim spirituale*. Segundo Alberti (2002, p. 70), “Nos mosteiros e entre os sacerdotes, o risível era proibido, porque as narrativas ou palavras que provocavam o riso faziam parte do discurso superficial e inútil (o *verbum otiosum*) de que o homem devia prestar contas no Juízo Final.”

Destaca-se, após a exposição sobre este tema, que há muitas variantes do riso, mas que, sobretudo, durante a Idade Média, este fora comedido, vigiado e, porque não dizer, proibido. Em suma, segundo Le Goff (2000), podemos mencionar que entre os séculos IX e X, considerado período monástico, o riso fora reprimido e sufocado. Assim também o era o ato de sonhar. Neste período, chamado de período tenebroso, era um período em que as lágrimas submergiram o riso e suas representações. Literalmente, fora a época das sombras.

2.4 HUMOR NA RENASCENÇA

O Renascimento (período entre fins do século XIV e início do XVII) que é chamado de Século das Luzes, exatamente porque fora o período que sucedeu a Idade Média. O nome Renascimento refere-se a renascer, ou seja, às descobertas, a uma nova visão da vida. Se antes, durante a Idade Média, o que prevalecia era o Teocentrismo¹⁸, ou seja, Deus como centro de tudo, agora, o que desponta é o Humanismo, ou seja, o ser humano passa a ser o destaque.

A Renascença não jogou apenas uma luz sobre a Idade Média, ela trouxe à grande literatura, à pauta do pensamento filosófico, assuntos até então deixados de lado por serem considerados menos importantes. Nesse contexto, segundo Minois (2003), o tema riso foi tirado das sombras da quase insignificância para ganhar destaque nas teorias, estudos e conceitos de grandes escritores e pensadores como Boccacio, Rabelais, Miguel de Cervantes e Shakespeare. O riso faz parte da natureza humana, é um privilégio só dela, nenhum outro animal é capaz

¹⁸ Teocentrismo: filosofia ou doutrina que considera Deus o centro de todas as coisas.

de rir. O riso pode equilibrar as relações sociais, ele faz bem à alma, pode até ser terapêutico, como bem afirma Joubert.

Minois (2003, p. 294) menciona que mais do que simples divertimento, o riso ganha espaço nos grandes debates contra a postura sisuda, silenciosa e triste, defendida pela igreja: “[...] o riso pode constituir uma visão global do mundo, que ele pode ter um valor explicativo e existencial, que pode colocar-se como rival da concepção séria e trágica imposta pelo cristianismo oficial.” Ou seja, na renascença, o riso ganha ares da voz da razão, um signo relevador fundamental da condição humana.

Relegado às camadas mais baixas da sociedade, escondido como um pecado popular, taxado como farsa e comédia durante a Idade Média, o riso apresenta-se agora como uma forma a mais de entender e compreender algumas características das relações humanas. Veremos isso no Ceará Moleque, na Fortaleza do início do século XIX, quando a heterogeneidade da composição social da capital cearense possibilita o humor e o riso como elos dos espaços urbanos da cidade. O riso ganha espaço na imprensa pasquineira, na literatura, nos acalorados debates políticos, e até nas mudanças climáticas em plena Praça do Ferreira, o coração da cultura popular de Fortaleza.

No Renascimento, com a popularização do riso em todas as camadas sociais, os debates entre a igreja e os satíricos se tornaram mais acalorados. O riso não poupava ninguém, nenhuma crença, cor, raça, patente militar ou posicionamento filosófico. O dogmatismo cristão vira alvo dos zombeteiros e atores burlescos, que encontram no sagrado uma fonte rica para a construção do riso. A interferência da derrisão no cristianismo não passaria imune à reação da igreja católica. A este respeito, Minois (2003, p. 295) menciona que “Quando o riso diz respeito ao sagrado, a conflagração é terrível, porque o sagrado é sério por excelência, é intocável. Fazê-lo objeto de escárnio é sacrilégio e blasfêmia, é atacar o próprio fundamento da existência.”

De acordo com dados históricos, para a Igreja Católica e reformista, o riso aparece como uma ameaça, como uma contra-religião, capaz de desviar a atenção do povo para pensamentos e comportamentos fugazes, impróprios e degradantes. Na época, as apresentações humorísticas na Itália, por exemplo, reúnem mais público do que as pregações mais tradicionais, rir transforma-se num momento de

desprendimento das regras impostas pelas religiões, o cômico é uma ameaça à ordem, ao controle social, e o riso um confronto direto ao sagrado.

Porém, o humor também foi utilizado como uma arma para contra-atacar aqueles que ofendiam a fé e suas representações por meio das consideradas heresias e blasfêmias. Martinho Lutero, monge agostiniano, professor de teologia e um dos principais nomes da Reforma Protestante, utilizou-se da ironia cômica para estigmatizar os vícios, pecados e vencer os adversários do mal pensante. Minois (2003, p. 297) afirma que “Lutero, que imagina a corte celeste povoada de antissemitas à sua imagem, empresta a Deus e aos anjos um senso cômico tão refinado quanto o dele: “Quando Deus e os anjos escutam um judeu peidar, quantas gargalhadas e cambalhotas dão.”

Nem profano e nem divino, o humor utilizado por Lutero tinha objetivos claros de atingir, diminuir e até vencer aqueles que zombavam da fé. O humor como arma de exclusão e desconstrução do outro, no caso, os adversários da fé, por meio do riso acusador. Três séculos depois, em Fortaleza, veremos um tipo de humor e riso semelhantes, o humor pasquineiro, provocador do riso acusador, que tinham como propostas apontar à opinião popular aqueles que se desviavam dos bons modos, que saíam da linha da ordem de uma sociedade civilizada.

Minois (2003, p. 200) menciona que, no século XVI, o riso se expandiu territorialmente e ganhou várias caracterizações. “... macarrônico, picaresco, burlesco, grotesco, humorístico, satírico, irônico.” Mesmo com tamanha diversidade geográfica ou temática, a essência humorística de provocar o riso é a mesma em todos esses. De valor social e político, o estilo macarrônico, presente na Itália, utilizava-se da acidez corrosiva e denunciante da miséria popular para atingir os homens de poder.

Também no mesmo período do cômico lúdico, o humor macarrônico italiano, na Espanha, o riso picaresco surge com um tom áspero, tristonho, deprimente, e, na maioria das vezes, com um fim mórbido. No riso picaresco, os excrementos, os escarros, a dor, os cadáveres trazem o homem à condição meramente fisiológica da destruição.

Depois da maçã, o homem é irremediavelmente maldito, mau, perdido, e cada um deles expressa, à sua maneira, a raiva da condição humana, seu desejo de desertar, de acabar com ela: perdendo sua identidade na fusão com o divino ou humilhando-se na infâmia, sob um riso diabólico. (MINOIS, 2003, p. 301).

No Mediterrâneo, ainda no século XVI, o riso grotesco, no sentido literário das coisas, nasce segundo Minois (2003, p.301) da “[...] consciência humanista da ambiguidade e da ambivalência do ser. Ele corresponde ao aparecimento de uma nova sensibilidade: o medo suscitado pelo crescimento brutal dos conhecimentos, que começa a tornar fluido o seguro mundo das aparências.”. Aparências essas promovidas pela vida eclesiástica, pela palavra condenatória dos sermões da igreja, pela superioridade em posses dos senhores feudais, da imponência imposta pela burguesia. O grotesco traz, assim, uma visão cômica sobre o que está posto, ameaçando diretamente a ordem dominante, provocando uma inquietante estranheza na sociedade renascentista.

Lembra-se aqui das grandes transformações econômicas, urbanas e sociais por qual passava Fortaleza no fim do século XIX e início do século XX. Nesse heterógeno universo social, o moderno, a dinâmica industrial trazia para as ruas, espaços públicos e pontos de encontros da população fortalezense uma nova forma de convivência. Assim, o novo contrastava e conflitava com o arcaico, o fino trato da elite europeizada se confrontava com arraia miúda, muitas vezes desprovida de bens e educação. Assim como o riso grotesco, o humor do Ceará Moleque nascia de uma interação social, cujo objetivo principal era desmontar uma classe dominante por meio do achincalhamento, da vaia, do pitoresco, e, porque não dizer, do burlesco.

Na Itália, o riso macarrônico; na Espanha, o riso picaresco; no Mediterrâneo, o riso grotesco. O que mais poderia aparecer para corroborar para o fortalecimento do riso nos séculos após a Idade Média? Na França, surge um humor tipicamente gaulês, caracterizado pela indecência elegante, ousado, com pitadas de desrespeito, com muita jovialidade e construído sobre a paródia. J. Emelina, em sua obra *Como definir o burlesco*, segundo Minois (2003, p. 302), “O burlesco age como uma libertação de tudo o que pesa sobre o indivíduo e a sociedade, às vezes, de maneira desenvolta e elegante, mais frequentemente de forma grosseira. [...]. Ele é o escândalo intolerável do vulgar e da “indecência”, isto é, do que não convém.”. Tem-se, portanto, que o burlesco, com seu aspecto ligeiro, superficial e denunciador, faz do jeito francês de fazer humor contrário à morbidez do trágico picaresco espanhol.

Retomando o humor no Renascimento, quando Mikhaïl Bakhtin¹⁹ propôs a sua teoria do carnaval para explicar a cultura popular, ele deixou um grande legado para os estudiosos seguintes, principalmente para os do período renascentista. Na história do riso, logo após o período da Idade Média, uma gargalhada ensurdecadora tomou conta da Europa. Dessa forma, o Renascimento surgia como uma grande rejeição da cultura oficial medieval. O riso popular agora tomava as rédeas de uma carnavalização da consciência e entendimento do mundo.

O principal estudo de Bakhtin (*apud* ALBERTI, 2002) foi sobre a cultura medieval do carnaval renascentista. Esta cultura medieval divide-se em cultura popular medieval, cultura do carnaval e do riso. Para o pensador Bakhtin, o riso era a representação característica principal da cultura popular de uma sociedade. Bakhtin trouxe para o universo das ciências humanas o tema cultura popular. Até então, o assunto, esse universo de ideias, conceitos e comportamentos da sociedade eram negligenciados em detrimento de estudos sobre a cultura das elites, das classes dominantes.

Bakhtin (*apud* ALBERTI, 2002) repassou seus estudos sobre o cômico, o sátiro, o riso e a graça para representar uma classe ainda submersa nos conteúdos científicos, a cultura popular. O pensador assim dividiu a cultura medieval em dois polos antagônicos. Um das trevas, tristeza e sombra, representado pela rigidez eclesiástica do cristianismo e da cultura dos homens cultos. Esse polo cultural foi batizado de *Agelastoi*, pessoas que não riam ou odiavam o riso. O medo, o temor aos castigos divinos, o pecado e a seriedade eram as principais características dessa cultura das sombras.

No outro polo cultural da sociedade medieval, Bakhtin posicionava a cultura popular e suas características de alegria carnavalesca, uma festa pagã, oriunda das antigas saturnais e bacanais. Para Bakhtin (*apud* ALBERTI, 2002), a cultura popular era isenta de qualquer interferência ou influência da igreja ou cristianismo medieval. Como se o humor e o riso existissem sem influências de religião, dogmas ou crenças. O carnaval seria, assim, um momento de libertação das regras e postulados do dia a dia.

Segundo Alberti (2002), Bakhtin considerava que o riso possuía um poder positivo, capaz de complementar e valorizar assuntos sérios, pertinentes, capazes

¹⁹ O pensador russo Mikhail Bakhtin viveu na primeira metade do século XX e foi um dos grandes contribuintes dos estudos sobre a história da cultura das sociedades.

de aprofundar a concepção do mundo. Era o riso renascentista, o riso do carnaval, com uma força criadora, libertadora, que não recusa o sério, mas o purifica.

Este é o ponto da crítica do trabalho de Bakhtin. Ao analisar o carnaval como um momento de exclusiva alegria e liberdade para o humor, o riso, a alegria, o pensador limitava o seu olhar sobre a Europa medieval, tomando o todo pelas características apenas de uma região.

O carnaval, para o estudioso francês Le Roy Ladurie, também pode representar a dor, o medo, o ódio e o sofrimento da guerra, como bem exemplificou o carnaval na cidade de Romans, no sul da França, no fim do século XVI, quando os nobres das cidades transformaram as festividades em momentos de massacres dos artesãos. Para o francês, o riso e a alegria andam lado a lado com o ódio e o medo. O carnaval tem origem nas festividades que marcavam a transição do inverno para a primavera. O carnaval surgiu apenas no fim da Idade Média, com suas maiores características.

O carnaval, assim como a cultura popular medieval, vivia entre o medo da condenação eterna e a ida para o inferno, e a euforia das festividades e liberdade do carnaval. O riso e o humor não eram isentos das influências da igreja ou do cristianismo. Pelo contrário, a cultura popular era formada pelo medo, alegria, carnaval e temor. O riso, em paralelo com os mandamentos cristãos, servia como um arrefecimento para a condenação eterna, era um alívio para o medo do castigo pelos pecados cometidos. Dessa forma, a relação igreja e riso se apresentava através do pecado e medo da punição, aliviada por momentos de alegria provenientes do humor e da felicidade.

Exatamente porque a maioria das pessoas não conseguia se libertar desse medo da condenação eterna, seu medo era, até certo ponto, psicologicamente aliviado por sua atitude em relação ao riso e a felicidade. Alegria e medo estavam intrínseca e intimamente interligado. (GUREVICH, 2000, p. 87).

Interpretações e conceitos sobre a cultura popular sempre foram feitas por pessoas cultas e de classes sociais mais privilegiadas. Portanto, sofriam influências das suas experiências sociais, políticas, econômicas e regionais. Segundo Minois (2003), os valores culturais do feudalismo foram revertidos, ou invertidos pelo comportamento cômico da cultura popular. Na época, o precursor dessa nova forma de rir foi François Rabelais, escritor, padre e médico francês nascido no século XV. A

sua forma de construir o riso ficou conhecida como riso rabelaisiano, um riso criador, com um poder revolucionário, capaz de “ressuscitar” os mortos. O mundo cômico fortalece, torna indestrutível e triunfante a cultura popular medieval. O renascimento exhibe a fissura e gritante contradição entre o humanismo alegre, libertário, sorridente e o fanatismo da igreja cristã.

O riso de Rabelais (*apud* MINOIS, 2003) possui como principais características o deboche, a inversão e reversão de valores entre a cultura popular e a cultura da elite dominante. Assim, dos atos mais grotescos como o arrote, a flatulência, a blasfêmia religiosa, o riso libertador da renascença é fruto do conflito entre espírito do humanismo e as duras regras dos valores dominantes do período medieval. O alvo da zombaria são as normas, as doutrinas contra o pecado bem como as imposições de uma elite mais culta. Assim o apresenta Minois (2003, p. 273): “... o riso barulhento da seita rabelaisiana, encarando a vida como um Carnaval, pronto a camuflar, sob gargalhadas de riso grotesco, os sopros de angústia que penetram pelos buracos da existência”.

Por este motivo, o riso de Rabelais é considerado uma ruptura entre a cultura do cômico com a cultura mais séria, polida e com princípios mais nobres. A nova forma de interpretar o mundo está presente nas duas culturas. E, segundo Minois (2003, p. 274), “O riso, como forma de encarar a existência, encontra-se tanto nas elites como no povo. E o mérito de Rabelais é, justamente, ter realizado a síntese entre o cômico popular medieval, de base corporal, e o cômico humanista, de base intelectual.”

Dando ênfase ao tema deste trabalho, o Ceará Moleque trata justamente dessa oposição integrada no entendimento e reação aos fatos do cotidiano. O popular, o tradicional e o moderno se interagem na construção de um cômico e riso todo cearense. O burlesco alencarino²⁰ bebe na fonte da cultura da rua, do povão, para arrotar sobre as imposições de uma elite dominante.

Rabelais traz a era do absurdo, onde se ri da realidade e pela realidade, sem dó nem piedade. Até os sérios riem das suas realidades, se reconhecendo em formas, atos e pensamentos. Por mais que não aceitassem. A proposta transgressora e absurda de Rabelais também lhe proporcionou o ódio daqueles que, por anos, detinham a verdade, seja nas ciências humanas, sejam nos dogmas

²⁰ Burlesco alencarino: o rir e o fazer rir do Ceará, terra do escritor José de Alencar, daí o título alencarino.

religiosos. Mesmo que a referência para a construção desse riso ameaçador seja o riso-carnavalesco, em que a gargalhada livre e incontrolável tudo permitia, Rabelais constrói um riso filosoficamente moderno. MINOIS. No riso de Rabelais, segundo Minois (2003, p. 274), “Tudo tem duplo sentido, dois níveis... Tudo pode ser lido pelo direito e avesso. Decorre disso seu sucesso em todas as categorias sociais e também as interpretações contraditórias de sua obra.” Assim, o escritor apresenta o inferno como um lugar onde a inversão é lei. Nem tudo é sofrimento, nem todo santo em terra tem vida fácil com Lucifer e aqueles que, em vida, foram dominadores, soberanos na verdade e decisões, agora, são tratados como seres comuns. Minois (2003) apresenta outros exemplos:

César e Pompeu são alcatroeiros de navio; Cleópatra, vendedora de cebolas, o rei Artur, limpador de toucas; Ulisses, ceifeiro; Trajano, pescador de rãs; os cavaleiros da Távola Redonda, remadores do Rio Estige; Júlio II, criador de patês; Bonifácio VIII, escumador de panelas, e assim por diante. (MINOIS, 2003, p. 275)

Rabelais não nega o inferno, porém, o torna menos sofrível, a partir do momento que constrói móvitos para que as pessoas riam da própria casa do capeta. Assim, além de promover uma surpresa sobre a interpretação das trevas, relaxando o medo do fogo que nunca se apaga por meio do riso, o escritor ainda cria uma nova forma de encarar os dogmas da igreja sobre o castigo eterno. E, de acordo com Minois (2003, p. 274), “Teologicamente, poder-se-ia dizer que esse castigo por inversão não é pequeno. Mas o que torna imperdoável é que ele é apresentado pelo riso. É entorno do riso que a divisão e o confronto se efetuam. Se as pessoas riem do fim dos tempos, é porque não existe nada sério.”

Pode-se ainda afirmar que a ambiguidade no riso de Rabelais é a sua principal característica reveladora do humor renascentista. As experiências de vida e morte se misturam com a cola do riso de duplo sentido, em que o ser humano pode morrer de tanto rir, rir da morte alheia e, até, rir do seu próprio fim. É uma autocrítica cômica sobre a sua própria existência do ser humano na terra, bem como uma paródia sobre a boa vontade e filantropia cristã para com os mais humildes. Afinal, como menciona Rabelais, segundo Minois (2003, p. 276), “Fechai a cortina, a farsa acabou!” ou “Eu não tenho nada de valioso; devo muito; o resto dou aos pobres”.

A postura literária provocativa de Rabelais, bem como aqueles que se desfrutavam com as suas paródias, não passariam imunes à condenação da igreja.

Em Minois (2003, p. 277), encontra-se, por exemplo, o que o padre J. Benedicti, em 1587, falava sobre os consumidores da obra rabelaisiana: “está excomungado e só deve ser absolvido se consentir em queimar tais livros e fazer penitência”.

O que mais fere no riso de Rabelais é a sua impiedosa modernidade para falar de forma erudita. Essa característica democratiza o entendimento dos seus textos, não choca as autoridades e ainda aproxima as classes mais humildes a partir do momento que as tornam personagens do contexto. Porém, a sua forma de construir o riso, num período de forte dogmatismo religioso, não tardaria a ser tratada como blasfêmia. Tratar as regras e preceitos religiosos como atrasados, desnecessários, parados num tempo que não mais serve, eis aí o grande pecado de Rabelais para a igreja cristã. É o que reitera Minois (2003, p. 277), “O que mais fere, talvez, os chefes dos credos opostos, fixados numa divisão estática do mundo, é que o riso rabelaisiano faz sugerir um dado novo, o tempo, que lhes sugere que os seus combates são estéreis porque são ultrapassados, fossilizados, não têm mais poder sobre a vida.”

O mundo medieval, assim, perde o seu próprio sentido de ser e de continuar existindo. O tempo cômico, zombeteiro é a principal arma burlesca utilizada por Rabelais para ferir o antigo pensamento cristão e político da Idade Média. O riso grotesco, carregado de subversão é uma escolha para encarar a vida e as relações entre os homens, bem como curar as feridas causadas por essas relações. Sejam relações harmoniosas, sejam relações conflituosas.

Portanto, o riso no renascimento assume conotação totalmente diferente da apresentada no período anterior. Pode-se dizer ainda que o riso se partiu em mil pedaços e as gargalhadas se espalharam pelo Velho Mundo. Sons, formas, gestos, frases, poemas burlescos. Dessa maneira, o riso se popularizou em várias facetas e formas, azucrinando os ouvidos dos defensores e atores da reforma religiosa. Segundo Minois (2003, p. 306), “... a mistura espantosa de humanismo e conflitos religiosos, no século XVI, faz ressoar o riso em todas as direções: maldoso riso sarcástico do fanático, riso gigantesco e ambivalente do rabelismo, riso macarrônico caricatural e lúdico, riso picaresco amargo...”.

Para Minois (2003), um dos principais traços distintivos do humor é justamente a impossibilidade de defini-lo. Entende-se, compreende-se, reconhecesse-se, produz-se, rir-se de acontecimentos cômicos, personagens dotados de humor. Porém, explicá-lo em linhas definitivas é quase que impossível. O

estudioso também defende a ideia de que o humor provém da união de contrários, em que a consciência da fragilidade humana recebe toques de felicidade consciente, gerando o riso. Esse conflito permanente e fértil permite compreender como o humor monástico era construído. Minois (2003) menciona que “A degradação gerada pelo pecado original, que é fonte de desespero, é a principal causa do humor cristão.” Ou seja, o humor é o olhar sobre as coisas e fatos fora do trivial. É o que define o contraste entre o sério e o improvável. É a surpresa espontânea ou até mesmo já aguardada, em que a tolice ou o fanatismo podem acontecer separadamente ou de forma complementar para permitir o riso. A seguir, trataremos do humor na Inglaterra.

A liberdade e libertinagem das gargalhadas renascentistas pararam em Shakespeare. As obras do autor e dramaturgo inglês apresentaram, de forma mais consistente, a diversidade do riso. As características dos risos anteriores, as mais tradicionais como o riso direto, sem arestas, com o objetivo de entreter também são encontradas nas obras de Shakespeare. Porém, duas compreensões sobre a vida humana interferem diretamente na forma de se construir o humor para provocar o riso. O drama e a tragédia. Segundo Minois (2003, p. 313), “... o “verdadeiro” riso é aquele que vem pontuar esse tecido trágico. O riso é uma reflexão sobre a tragédia; é uma forma de interpretá-la, de ver-lhe o sentido, ou a falta dele.”

Do Homem, pelo e para o ser humano, o riso se define. Os grandes pensadores do humor, ao longo da história, observaram que a relação riso e o comportamento grotesco da humanidade têm relação direta. A este respeito, Minois (2003, p. 313) menciona que “... o homem é grotesco, a condição humana é grotesca.”. Todas as pessoas e todos os seus atos, sejam os mais cândidos ou os mais abomináveis, são passíveis de um lado cômico, derrisório. Nessa condição, o homem é um ser errante, que vive entre a incoerência e a inconstância de seus atos e pensamentos, numa fragilidade da identidade. E, a maioria das comédias renascentistas traz esse lado grotesco.

Na Renascença, tudo e todos são passíveis do riso. Até de atos autodestrutíveis, como o suicídio, tratado como uma atitude ridícula pelo humor renascentista. Minois (2003, p. 314) afirma que “O suicídio é desmistificado e, expondo suas verdadeiras motivações, os autores põem à luz seu aspecto derrisório. Confirma-se, assim, que, para o espírito da Renascença, pode-se rir de todos os assuntos, tudo é redutível ao derrisório.” Acrescente-se a informação de

que o teatro inglês não excluía a possibilidade de nenhum assunto, por mais sério que ele pudesse ser, como a morte, por exemplo, ser capaz de construir o riso. E aqueles que querem levar a comédia a sério são, sem dúvida, os alvos fáceis para o riso.

Na verdade, o riso renascentista esconde e revela a existência humana. Esconde a fragilidade, a demência, os vícios do homem para revelá-lo, como um desmascaramento, por meio do riso. Assim, a mentira, o jeito torpe e a morte aparecem como redenção derrisória no fim da vida de cada um. Ao longo do tempo, o humor e o riso sofreram interferências sociais, econômicas, políticas e religiosas que aos poucos foram modificando as suas formas de construção e representação. Na era moderna, a piada, uma das variações do cômico/humor, destacaram-se principalmente na Inglaterra. Segundo Brewer (2000, p.133), um gênero mais curto, rápido, que se objetiva principalmente em "... promover o humor e a harmonia do grupo que compartilha dela e seus pressupostos implícitos.". A oralidade é a base original da piada, que, normalmente, tem como destino a provocação do riso. A piada, de acordo com Brewer (2000, p.133), "É uma narrativa breve de alguma adversidade curiosa, incongruência ou réplica inteligente, personificando e atraindo um grupo de pessoas de gostos parecidos".

Mais popular, a piada precisa de um conhecimento prévio do grupo no qual ela acontece. Faz-se necessário compreender o que se considera como engraçado. Na piada, os estranhos ao grupo social, ou seja, aqueles que não pertencem a determinado meio cultural, pode não achar engraçado tanto a forma, como o conteúdo de uma piada. Porém, como resposta, o estranho pode também se tornar o motivo, ou a referência para a construção do riso. Para Brewer (2000, p.133) "[...], quase todas as piadas tradicionais, por mais curtas que sejam, caçoam de uma vítima que é ou passa a ser um estranho". Observa-se aqui uma relação de proximidade com o humor cearense, o humor praticado nas casas de shows, teatros, bares e barracas da capital cearense, Fortaleza. O gordo, o negro, o careca, o velho são, ao mesmo tempo, plateia e conteúdo para a piada e motivo do riso. Nesse caso, o estranho é o turista, que, dependendo da sua cidade, estado ou até país de origem, pode até não compreender a piada e até não rir. Faz parte da tradição da piada uma tendência ao endossamento do preconceito popular, o que normalmente chama-se de piada étnica. E, neste contexto, nenhum dos comentários, ainda que

burlesco, são considerados preconceitos e, sim, tema para o burlesco, para promover o riso.

Derek Brewer (2000) traz argumentos sobre a piada política, que, nos séculos XVI e XVII eram consideradas subversivas. Ela servia como uma reação contra a opressão social, promovida por uma elite controladora sobre uma massa mais popular. Assim, essas piadas, conforme menciona Brewer (2000, p.134) "... correspondem aos sentimentos das pessoas comuns, reunidas em grupos também comuns, hostis às minorias dominantes, sejam elas políticas ou intelectuais, que representam os estranhos." Na Fortaleza do fim do século XIX e início do século XX, as piadas do Ceará Moleque serviam como arrefecimento social. Uma parcela menor da sociedade, composta por uma elite que ostentava um jeito todo europeizado de ser, tentava, por meio da ridicularização da imprensa pasquineira, imprimir uma ordem defendida como civilizada e moderna. Como resposta, o povo ou a chamada arraia miúda da sociedade fortalezense, oferecia a galhofa, a arenga, o jocoso, a vaia cearense.

A piada escrita não tem a mesma força e clareza cômica da piada promovida oralmente. Muito se perde na sua construção. Os gestos, as feições e uma série de sons e movimentos que contribuem diretamente para o desenvolvimento da piada oral por mais detalhamento que tragam, jamais conseguiram imprimir a mesma experiência. Quem a lê pode até se entregar ao riso, compreendê-la, porém, não sentirá o contexto social do grupo no qual ela foi proferida inicialmente. Para Brewer (2000, p.134) "A forma escrita descontextualiza a piada, priva-a de boa parte da sua força emocional, do privilégio e da proteção do grupo fechado."

Ainda segundo Brewer (2000), no século XVII, no livro *The Anatomy of Melancholy* – A anatomia da melancolia –, de Robert Burton, as recreações são contextualizadas como uma das técnicas para a cura da melancolia. O humor e as piadas são considerados evidências do meio social capazes de contribuir para algumas doenças sociais e individuais.

As recreações comuns que temos no inverno, que ocupam nossas mentes na maior parte do tempo em que estamos a sós, são as cartas, o gamão e os dados, jogos de tabuleiro, o xadrez (...) cantos, danças, passatempos, travessuras, piadas, adivinhações, charadas... (BREWER, 2000, p. 138).

Considerando o humor inglês, foi na Inglaterra do século XVI que o riso ganhou atenção para o que define a sua essência, o humor. É dele e por ele que se constrói o fenômeno do riso. Se apenas o homem detém a faculdade do riso, é o humor a quintessência do riso. Pois, segundo Minois (2003, p. 303) “... a coisa existe muito antes da palavra, e o aparecimento do termo na *Encyclopaedia Britannica* de 1771 só faz consagrar uma forma de espírito sem dúvida tão antiga quanto a humanidade.”. Ou seja, o humor e o riso também constituem o social, portanto, podem e devem ser considerados constituintes da cultura. No próximo tópico, trataremos acerca de sua influência na formação cultural do Brasil e do Ceará.

3 HUMOR NO BRASIL

O riso e o humor vêm há séculos assumindo conotações diferentes, dependendo de cada período e de cada contexto. No Brasil, e mais particularmente no Ceará, o humor assume a marca cultural, sendo representação própria das características de um povo.

No início do século XXI, o humor no Brasil foi marcado pelos estereótipos, tentativa de representação das características do povo brasileiro, desmascarando e revelando o que viria a ser a realidade cotidiana da sociedade naquele período.

O humor brasileiro, nos seus primeiros passos, ainda na segunda metade do século XIX até as primeiras décadas do século XX, teve a imprensa e suas publicações como a principal fonte ou canal difusor. O conteúdo da mensagem geral, por muitas vezes, focava na relação conflituosa entre a boa moral social vigente, que buscava impor seus valores e comportamentos, e a forma folionária de responder a essa postura reguladora.

Em um país em que a chamada “arte de escrever” seguia a tradição de imitar os modelos literários europeus do momento, a pretensão dos foliões-redatores de refletir sob a forma escrita a euforia popular algo desordenada, própria do carnaval, levaria escrevinhadores às vezes bisonhos (...) a reviver algumas das mais curiosas formas de linguagem cômica sugeridas em cinco séculos de evolução da literatura ocidental. (TINHORÃO, 2000, p. 11).

Na prática, o humor permitiu toda essa informalidade e liberdade na maneira de escrever. Isso tornou o gênero do jornalismo carnavalesco mais próximo da linguagem oral, captando a atenção de um público, muitas vezes, fora do circuito tido como culto da sociedade. Para esta pesquisa, faz-se necessário discorrer um pouco sobre esse movimento literário, pautado na comicidade, porque foi dele que se desdobraram outras formas de se fazer humor no Brasil.

Segundo Tinhorão (2000, p. 15), as principais características da imprensa carnavalesca foram o “[...] comedido espírito de crítica, sua jeitosa irreverência, seu leve tom fescenino e, muitas vezes, com a tendência à grosseria e à chulice disfarçadas por recursos como o do jogo de palavras”. Essas particularidades literárias permitiram uma espontaneidade na transmissão, quase que oral, dos textos e aproximação com a linguagem popular das ruas, praças e espaços públicos das cidades como Rio de Janeiro, São Paulo e também em Fortaleza, ainda no período compreendido como Belle Époque. Para Tinhorão (2000), toda essa forma burlesca

de se expressar teve um custo perante à classe burguesa, que a considerava grosseira, escatológica, pornográfica, sarcástica e chula. Isso, claro, por ir contra a norma culta de falar, escrever, ou seja, um comportamento inverso às camadas superiores.

A dinâmica natural da cidade, a vida de pessoas comuns, os movimentos, as relações interpessoais, os acordos nas feiras, a conversa livre na praça, o comentário alegre e muitas vezes cômico sobre os acontecimentos políticos. A imprensa carnavalesca, ao que parece, trazia para o mundo literário o cotidiano das pessoas simples das cidades brasileiras. O jogo de palavras, a dupla linguagem, que, segundo Tinhorão, (2000) vinham desde as civilizações antigas da Grécia e Roma, mas que ganharam força e, na Idade Média, confrontava esse mundo popular e realista dos logradouros públicos com o discurso e postura regularizadora da classe burguesa dominante. No Ceará-Moleque, como veremos mais adiante, esse confronto mostrou-se como a essência do humor cearense, a veia cômica do jeito cearense de provocar o riso.

Um tipo especial de comunicação humana dominava então: o comércio livre e familiar. Nos palácios, nos templos, nas instituições, nas casas particulares reinava um princípio de comunicação hierárquica, uma etiqueta, regras de polidez. Discursos especiais ressoavam na praça pública: a linguagem familiar, que formava quase uma língua especial, inutilizável em outro lugar, nitidamente diferenciada da usada pela Igreja, pela corte, tribunais, instituições públicas, pela literatura oficial, da língua falada das classes dominantes (aristocracia, nobreza, alto e médio clero, aristocracia burguesa), embora o vocabulário da praça pública aí rompe de vez em quando, sob certas condições. (TINHORÃO, 2000, p.17).

No andar das coisas comuns do dia a dia, as ruas e praças também foram ocupadas pelas publicações burlescas, que buscavam desmontar uma postura ou, pelo menos, uma tentativa de superioridade da classe dominante. Os pasquins irreverentes, apimentados de humor escrachado, que não perdoavam ninguém, teve, segundo Tinhorão (2000), suas origens no gênero literário carnavalesco chamado de *pufe*, a partir do século XIX. O *pufe*, segundo Tinhorão, representava uma:

[...] linguagem exagerada ou extravagante das palavras *puff*, em inglês, e *pouf*, em francês. Palavras de origem onomatopaica, cuja evolução semântica, aliás, não deixava de apresentar ela mesma certo caráter carnavalesco, uma repentina de um som, passaria, pelo verbo francês *pouffer*, a denominar o estourar de riso ou cair na gargalhada. (TINHORÃO, 2000, p.87).

Na prática, como veremos no verso sob o título “Ao povo”, *pufe* do Clube, os Fenianos, os textos burlescos funcionavam como uma válvula de escape, uma resposta contra a elite dominante ou a burguesia com sua pose de estar acima do bem e do mal:

De braço dado ao começar a festa,
Vamos, ó doce musa da pilhéria,
Rir da pessoa que se torna séria,
Trocar a gente que se finge honesta. (TINHORÃO, 2000, p.95).

Na obra *Raízes do Riso*, Elias Saliba explica a dinâmica volátil, precisa e reinventada do riso provocado pelo humor instantâneo. O humor representa-se então como uma epifania da emoção. De acordo com Saliba

[...] podemos caracterizar a representação humorística, portanto, como aquele esforço inaudito de desmascarar o real, de captar o indizível, de surpreender o engano ilusório dos gestos estáveis e de recolher, enfim, as rebarbas das temporalidades que a história, no constructo racional, foi deixando para trás. (SALIBA, 2002, p.)

A contextualização histórica, econômica e regional pode desvendar ou pelo menos conhecer um pouco das características e dinâmica social de um povo. É nessa dinâmica que se encontra a prática do turismo e as suas relações de consumo, lazer, entretenimento, manifestações e representações culturais. Na relação com o turismo, o humor, como manifestação cultural, é aproveitado como produto de entretenimento, promovido como atração pré-definida. Essa relação de aproveitamento do humor como mercadoria será estudado com mais aprofundamento no capítulo três, quando trataremos especificamente de mercado e produto turístico em Fortaleza.

Na segunda metade do século XIX, destacou-se, no Brasil, o humor produzido em pasquins e folhetins periódicos que se sustentavam na ironia como ferramenta para emendar ou reformar as atitudes sociais desviantes. Os guardiães da ordem, da polidez e dos bons costumes difundiam, por meio dessas publicações, normas para a formação de uma sociedade moderna, civilizada e condizente com as mudanças econômicas e políticas da época.

No período do Ceará Moleque, fim do século XIX e início do século XX, a principal fonte de informação da população eram os pasquins. Esses periódicos são o ponto de partida para a compreensão de todo um embasamento sobre a característica ou identidade humorística da cultura cearense. A partir dessas

publicações, nasce toda uma narrativa histórica, contextualizada com a expansão urbana e desenvolvimento econômico da província Fortaleza, de como o fazer rir, seja de forma espontânea, nas interações cotidianas das praças, bares e feiras da cidade, seja na sedimentação do imaginário cultural cearense.

Silva (2004) menciona que o humor pasquineiro buscava, por meio do riso, envergonhar e manipular os indivíduos que fugissem à linha dos bons costumes. A vida privada e alheia era o alvo dos olhos atentos e acusadores dos redatores dos pasquins que assumiam a condição de aparelhos de manipulação social. Fortaleza vive, portanto, um período de mudanças urbanas, econômicas e sociais que influenciavam diretamente na dinâmica das relações de hábitos e costumes da população.

Os comportamentos em questão, destacados por Silva (2004), eram observados na tentativa de se corrigir o que fosse desviante por meio da exposição ao cômico. Regras sociais ditadas por meio do riso, da regularização e monitoramento periódico da imprensa pasquineira. A sexualidade, o jeito de se vestir, a ociosidade e outras atitudes cotidianas serviam de referência para a composição dos mais variados textos corretivos.

A irreverência popular e as suas representações eram alvos certos desses guardiães. A modernidade, que aos poucos ia tomando conta da acanhada província Fortaleza, servia de pretexto para a tentativa de regulamentação dos costumes. Os comportamentos extravagantes, desviantes eram considerados uma ameaça à vida ordeira, linear, tranquila da capital cearense, capaz de atrapalhar o sistema organizacional tido como ideal para o bom convívio social, dentro de um padrão de respeito e de moralidade aceitável.

As publicações periódicas denominadas de pasquins serviam como canais diretos tanto para repreender os indivíduos que saíssem da linha, como promover o que seria um comportamento socialmente correto. A normatização social era então posta diariamente, para que aos poucos sedimentasse, de forma inconsciente, uma postura social adequada, aceita por todos. Na prática, funcionava como um manual disfarçado com orientações ditadas pela ridicularização, com o objetivo de formar uma sociabilidade moderna.

Os indivíduos e os coletivos estavam constantemente em contato com o que seria lícito e permitido. As denúncias pasquineiras desqualificavam os atos indecorosos e expunham os seus atores à sociedade ávida pelo conhecimento da

vida alheia. Dessa forma, os jogos de azar, o meretrício, o namoro atrás da igreja, em becos escuros ou simplesmente na troca de olhares, a moça que levantava a saia para mostrar o tornozelo graúdo eram alvos fáceis das máquinas de datilografia afiadas e impiedosas dos moralistas pasquineiros.

Os principais pasquins da época eram *O Patusco*, de 1890, que se intitulava um jornal sério; *O charutinho*; *O Pagão*, que utilizava um pseudônimo para criticar os comportamentos das mulheres.

Os pasquins, camuflados com a intenção do riso, da literatura, traziam, na verdade, meios para difundir as suas regras sociais por meio da ridicularização dos outros, da condenação dos comportamentos e costumes alheios. Nenhum leitor gostaria de estar na pele do denunciado do dia. Dessa forma, o consumidor literário da publicação tornava-se parceiro do escritor, na luta pela repreensão dos desviantes e difusão dos modos ditos adequados. Aos poucos, os leitores iam internalizando o decoro por meio do riso contra a vida alheia. O dar conta da vida dos outros servia como entretenimento ao mesmo passo que educada na cartilha da ética moral promovida pelos pasquins.

Assim funcionava o humor costumbrista²¹, que produzia o riso a partir das denúncias dos comportamentos desviantes e promovendo os hábitos socialmente corretos à população de Fortaleza. Neste caso, o riso assume uma função regularizadora e punitiva dentro da sociedade fortalezense no fim do século XIX e início do século XX. Quem sofria com as consequências acusadoras do riso reprimia-se, envergonhava-se e possivelmente buscava a autocorreção ou, pelo menos, internalizava uma proibição nos seus atos futuros.

Uma das armas mais poderosas para ridicularizar e corrigir os transgressores dos bons modos era a vaia cearense. Um grito típico do povo alencarino, capaz de achincalhar, desmontar e ofender qualquer indivíduo que tivesse a má sorte de recebê-lo publicamente. O tema vaia cearense será tratado mais adiante num tópico específico para os fatos e personagens do humor cearense.

O riso costumbrista proporcionava, simultaneamente, a vergonha e o decoro na sociedade fortalezense. A exposição pública proporcionava uma situação de medo social, em que ninguém gostaria de ficar em evidência e conseqüentemente ser julgada pela voz do povo. Cabe, neste momento, adiantar um

²¹ Humor costumbrista: humor de costumes

tema que também será tratado mais adiante. Os shows de humor praticado atualmente em Fortaleza, principalmente aqueles que são direcionados para o público turista. Nesses espetáculos, por muitas vezes, o constrangimento e exposição do outro, seja pelas características físicas, seja pelo estado de origem, são as fontes para a elaboração do humor e provocação do riso.

Rebaixar as atitudes desviantes dos outros por meio do cômico provocava um linchamento social, em que o riso não era sinônimo de alegria, de felicidade ou de prazer, mas sim, um riso de exclusão. E para não ser excluído da sociedade moderna, o indivíduo deveria seguir as regras dos bons costumes. As principais vítimas desse riso costumista e excludente eram as camadas mais populares de Fortaleza. O riso como castigo apresentava-se de uma classe social mais letrada, abastada, contra uma mais humilde em posses e conhecimento.

A partir do momento em que os comportamentos desviantes eram evidenciados como atitudes cômicas, passíveis do riso, as pessoas se sentiam intimidadas. Dificilmente, alguém gosta de ser alvo do riso e muitos menos ter o seu comportamento ou características físicas corrigidas pela ridicularização. Assim, para o humor costumista, o gordo, o negro, o magro, o baixo, o alto, o feio também são características passíveis do riso, e por este tentar-se-ia corrigi-las.

Nos pasquins, o *Tropos Zombeteiros* era a retórica utilizada pelos redatores para tornar os textos mais atraentes ao grande público. O riso, além de funcionar como arma de correção dos desvios morais, e também servia para os embates entre adversários políticos. O humor e a prática do riso acabavam por fortalecer as diferenças sociais, expondo mais ainda a hierarquia dominante, cujos ridicularizados deveriam comporta-se sob os mandamentos dos mais letrados e bastados. Nos pasquins, a imposição das regras, por meio do riso, para uma boa convivência, civilizada e polida evidenciavam os conflitos de classes na Fortaleza moderna que se levantava.

3.1 CEARÁ MOLEQUE

Impossível falar de humor no Ceará e não remeter aos termos próprios do vocabulário cearense, ou seja, do “cearês”. E, na tentativa de encontrar um sinônimo para o humor cearense, o termo mais indicado é ‘molecagem’. Em linhas gerais, podemos dizer que a molecagem é um termo da época da escravidão. Este termo

era utilizado para referir-se a crianças traquinas, malinas, buliçosas, travessas, danadas.

Busca-se aqui detalhar sobre o humor cearense, destacando a expressão histórica 'Ceará Moleque', incluindo a origem do termo 'moleque', a História, as referências, os fatos pitorescos, os personagens e causos que foram construindo o imaginário e a identidade do Ceará Moleque. São exemplos: a vaia ao Sol, o bode loiô²², etc.

Figura 2 – Bode loiô



Fonte: O Autor, 2015.

Torna-se temática à luz da discussão o Ceará Moleque de hoje, destacando os humoristas, artistas, personagens, empresários que compõem a cadeia produtiva do turismo em Fortaleza, destacando, inclusive, os locais onde as referidas apresentações acontecem.

Silva (2004), em sua tese *Corrigir os costumes rindo: Humor, riso e vergonha na sociabilidade de Fortaleza (1850 – 1900)*, critica as funções otimizadas do humor, que servem para entreter, alegrar ou divertir o público que assiste aos espetáculos de comédias. Para Marco Aurélio, existe um sinal distintivo da identidade do povo cearense e o Ceará Moleque.

²² Personagem icônico da história cearense, que viveu em Fortaleza no início do século XX, por volta de 1920. Fonte: <http://www.ceara.com.br/cepg/h40.htm>. Acesso em 20 maio 2015.

O humor cearense, na maioria das vezes, sempre escolheu assuntos sérios para construir o discurso provocador do riso. Dessa forma, ilustrações, fatos, causos e expressões montavam-se para desmontar o polido, o politicamente correto. Ou seja, a construção do riso sobre a desconstrução do que é ou, pelo menos, deveria ser tratado como algo sério.

Silva (2004) reforça a importância do estudo do Brasil fora dos assuntos tidos como sérios e sempre pertinentes. Para o autor, existe uma grande riqueza de compreensão da sociedade brasileira escondida nas entrelinhas das histórias de pessoas comuns, nas notícias do dia a dia e nos conteúdos acadêmicos. Vidas e histórias de personagens simples, cotidianos, muitas vezes, sustentáculos econômicos de uma sociedade e, ao mesmo tempo, alvos da pilhéria coletiva e pública.

Refletindo sobre como o humor e o riso acontecem dentro do meio social, Silva (2004) traz uma citação de Jacques Le Goff:

O riso é um fenômeno cultural. De acordo com a sociedade e a época, as atitudes em relação ao riso, a maneira como é manifestado, seus alvos e suas formas não são constantes, mas mutáveis. Ele exige pelo menos duas ou três pessoas; reais ou imaginárias: uma que provoca o riso, uma que ri e a outra de quem se ri, e, também, muitas vezes, da pessoa ou das pessoas com quem se ri. É uma prática social com os seus próprios códigos, seus rituais, seus atores e seu palco. (SILVA, 2004, p.19)

No contexto de práticas e interações sociais cotidianas, em que acontece a construção do humor e provocação do riso, destacam-se, para o melhor desenvolvimento do trabalho, personagens, fatos, interesses e práticas do humor integrado a outro fenômeno cultural, o turismo. Uma atividade essencialmente cultural.

E quem são esses personagens simples, agentes motrizes da dinâmica social cotidiana de Fortaleza? Pode-se dizer que são o que chamamos de pés-de-poeira, chinfrins ou, simplesmente, a arraia miúda que faz, promove e compartilha e também são julgados pelo aspecto acusador do riso. Esses personagens encontram, em espaços públicos da província Fortaleza, livres nas feiras e mercados, bares e bancos de praças. E é justamente esse conjunto de relações entre o ser humano e a cidade de Fortaleza que se escolhe o humor transformado em produto para o entretenimento, capaz de atender a uma demanda de lazer do turismo. A transformação ou remodelamento do humor nascido no cotidiano da cidade para dentro das barracas, restaurantes, teatros e casas de shows especializadas em

fazer rir. Silva (2004), o humor/riso fortalece a teoria do controle social pela vergonha, intimidação, escárnio e acabrunhamento daqueles que cometeram atitudes desviantes. O humor costrumbista alimentava-se então dos constantes conflitos e tensões hierárquicas entre as camadas dominantes e as mais populares.

Mas, de que se trata o fenômeno chamado humor. Segundo Bremmer e Roodenburg (2000), “entendemos humor como qualquer mensagem – expressa por atos, palavras, escritos, imagens ou músicas – cuja intenção é provocar o riso e ou um sorriso”.

Desse conceito, extraem-se vários outros questionamentos, explicações sobre o riso tanto na sua essência, como nas suas funções sociais. A função do humor como entretenimento, como lazer, como uma representação ou atividade cultural transformada em produto turístico. Assim, o humor passa ter uma função de composição mercadológica, a partir do momento que se apresenta como um serviço turístico, tendo o riso como o produto final.

Para evidenciar essa função assumida pelo humor, busca-se nos shows de humor praticado nos palcos da cidade, a relação do riso com a atividade turística em Fortaleza.

O Governo português, entre 1534 e 1536, dividiu o litoral brasileiro em capitanias hereditárias. O Ceará, durante este período, fora ocupado, em primeiro momento, pela pecuária extensiva, principal atividade econômica, impulsionada pela produção açucareira do Nordeste, especialmente no estado de Pernambuco. A criação de gado no Ceará desenvolveu-se por meio das instalações de fazendas nos vales dos grandes rios do estado. A maior parte do que era produzido aqui servia de força motriz para a expansão, demandas dos engenhos de açúcar do Nordeste e subsistência dos habitantes locais. (Sousa, 2007)

O gado cearense era comercializado principalmente em Recife e Olinda. Realizado por meio de longas e cansativas jornadas pelo sertão nordestino, o transporte desses animais tinha muitas baixas, devido principalmente ao desgaste físico, a escassez de água e vegetação para sustentar o rebanho. Como solução, surgiram as “charqueadas” ou carnes salgadas, que preservava por mais tempo o produto final. Muitas estradas foram surgindo pelos caminhos da boiada. Nas paradas do gado, conhecidas como “tangerinos”, pontos de encontro dos tangedores de gado no Ceará, aglomerados e povoados foram sendo formados, oportunizando trocas comerciais, o que, posteriormente, viria a se transformar em vilas. Sousa

(2007) ainda acrescenta que as primeiras vilas nasceram com objetivos militares, administrativos e religiosos. Aracati, Icó, Sobral e Acaraú tiveram, nos primeiros anos da ocupação do território cearense, em 1603, os melhores desempenhos no que se refere ao setor econômico, isso devido, principalmente, à sua localização geográfica favorável.

Para Coriolano (2011), Fortaleza teve expansão urbana, funções comerciais, industriais e culturais sob a regra de agentes públicos, privados e moradores, que se adequavam ao espaço, conforme o modelo econômico direcionava. Conhecer como se dá a ocupação de espaços públicos é reconhecer a dinâmica social de Fortaleza como uma colcha de retalhos, formada entre o antigo e o novo, o internacional e o sertanejo, o urbano e o litoral.

Costa (2007) menciona que até 1779, ano do desmembramento do Ceará da província de Pernambuco, Fortaleza ainda era uma pequena vila, pobre, com aproximadamente 600 habitantes, e com pouca ou nenhuma importância comercial, cresceu às margens do Rio Pajeú, e ao redor do Forte Schoonenborch, atual Praça da Sé, construído e dominado pelos holandeses entre os anos de 1649 e 1654. A vila servia como entreposto logístico e defesa do território devido a sua estratégica localização geográfica. As vilas de Aracati, situada na região do Vale do Jaguaribe, de Sobral, localizada no meio norte cearense, e do Cariri, que faz divisa com Pernambuco, possuíam um maior destaque devido às relações comerciais com as outras províncias como Piauí, vila de Recife, e Camocim, tendo o seu desenvolvimento e crescimento urbano, industrial e de serviços muito antes de Fortaleza. No início do século XIX, no governo do coronel Manuel Inácio de Sampaio, de 1812 a 1820, inicia-se a preocupação do poder público com a expansão e ocupação do território de Fortaleza, fazendo-se necessário um planejamento para o seu ordenamento e direcionamento do crescimento. Em 1818, a convite do atual governador, o tenente-coronel e engenheiro Antônio José da Silva Paulet projetou aquilo que seria a primeira planta oficial de Fortaleza, denominando de a nova “Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção”.

Costa (2007) menciona que de 1843 a 1859, durante o governo do boticário Antônio Rodrigues Ferreira, Fortaleza ganhou um novo desenho, com a projeção e abertura de ruas mais largas e longas, ligando os extremos da vila, corrigindo imperfeições do primeiro reordenamento urbano e ampliando o traçado em xadrez, projetado por Silva Paulet. Dessa vez, a nova planta topográfica ficou

sob a responsabilidade do engenheiro pernambucano Adolfo Herbster, que sob a influência do urbanista Barão Haussmann, prefeito e reformador de Paris, de 1853 a 1870, desenhou uma nova Fortaleza, com os traços bem próximo do que temos hoje.

Historicamente, o aumento do crescimento populacional, consequentemente urbano de Fortaleza, deve-se basicamente a fatores econômicos e naturais. No século XIX, a Europa vivenciava uma grande expansão econômica, impulsionada pela revolução industrial, principalmente no setor têxtil. O maior fornecedor de matéria-prima para esse setor industrial europeu era os Estados Unidos da América (EUA) que, nesse período, passava pela Guerra da Secessão que durou de 1861 a 1864, uma guerra civil entre o norte e sul norte americano, após a consolidação da sua independência. Aproveitando do cenário conflituoso nos EUA, o Ceará, em plena expansão da produção do algodão, foi a saída para o mercado industrial europeu, que viu a região como um grande fornecedor da matéria-prima para a sua demanda.

Posteriormente, a cultura do algodão e as estradas de ferro no Ceará impulsionaram diretamente o desenvolvimento urbano no estado. Em destaque, a cidade de Fortaleza, por sua localização geográfica estratégica, que favorecia o escoamento dos produtos agrícolas.

O fator mais importante na transformação da hierarquia urbana no Ceará foi projeção cada vez maior de Fortaleza em relação às demais cidades. Esse impulso que teve Fortaleza está diretamente relacionado ao desenvolvimento da cultura do algodão e suas exportações diretas para o exterior que provocam dinamismo no comércio local, acumulação de capitais e melhorias nos serviços urbanos. (SOUZA, 2007, p. ?).

Silva (2007) afirma que, devido ao seu posicionamento geográfico, a cidade de Fortaleza serviu como base para o escoamento do algodão, exigindo uma série de modificações urbanas, estruturais e de serviços para atender o mercado europeu. A cidade passa a olhar para o litoral, para a praia e seus recortes geográficos como uma oportunidade única para a exportação não só de algodão, mas, de outros insumos produzidos na região, como: o café, a cera de carnaúba e a borracha de maniçoba.

Em 1860, uma filial do Banco do Brasil é aberta em Fortaleza, atraindo mais comerciantes, consumidores, pessoas em busca de emprego e investidores, que viram na cidade uma oportunidade de fazer negócios com mais agilidade e

lucratividade. O desenvolvimento econômico também atraiu para Fortaleza muitos sertanejos que, tangidos pelas secas periódicas, buscavam uma forma de sobreviver na cidade grande. Essa movimentação de pessoas do interior para o litoral, motivados por fatores naturais e econômicos, fez nascer uma fusão de características culturais, onde o sertanejo, fugindo dos flagelos da seca, trouxe toda uma bagagem de costumes e modo de viver para se banhar nas praias de Fortaleza, criando novas formas de relações sociais, novas composições das manifestações culturais.

Dentro desse cenário histórico, social e econômico, surge uma Fortaleza culturalmente diversa, influenciando diretamente o processo de formação das relações humanas, sociais e econômicas, criando uma dinâmica integrada e dependente.

De acordo com Costa (2007), no início do século XX, Fortaleza se tornou o principal centro econômico do estado do Ceará, exportando produtos primários, importando produtos manufaturados e aumentando gradativamente a oferta e demanda de serviços especializados. A construção de espaços de lazer para a população cada dia mais crescente, a criação de serviços urbanos como o transporte, iluminação elétrica, abastecimento de água, construção de faculdades como a de direito em 1903, farmácia em 1917.

Fortaleza é uma cidade que teve sua ocupação partindo do interior para o litoral. De acordo com os dados apresentados por Coriolano e Fernandes, (2007), os períodos de maior imigração de pessoas vindas do interior, fugidas das grandes secas, foram os anos de 1888, 1900, 1915, 1932 e 1942. Segundo o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sua população é de 2.452.186 habitantes. É a quinta cidade mais populosa do Brasil, ficando atrás apenas de Brasília, Salvador, Rio de Janeiro e São Paulo. Seu litoral tem 34km de extensão, com temperaturas médias anuais de 26°C e umidade relativa do ar de 73% (mínima) e 82,5% (máxima). Os ventos alísios, com velocidade média de 15km/h.

Nesse mesmo período de expansão urbana, começam as construções dos primeiros casarões e palacetes, com uma arquitetura moderna, com fortes interferências da cultura europeia, em especial, a francesa. Aos poucos, o patrimônio arquitetônico da cidade foi sendo construído, sedimentando ao longo dos anos uma rica bagagem histórica, social, humana e cultural. A partir de 1950, o elemento

migratório do campo para as cidades, proporcionados pelas secas e sistema fundiário, promoveram um acréscimo na concentração populacional de Fortaleza. O mercado de exportação, a importância política e administrativa também foram fatores que contribuíram diretamente para a concentração populacional na cidade.

Dentro desse contexto de transformações urbanas, desenvolvimento econômico e estruturação urbana de Fortaleza, novas formas de sociabilidade foram nascendo. A cidade assumia agora um papel político e administrativo mais importante perante as demais cidades do estado. Segundo Silva (2004), uma cidade portuária, em plena expansão e melhorias dos serviços básicos, como: transporte, comunicação, iluminação, pavimentação de ruas, espaços de lazer, era também um cenário de conflitos entre uma nova sociedade urbana e a tradicional patriarcal. As camadas sociais dividiam o mesmo espaço da Fortaleza do fim do século XIX e início do século XX.

Aos poucos, Fortaleza perde o aspecto acanhado, sem importância política e econômica dentro do estado. Com uma população heterogênea, mesclada entre o rural e o urbano e regida principalmente pela dinâmica comercial de uma cidade portuária, Fortaleza possuía vários agentes sociais que se interagiam diariamente.

[...] surgia na capital uma burguesia formada por cearenses e estrangeiros, sobretudo franceses e ingleses, associados comércio de exportação/importação, bem como uma mal definida e heterogênea camada média formada por profissionais liberais, trabalhadores do comércio, farmacêuticos (boticários), proprietários de oficinas e armazéns, jornalistas, professores, uma burocracia civil e militar. (SILVA, 2004, p. 43).

De acordo com Silva (2004, p. 43), nesse universo social efervescente, fruto da interação comercial constante, do contato direto com produtos, costumes e cultura europeia, existia uma camada social mais humilde, composta por pessoas simples, que também dividiam esse novo espaço urbano de Fortaleza. Eram trabalhadores em atividade ou à disposição, prostitutas, mendigos, retirantes e outras pessoas que compunham essa colcha de retalhos social da cidade. As mudanças sociais, políticas, territoriais, econômicas e estruturais da vila Fortaleza acabavam por influenciar nas relações e dinâmicas culturais do cotidiano. As camadas sociais e as suas interações criaram assim pontos de convergência e conflitos, na maioria das vezes em espaços de convivência pública. Os choques da modernização, além de provocar o medo, o novo proporciona essa reação, também

possibilitava o encantamento, o êxtase, a novidade, a sedução, mesmo que momentânea.

No contexto histórico e social, os problemas do cotidiano, como: transporte público, o casamento da filha do comendador, as eleições municipais, a briga entre vizinhos e vários outros temas faziam parte das rodas de conversas nas praças, textos de pasquins e anedotas de desocupados ou frequentadores de botequins.

Analisando os dados históricos anteriormente mencionados, observa-se que, do resultado dessas interações, nasciam os conflitos entre as camadas populares que formavam a sociedade de Fortaleza. Esses, muitas vezes, pautados na peleja entre os costumes e determinação do que era certo ou errado para uma boa e saudável convivência coletiva. Para a elite ou classe mais abastada, o comportamento público deveria ser polido, educado, sem exageros ou atitudes baixas. Era necessário agir como pessoas civilizadas, condizentes com o atual momento de modernidade que vivia a capital cearense. Em contraponto, uma camada menos favorecida, menos letrada, a chamada “arraia miúda”, tinha, na liberdade de expressão, brincadeiras e jeito desprendido de ser uma forma de confrontar as imposições da classe dominante.

Para manter a ordem e os bons costumes, era necessário corrigir os comportamentos desviantes de alguma maneira. Nesse contexto, surgem os pasquins com o seu humor costumbrista, baseado no escárnio, na comicidade ou denúncia literária para provocar o riso contra os comportamentos desviantes. O papel dos redatores e donos das folhas pasquineiras era promover e defender, por meio do humor denunciador, os bons costumes. A proposta era se utilizar do humor contra os maus hábitos e a delinquência social. Tudo em nome de uma sociedade moderna e civilizada.

É necessária a regulação dos comportamentos. Vigiar, acompanhar e punir, quando necessário, e, por meio da ridicularização de textos pasquineiros, aqueles indivíduos que por ventura saíssem da linha dos comportamentos que levavam à modernidade.

A moda, os passeios, os bailes, as festas espontâneas/particulares e públicas (religiosas e políticas), os hábitos sociais, a irreverência popular e os tipos populares necessitavam ser duramente vigiados e disciplinados para dar efetiva concretização de uma sociedade rumo à modernidade. (SILVA, 2004, p. 103).

Buscava-se, na verdade, uma homogeneização do comportamento social coletivo, por meio da punição cômica do indivíduo. Esse alinhamento dos bons costumes trazia consigo uma hierarquização e estratificação social nem tão pouco disfarçada. Na maioria das vezes, as regras de boas condutas partiam de uma minoria dominante, mais abastada, letrada e detentora de meios capazes de multiplicar as suas mensagens e aspirações para a modernidade. Cabia à arraia miúda ou, classe social mais pobre, entrar nos eixos, obedecer ou, pelo menos, tentar. Caso contrário, poderiam se tornar os próximos personagens da matéria, piada, chacota ou pilhéria pública nos pasquins.

De acordo com o observado nos pasquins, as proibições mais recorrentes tinham como tema os jogos, o meretrício, os namoros, as festas, o mau comportamento na missa. O sol foi contra a modernidade, estava escondido, enquanto as pessoas andavam pelas ruas de Fortaleza com roupas de frio, seguindo a moda francesa. O aparecer do astro luminoso acabou por desmontar toda essa pompa e, para isso, mereceu uma tremenda vaia.

O dar conta das coisas, fatos e acontecimentos alheios do cotidiano. O conhecer a vida privada de um personagem secundário a nossas vidas, transforma-se num deleite, um prazer social, um prazer capital e quase em entretenimento.

3.2 A DIMENSÃO HUMORISTA DO CEARÁ MOLEQUE

O Ceará Moleque é conteúdo, forma e dimensão expressiva de um cotidiano social e urbano da cidade de Fortaleza do fim do século XIX e início do século XX. Permite-se, neste momento, um paralelo com Alberti (2002), quando este apresenta o riso de Foucault, que se explica e revela-se no “não-lugar” das palavras e coisas sérias da vida. Pode-se afirmar, portanto, que o cotidiano das ruas da capital cearense possibilita um universo cultural plural e diverso, capaz de gerar reflexão sobre a essência do humor cearense. Para Macêdo e Filho (2002, p. 69), no cotidiano:

“[...] interstício social, entre a norma e o vivido, entre a lei e suas transgressões, viceja um território de ações que, simultaneamente, reproduzem as condições materiais e simbólicas da vida em coletividade e permitem o desenvolvimento quase silencioso de astúcias, improvisos, atitudes engenhosas e adaptações a circunstâncias adversas”.

Percepções que se complementam com as palavras dos artistas e humorista Paulo Diógenes que, em entrevista, considera a maior qualidade do humorista cearense a capacidade do improvisado quando está no palco. Num espaço curto de tempo, e, três ou quatro palavras, consegue se sair de uma situação complicada e ainda promover o riso na plateia. Ainda para o humorista, a grande maioria dos artistas locais usa o cotidiano das ruas de Fortaleza para elaborar seus espetáculos.

Segundo Macêdo e Filho (2002, p. 61), é no cotidiano que as maneiras simples e livres de fazer as coisas e se relacionar em sociedade “[...] se apropriam dos símbolos, normas e produtos da ordem institucional, e os transformam mediante usos, combinações, desvios, artimanhas e sentidos imprevistos”. Essa apropriação de sentidos e saberes pode ser observada no turismo em Fortaleza, quando se utiliza do humor cearense para ofertar atrativos capazes de gerar dividendos financeiros por meio da comercialização dos espetáculos. As formas, fatos e interações da irreverência espontânea do cotidiano das ruas da cidade são selecionadas, filtradas e formatadas para entreter, com hora certa para começar e terminar nos palcos das barracas, restaurantes e teatros especializados em shows de humor. Assim, é possível abrir um espaço de reflexão sobre a dinâmica mercadológica e econômica do turismo em Fortaleza a partir da apropriação de uma manifestação cultural, no caso o humor, como atrativo.

O Ceará Moleque acontece nos espaços públicos de Fortaleza, diferentemente da grande maioria dos shows de humor oferecidos como atrativos turísticos. Esta afirmação pode ser evidenciada pela agenda de programação cultural semanal da cidade. Antes mesmo de chegarem à cidade, alguns turistas, por meio de pacotes exclusivos de agências de viagem, já tomam conhecimento dos dias, horários e locais programados para rir. O palco do Ceará Moleque, historicamente falando, é o chão das ruas, das praças, das calçadas de Fortaleza. A simbologia na relação rua e arte de fazer rir na cidade se confunde com o próprio modo de viver em sociedade do povo cearense.

Arte – e uma forma de arte em particular, arte pública – e espaço público são duas entidades que, na história da cidade e da ética urbanas, mantêm entre si um tipo específico e forte de relação: todo espaço público define-se como tal a partir de uma obra de arte (que, por ser aí instalada, torna-se arte pública), mas toda vez que uma obra de arte é instalada num espaço não

privado, esse espaço assume (ou tende a assumir) a forma de espaço público. (COELHO, 2000, p. 103).

No contexto da oferta turística em Fortaleza, o humor como um produto ou atrativo se consome, prioritariamente, nos espaços não públicos; as barracas de praia, os restaurantes, os teatros especializados em comicidade, por exemplo. O Ceará Moleque, por sua vez, tanto pode acontecer nos palcos preparados para o riso, bem como nos espaços de uso comum da sociedade, como praças, ruas, o que acaba por tornar a representação cultural mais notável, e, conseqüentemente, a experiência turística mais diferenciada. Para Coelho (2000, p. 104), “[...] o espaço público é aquele onde se dá a invenção do *nós comum*, em contraponto ao espaço privado, espaço de construção do eu individual, espaço da autonomia interior, da elaboração de si mesmo.” Em contraponto, “Espaço privado não é o espaço de *uso* privado mas espaço onde o eu individual se elabora. A casa, a moradia individual, é dada como exemplo clássico de espaço privado.”

Tomando como referência os espaços públicos do Centro de Fortaleza, berço do Ceará Moleque, podem-se observar os limites do alcance do humor como atrativo turístico na cidade. Esse, pela própria dinâmica econômica, limita-se, principalmente, aos estabelecimentos comerciais da orla da capital cearense, com um número de público e tempo de espetáculos determinados por um valor de *couvert*. Em Coelho (2000), a utilização de alguns espaços como os museus, cinemas, podem ser considerados como espaços rarefeitos, ou semipúblico, onde o acesso das pessoas é controlado por um ingresso, bilhete ou convite pré-definido. Nessa reflexão, Coelho (2000, p. 108) “... a troca indireta de emoções, a consciência de que alguém ri algumas poltronas acima ou chora algumas abaixo pode ser parte da experiência estética. Mas a relação fundamental que se estabelece nesses espaços é aquela entre o indivíduo e a obra.”

Ou seja, artes construídas, interpretadas, promovidas e consumidas em espaços públicos funcionam como elementos agregadores, capazes de integrar socialmente moradores, passantes e porque não, turistas. Não se busca, neste momento, dizer que não exista integração social entre turistas e fortalezenses nas barracas, casas de shows e estabelecimentos especializados no humor cearense. Existe e é uma dinâmica social, a experiência turística. Porém, a aproximação entre as culturas de turistas e moradores e a possibilidade de uma compreensão comum no riso não tem a mesma naturalidade e significação da comicidade natural do

Ceará Moleque dos espaços públicos de Fortaleza. Vale lembrar também que esse direcionamento ou a falta de valorização daquilo que pode, naturalmente, ser considerado cômico na cultura de Fortaleza, está presente em todas as camadas sociais. Estes elementos referem-se ao modo de falar, de vestir, de pensar, de chamar atenção a alguma característica específica, dentre outros.

A indiferença ou rejeição a essa arte pública tradicional não é exclusiva da camada erudita ou culta da população: ela se manifesta também nos segmentos ditos mais populares e afeta ainda, aquilo que poderia ser considerado como autêntica arte pública, a arte que, instalando-se num espaço não privado, transformando-o em espaço público, espaço da aproximação, do entrelaçamento, da solidariedade, espaço da construção dos laços éticos. (COELHO, 2000, p. 108).

Para fortalecer a percepção do humorista Paulo Diógenes (2014), quando afirma que “O humor se tornou meramente turístico, um ponto turístico em Fortaleza. O humor se afastou um pouco do povo cearense. Agora, ele se concentra mais em barracas de praia. Algumas, como a Lupus²³, já oferece seus shows direto nos pacotes vendidos pela agência de viagens CVC. Não temos teatro para pontos de humor na cidade. O afastamento do humor dos cearenses se dá principalmente pela falta de espaços com esse tipo de programação.” É compreensível que os espaços públicos de Fortaleza são diversos, e que, a princípio, pode-se parecer inviável a promoção e oferecimento de conteúdo cultural em todos eles, como forma de atrair e aumentar a experiência dos turistas ou oportunizar momentos de lazer e entretenimento para a população local. Porém, existem espaços públicos na cidade que possuem uma simbologia, seja ela social, histórica ou cultural mais forte, capazes de se tornar referência e congregar socialmente todos que por eles passam. Espaços como o Passeio Público, a Praça do Ferreira, Praça José de Alencar, e as feiras ao ar livre do Centro de Fortaleza têm todas as condições de se transformarem em palcos naturais para o Ceará Moleque. Sustenta-se essa reflexão em:

Não há por que duvidar que isso possa ser alcançado. Mas se o objetivo final é a construção de uma cultura política, há uma dimensão que vem sendo esquecida e que, se atendida, pode acelerar o processo de desenvolvimento do nós comum: a da arte pública, corolário necessário da política cultural que se volta para a cidade. Esse esquecimento não será simples nem desinteressado: resulta, antes, em muitos países, de um sistema de valores (consideravelmente suicida) que tende a preservar e valorizar o privado em detrimento do público. Em decorrência, o espaço efetivamente público padece. (COELHO, 2000, p. 133).

²³ Lupus Bier: restaurante e casa de show de humor

Baseado em fatos históricos, pesquisa bibliográfica e entrevistas de campo, a referente pesquisa se debruça sobre a relação humor e identidade sociocultural do povo cearense. O objetivo é buscar argumentos capazes de justificar o epíteto Ceará Moleque. Carvalho, Vieira e Goulart (2004) afirmam que “[...] questões identitárias - históricas, políticas, sociais e culturais -, a dimensão e especificidades locais, marcam fortemente a dinâmica do campo da cultura em cada uma das regiões brasileiras. Nesse contexto, os autores buscam explicar, por meio dos estudos de fenômenos sociológicos, conhecendo as raízes desses acontecimentos, que, segundo o artigo, vêm do século XVIII. Os autores buscam justificar os títulos *Berço do Humor, Ceará Moleque, Estado de Graça* por meio da quantidade e dinâmica de surgimento de novos humoristas que despontam nacionalmente. Relaciona-se à construção de mitos, que, na prática,

[...] não esconde nada: sua função é distorcer, e não fazer desaparecer [...]. Não é preciso um inconsciente a fim de explicar o mito [...], a relação que une o conceito do mito ao seu sentido é essencialmente uma relação de *deformação* [...], no mito, o sentido é distorcido pelo conceito. (STRINATI, 1999, p.118)

O Ceará Moleque é universalizado e conceituado apenas pelos personagens do humor, os profissionais da graça, os prestadores de serviço do riso, forjado por meio de características sociais e históricas.

A ordem cronológica, dividida em períodos históricos da sociedade cearense, a estruturação do Ceará Moleque mostra um primeiro momento que repousa sobre uma discussão étnica, na formação dos povos que habitaram o estado do Ceará ainda no século XVIII. Em seguida, a comicidade cearense com as mudanças e interferências urbanas sofridas em meados do século XIX e início do século XX. Depois, pauta-se do estudo no reconhecimento e despontamento nacional de humoristas da TV, como Chico Anysio e Renato Aragão e, posteriormente, o surgimento dos shows de humor nos bares e restaurantes de Fortaleza.

Vê-se que os fenômenos sociológicos estão relacionados ao título Ceará Moleque, sob uma ótica étnica das raízes do povo cearense.

Registros literários sobre a sociedade cearense que envolve contextos que remontam do século XVIII indicam a presença de tipos populares, cenários históricos, relatos hilários que foram transmitidos ao longo das gerações

evidenciam que a cultura cearense é reconhecida pelo humor irreverente do seu povo. (SILVA, 2002, p. 02)

Mais uma constatação de que a essência do humor cearense não está apenas nos personagens das casas de shows do mercado turístico de Fortaleza. O humor perpassa a vida das pessoas, apresenta-se em formas, cores, fontes, objetos, frases escritas e proferidas, em olhares, gestos e movimentos espontâneos do dia a dia. Não precisa estar nos palcos para ser humor.

Porém, a fonte étnica, quase que inesgotável para a pilhéria e jocosidade, merece ser estudada neste ponto da pesquisa. Merece por entender-se cultura como a construção constante dos modos de ser e existir, individual ou coletivamente, ao longo dos tempos, dentro de um processo permanente de construção social.

A dimensão cultural de uma raça é conhecida como etnia, que se refere a aspectos socioculturais, levando-se em conta a cultura como o complexo dos padrões de comportamento, das crenças, das instituições, das manifestações e produções artísticas e intelectuais. (LIMA *et all*, 2013, p. 04).

A formação étnica do povo cearense se deu principalmente pela mestiçagem entre brancos europeus, índios e negros. Dos índios, segundo Lima et all (2013, p. 04), o cearense herdou a “[...] resignação, a tenacidade, o espírito de astúcia [...] a canalhice do índio”. Dos brancos europeus, herdaram a força intelectual do branco, dos negros, a iniciativa, benevolência e jovialidade.

Dessa forma, o trabalho defende que a formação cultural do povo cearense, em especial a característica da veia cômica, segundo Lima et all (2013, p. 04) afirmam que “Como resultado da mestiçagem, o temperamento cearense é fortemente marcado pela sobriedade, pela bravura indomável, pelo destemor, pela audácia e pela resignação ao sofrimento, além do exagero.” (MATOS, 2000). Mesmo acompanhando a humanidade desde sempre, rir e fazer rir ganham tons de identidade na cultura do povo cearense.

Retoma-se a ideia de Ceará Moleque, mencionando que a expressão Ceará Moleque surgiu no final do século XIX, nos romances e periódicos urbanos que tinham nos fatos do cotidiano da Fortaleza Belle Époque, a fonte para a construção das suas narrativas. Segundo o dicionário Aurélio, moleque significa “rapaz negro, negrinho” ou “menino travesso” ou “indivíduo sem gravidade ou sem palavra”. Na cultura escravocrata, moleque ou molecagem se referia aos atos travessos, brincadeiras desaprovadas pela ordem da casa grande, das peças de

danações de crianças negras. Assim, configuravam-se como Lima et all (2013, p. 05), “condutas reprováveis, próprias de negros escravos.”.

Dessa forma, aquele que subverte, que nega certas imposições sociais, que não obedece às regras impostas pela elite dominante é o moleque do Ceará burlesco e pilhérico. Segundo o professor, historiador e atual vereador em Fortaleza Evaldo Lima, “Acredito mais no humor de um certo “Ceará Moleque” como forma de contestação ao status quo e questionamento da permanência do provincianismo e dos mecanismos de controle social. O humor cearense, em sua gênese, também possui uma natureza de contestação antioligárquico, anticlerical e de afirmação da inquietude do novo.

3.3 IDENTIDADE CULTURAL DO CEARENSE

As subjetividades dos espaços públicos e suas riquezas históricas, a simbologia do cotidiano das relações sociais, as características comportamentais, as manifestações artísticas, o patrimônio material arquitetônico de Fortaleza influenciam direta e indiretamente, nas experiências vividas pelos turistas. A experiência Fortaleza começa antes mesmo dos visitantes chegarem à capital cearense. As informações prévias de amigos que já conheceram a cidade, matérias de jornais, revistas, sites especializados e outras fontes de informações sobre a gastronomia, os atrativos naturais, as belas praias, shows de humor e outras atividades de lazer e entretenimento começam ainda no local de origem do turista.

A cultura passa a ser tanto uma motivação como uma fonte de conhecimento e compreensão do destino para os seus visitantes. Nesse processo de experiências sensitivas, a cultura e suas representatividades passam a ter papel importante na formação da imagem de Fortaleza. Imagem não apenas no sentido visual, mas, no entendimento das relações sociais, das riquezas históricas e das características únicas da cidade. Dessa forma, a atividade turística também pode ser um momento de educação e aquisição de conhecimento, a partir do momento em que o espaço de lazer é composto de conteúdos históricos, conceituais, lúdicos, linguísticos e artísticos.

Neste estudo, o termo cultura²⁴ é usado no seu sentido amplo, como um processo dinâmico, histórico, resultado dos fazeres e características sociais, que criam e se recriam continuamente. A cultura não é algo estático, fechado, fixo ou acabado que se pode determinar pelas forças naturais, físicas ou biológicas. As ações resultantes de interesses políticos, econômicos, religiosos e também dos aspectos da natureza compõe a dinâmica de um povo, que dentro de um determinado período moldam o que chamamos de cultura.

Apresentar um conceito de cultura é um desafio que, ao longo do tempo, vem sendo enfrentado por diversos estudiosos, que, normalmente, buscam na diversidade das representações artísticas, costumes e dinâmica das interações sociais, um discurso capaz de atender a todos os entendimentos do tema. Os conceitos receberam grandes contribuições de diversas áreas de estudos; literatura, história, política e principalmente da sociologia. Tem-se, portanto, segundo Strinati (1999), o caráter transversal e interdisciplinar das discussões. Para colaborar com esta pesquisa, o conceito de cultura baseou-se sobre o conjunto de artefatos, processos e experiências sociais produzidas e reproduzidas de forma individual ou coletiva. Em Segóvia (2005, p. 84), a definição de cultura traz como referência de conceito traduzido dos consensos, discussões e análises de especialistas representantes dos países congregados na ONU:

A cultura, para UNESCO, é o conjunto de traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos, que caracterizam uma sociedade ou grupo social. Inclui, além das artes e da literatura, as formas de vida, as maneiras de se viver em sociedade, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. (SEGÓVIA, 2005, p. 84).

Nesse conceito, incluem-se as manifestações mais espontâneas da expressão popular. O humor, em especial o humor cearense, construído e inspirado, na maioria das vezes, nas ruas, praças públicas, pode ser um bom exemplo dessas manifestações.

De acordo com Santos (1994), a palavra cultura tem origem no verbo latino *colere*, que originalmente tem seu significado relacionado com as atividades agrícolas. O cultivar a terra foi ampliado pelos pensadores romanos para um refinamento pessoal, conhecimento, a polidez dos atos. Esse entendimento perdura até hoje, e não é difícil encontrar pessoas que buscam classificar pessoas com mais

²⁴ Cultura: complexo que inclui conhecimento, crenças, arte, moral, lei, costumes, ou seja, todos os hábitos e capacidade adquiridos pelo homem como membro da sociedade.

ou menos cultura a partir da sua capacidade e conteúdo intelectual. Para Santos (1994), quando se busca conceituar cultura, depara-se com várias concepções sobre o que significa o tema. A cultura como educação, formação, aquilo que torna uma pessoa culta, formatada dentro de conhecimentos escolares. Noutros momentos, a cultura se apresenta como as manifestações artísticas, nas suas mais variadas formas, cores, sons e conteúdos.

Também, encontra-se o conceito de cultura pautado nos meios de comunicação de massa, como a TV, o rádio e, atualmente, os meios digitais. Essa, uma cultura cibernética, interligada e em constante interação, mesmo que a distância. Existe ainda, segundo Santos (1994), o entendimento de cultura como a identificação das festas tradicionais, folclóricas, as lendas e crenças de um determinado povo. Santos (1994), mesmo dentro de um universo complexo de entendimentos e concepções do que viria a ser cultura, existem duas formas mais básicas capazes de conceituar o tema. A primeira, o termo se refere às realidades sociais diferentes.

Assim, cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior da sociedade. Aqui, é uma visão normalmente externa daqueles que partilham de poucas características que os aproximam da cultura identificada. (SANTOS, 1994, p. 24).

Ainda em Santos (1994, p. 25), na segunda forma de definir o que viria a ser cultura, busca-se destacar o aspecto de conhecimento, a bagagem de conteúdos associados a um domínio social específico. Vejamos: “Neste caso, quando falamos em cultura, estamos nos referindo mais especificamente ao conhecimento, às ideias e crenças, assim como as maneiras como eles existem na vida social.”

Compreender o que vem a ser cultura colabora diretamente para o entendimento do humor dentro de um contexto social maior, a atividade turística. Os consumidores dessa atividade buscam experiências sensitivas memoráveis, buscam valores diferentes do seu cotidiano. Segundo Santos (1994), o contato com as manifestações culturais do local visitado pode e deve fortalecer as relações entre turistas e o local visitado. As culturas possuem formas e estruturas diversas, complexas, mas possuem sistemas de funcionamento que possibilitam algumas referências sobre as suas características. Não entendamos estrutura ou sistemas como delimitações, engessamentos, mas, no sentido de adequação, tanto nos

processos internos da própria cultura, quanto na forma de se relacionar com as demais.

O humor é considerado uma das representações artísticas, e conseqüentemente culturais, do povo cearense. Porém, é válido compreender neste momento que aquilo se entende, ou se classifica como cultura popular, faz parte de uma postura da classe dominante.

As preocupações com cultura popular são tentativas de classificar as formas de pensamento e ação das populações mais pobres de uma sociedade, buscando o que há de específico nelas, procurando entender a sua lógica interna, sua dinâmica e, principalmente, as implicações políticas que possam manter. (SANTOS, 2001, p.54).

É dentro do universo da criação, objetivos e conseqüências do humor, que Fortaleza se apresenta no cenário turístico desta pesquisa. Uma representação cultural nascida, nutrida e desenvolvida principalmente nas ruas da capital alencarina, agora se configura como uma atividade componente do turismo, onde o erudito e o popular interagem, trocam conhecimentos e se definem no riso. Não que este tipo de humor seja produzido apenas aqui em Fortaleza, mas é notório que o daqui de destaca.

Conhecer, compreender e integrar os shows de humor com a dinâmica do mercado turístico de Fortaleza possibilita uma nova forma de visualizar e entender um dos muitos caminhos que conduziram a sociedade da capital cearense.

O humor não é um privilégio, uma identidade cultural inata ao povo cearense. Porém, fatos pitorescos, personagens históricos e a notória expressividade dos shows de humor dentro do mercado turístico da cidade fazem com que o assunto seja importante e pertinente para a compreensão de Fortaleza dentro do cenário turístico brasileiro. No turismo, os shows de humor funcionam como elos entre a cultura local e o visitante. É pelo riso proporcionado a partir da presença do humor que o lazer, o prazer, o entendimento e a aceitação da experiência Fortaleza se constroem. Isto porque o humor possibilita uma integração cultural capaz de gerar aceitação de ambos os lados do processo turístico. Turismo que é, antes de tudo, uma atividade cultural.

Na verdade, se a compreensão da cultura exige que se pense nos diversos povos, nações, sociedades e grupos humanos, é porque eles estão em interação. Se não tivessem não haveria necessidade, nem motivo nem ocasião para que se considerasse variedade nenhuma. (SANTOS, 1994, p. 09).

Como representação cultural, o humor não é considerado aqui como a única forma de se apresentar a cidade Fortaleza. A cidade não é feita apenas de humor, e riso, nem todos os fortalezenses são humoristas. Existe sim uma veia cômica, uma habilidade diferenciada para a construção de piadas, galhardias, contos engraçados, molecagens. Porém, o humor cearense faz parte de toda uma diversidade cultural composta de fatos, ideias, concepções, saberes e fazeres que foram sendo construídos ao longo do tempo. Considera-se o humor, aqui, como uma prática cultural, originária das ruas, das praças públicas, dos bares, mercados e espaços comuns entre as várias camadas sociais. Segundo Santos (1994, p. 19), “Mesmo porque essa diversidade não é só feita de ideias; ela está também relacionada com as maneiras de atuar na vida social, é um elemento que faz parte das relações sociais no país.”

A grande vocação brasileira para a cultura é justamente a sua diversidade cultural. Diversidade esta, que não se apresenta apenas na forma, nas representações culturais, nas cores que pintam o Nordeste, nos ritmos que embalam o Norte, na pluralidade que compõe o Sudeste, na tradição que apresentam o sul e nas manifestações desbravadoras que trazem o Centro- Oeste. Diversidade cultural está no modo de ser, fazer, pensar, agir, se reinventar, interagir com as demais culturas e também se conhecer como cultura, olhar para dentro da sua própria cultura. Cada povo tem a sua particularidade, sua dinâmica, sua percepção de mundo ao seu redor. E o humor, a forma de se fazer humor compõe essa engrenagem múltipla que se intitula diversidade cultural.

Para François de Bernard, a diversidade cultural é invocada em qualquer instância, por qualquer motivo social. Segundo citação da ONU (2001, p. 73), o autor também lembra da necessidade de rejeitar “[...] qualquer doutrina de exclusão baseada no racismo, na discriminação racial, na xenofobia e na intolerância a esta associada”. Faz-se relevante aqui lembrar como o humor foi tratado durante séculos, como uma faculdade própria e exclusiva do homem, mas, também, uma prática condenável pela Igreja e considerada vulgar por parte de uma elite dominante.

Na busca de um conceito para diversidade cultural, capaz de contextualizar o tema humor, faz-se necessário compreender a essência dos termos que a compõe. Mais do que uma forma exata, formal e acabada, François de Bernard *in* Brant (2005) propõe um conceito interpretativo, útil e pertinente. Assim, o

autor discorre na busca de construção de um conceito baseado em cinco palavras; “diverso”, “cultural”, “dinâmica”, “resposta” e “projeto”. A compreensão essencial de cada termo, a combinação entre eles e a adequação à constante dinâmica de transformação da cultura possibilitam o oferecimento de um conceito do que viria a ser diversidade cultural.

Segundo François de Bernard, no habitual conceito da palavra, tendo como referência o dicionário *Le Robert*, o diverso pode representar uma realidade partilhada, o que possui vários aspectos, caracteres diferentes, tons diferentes, seja de forma simultânea ou sucessiva. Formado a partir da interpretação latina *diversus*, nota-se o entendimento de oposição, divergência, contradição, pluralidade e variedade. E é justamente nessa perspectiva de tomar uma direção diferente, variável, livre e afastada do que está posto, que a diversidade cultural se constrói. Uma construção que advém da luta contra a simples constatação. E a essência do humor é justamente a liberdade para opor-se, de maneira criativa, burlesca, picaresca, cômica, irreverente ao que está posto. O cômico é a própria dinâmica diversa dentro da diversidade cultural.

Segundo Bernard (*apud* BRANT, 2005, p. 76), “A diversidade cultural é cultural”. A construção da cultura se torna o que é justamente da constante interação com o meio biodiverso e principalmente com outras culturas, outras formas de se pensar, agir, compreender a realidade e manifestar-se. Bernard (*apud* BRANT, 2005, p. 77) ainda acrescenta: “[...] as culturas só advêm por seu conflito com as condições e as formas naturais, mas também apenas por e em seus encontros com outras culturas”. Aqui, a defesa do humor como elemento cultural ganha força. Tomando como referência as entrevistas com os humoristas, pesquisadores, diretores de teatro e agentes do humor cearense, observa-se o entendimento e aceitação das dificuldades geográficas, climáticas, sociais e econômicas como determinantes na formação cultural do povo cearense. O professor e escritor Gilmar de Carvalho²⁵, por exemplo, acredita que a característica humorística do cearense é resultado, também, da relação com o natural; “O Ceará talvez tenha adotado o humor como estratégia para superar as adversidades que são muitas. Temos um solo infértil, pouca água, parte de nosso território está em processo de desertificação. Talvez queiramos rir da

²⁵ Gilmar de Carvalho é Bacharel em Direito e em Comunicação Social, ambas formações pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Doutor em Comunicação e Semiótica, é também um estudioso das relações entre a Comunicação e Cultura, além de apaixonado pela cultura cearense.

nossa própria miséria. Talvez sejamos alegres e não nos deixamos abater pelas intempéries.”

Assim como a cultura, a diversidade não é fixa, rígida, determinantemente acabada. Ela é constante, mas essa constância se dá pela dinâmica de construção, desconstrução, entendimento de um inventário de seres e saberes que nunca cessam. Bernard (*apud* BRANT, 2005) afirma que a diversidade cultural “[...] só poderia nascer de uma atividade de produção viva, voluntária, perene [...]”.

A preservação, manutenção do que existe como um engessamento ou empalhamento da cultura não contribui para a existência da diversidade cultural. Seria como negar a presença e necessidade dos conflitos humanos. É neles que surgem as ambiguidades, os interesses individuais e coletivos. Dos conflitos, pode-se extrair não apenas o que é positivo, bom para os sentidos de quem tenta selecionar, categorizar a formação de uma diversidade cultural, mas também, aquilo que reivindica espaço, compreensão e reconhecimento. Brant (2005, p. 77) menciona que “Tudo se passa como se essa ideia tivesse medo de assumir a *conflitualidade* intrínseca ao movimento da diversidade cultural – o reconhecimento de que essa diversidade só se desenvolve pelo conflito, ainda que este não seja mortífero.”

Mais do que questionamentos abertos e permanentes, a diversidade cultural pode ser compreendida com uma resposta. Bernard (*Apud* Brant, 2005, p. 77) a este respeito menciona que “... uma resposta política, uma resposta social, uma resposta educativa e até mesmo uma resposta econômica.”. Algumas dessas respostas podem ser indesejáveis. O Ceará Moleque, por exemplo, funcionava como uma resposta à tentativa de controle e normatização social imposta pela elite dominante na Fortaleza do final do século XIX e início do século XX. O humor, a pilhéria, a piada, o achincalhamento popular e urbano surgiam como uma nova forma de se fazer cultura, a cultura das ruas, a cultura da arraia miúda contra a cultura erudita de uma classe social europeizada.

Dessa forma, para fechar o ciclo de raciocínio para a elaboração de um conceito dinâmico, propositivo, diverso, oferecendo respostas às constantes modificações pelas quais caminha a cultura, François de Bernard defende a elaboração de um projeto para a diversidade cultural. Um projeto político, com sustentação jurídica, capaz de traduzir as relações humanas, comerciais e sociais de todo o processo. O autor não sugere a negação ou negligência a tudo o que já foi

produzido, comentado, discutido e defendido até então sobre diversidade, pluralismo ou interrelação cultural. Pelo contrário. Segundo Bernard (*Apud* Brant, 2005, p. 80) “... deve ser inventariado, sintetizado e confrontado aos questionamentos hoje formulados nos diferentes quadros nacionais, regionais e multilaterais.”

O Ministério da Cultura do Brasil “possui, em sua estrutura regimental, seis secretarias que atuam em suas respectivas competências para a elaboração e implementação de ações que objetivam garantir o acesso da população às políticas e bens culturais.” Uma dessas é a SCDC - Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural, instituída em maio de 2012, por meio do decreto nº 7.743. Com o objetivo de:

[...] fortalecer o protagonismo cultural da sociedade brasileira, valorizando as iniciativas culturais de grupos e comunidades excluídas e ampliar o acesso aos bens culturais, principalmente no apoio a projetos de espaços culturais denominados pontos de cultura e suas unidades de articulação e mobilização denominadas *Pontos de Cultura*²⁶.

Assim, mais do que definir, pode-se compreender diversidade cultural como uma dinâmica constante das manifestações, interações e intercâmbios necessários, perecíveis e não-renováveis para a sobrevivência da capacidade criativa de um povo. Sem isso, Bernard *in* Brant (2005, p. 84) menciona que “... poderíamos nos encontrar em um mundo sem diferenças, unipolar, em que todos pensariam e agiriam da mesma maneira, em que ninguém tentaria expressar algo, em que o acinzentado e a homogeneidade reduziriam a humanidade à intranscendência”. Silva (2002), em sua obra *Uma Fortaleza de risos e molecagens*, direciona o foco do debate da construção de uma identidade cultural, molecagem do povo cearense, sobre um contexto histórico, social, político e econômico que nos trouxe a alcunha de povo irreverente. Para Silva (2002, p. 19), “É muito mais rico e interessante refletir sobre a forma cultural de fazer humor e/ou de manifestar o riso, do que ficar medindo comparativamente a intensidade do cômico/riso de um povo.” O fazer rir faz parte da essência humana e a sua construção ou compreensão depende de todo um contexto cultural. Para o turismo, conhecer, compreender e vivenciar o modo de viver e interagir da coletividade social visitada expande as possibilidades de experiência turística da cidade.

²⁶ Pontos de Cultura: são projetos financiados e apoiados institucionalmente pelo Ministério da Cultura do Brasil (MinC) e implementados por entidades governamentais ou não governamentais. Visam à realização de ações de impacto sociocultural nas comunidades.

Em Silva (2002), o Ceará Moleque provém daqueles considerados fora do eixo da Fortaleza moderna que se levantava no fim do século XIX e início do século XX. Os moleques eram “(chamados muitas vezes de “Arraia Miúda”, “Pés-De-Poeira”, “Chinfrim”, “Canalha”.) que circulavam por suas ruas, becos, vilas, vielas, praças, ou seja, o espaço público; a praticar o que muitos consideram como atitude moleque dos que viviam a experiência de cidade.” Silva (2002, p. 19). Hoje, dentro da oferta de atrativos turísticos, os shows de humor representam parte dessa molecagem das ruas. Na prática, existe uma apropriação de expressões, piadas, personagens, tiradas populares por parte dos artistas, que oferecem nos palcos um pouco da molecagem cearense. Paulo Diógenes, um dos precursores do humor nos espaços turísticos de Fortaleza, que interpreta a personagem “Raimundinha” afirma que os espetáculos de humor da cidade são uma colcha de retalhos de tudo o que se pode encontrar nas ruas.

Ainda em Silva (2002), a sede social e urbana do Ceará Moleque é a Praça do Ferreira, ponto de encontro de todas as culturas do povo cearense. Por ela, circulam diariamente milhares de pessoas e vindas das mais diversas regiões do estado. Na Praça, sabe-se de tudo um pouco e dão-se conta da vida de quase todos. Segundo Silva (2002), a Praça do Ferreira pode ser considerada a “sede social do Ceará Moleque”: Justamente ali onde desfilavam bondes, automóveis, modas, novidades e gente de todos os segmentos sociais e onde se concentravam os principais cafés, as mais elegantes lojas e chefatura de polícia, desfilavam também as vaias, o escárnio, os apelidos e os ditos mais jocosos (...) Qualquer pessoa, coisa ou episódio que sugerisse exagero ou quebrasse a normalidade do cenário urbano poderia arrancar gargalhadas ou ser motivo para vaias.”

Assim como o jornalista, diretor teatral, escritor e pesquisador Tarcísio Matos, Silva (2002) enumera alguns personagens que ajudaram a construir todo esse imaginário da molecagem cearense, como por exemplo, o Casaca de Urubu, epilético, cobrador profissional que andava pelo Centro de Fortaleza, na busca de seus devedores, com uma casaca velha e desbotada e que, segundo o cronista, escritor e dicionarista Raimundo de Menezes (1903-1984), era um prato cheio para as traquinagens dos moleques da rua. Segundo Azevedo (1980), outro personagem pitoresco que desfilava pelas ruas do Centro foi Chagas dos Carneiros, que vivia acompanhado de três carneiros pintados, defendendo a monarquia e criticando o regime republicano. Esses são alguns dos vários personagens reais da história do

cotidiano popular de Fortaleza que sedimentaram ao longo do tempo a imagem de uma cidade pilhérica, jocosa e irreverente.

Em Ponte (2001, p. 183), essa irreverência poderia funcionar como uma válvula de escape frente às pressões das transformações sociais que passava a cidade de Fortaleza: “é plausível [...] ler os tipos populares como uma via que o povo encontrou para, através da irreverência, do riso, do sarcasmo e da balbúrdia públicos, expressar seu descontentamento para com a normalização urbana, a carestia e as más condições de vida e trabalho”. O humor da rua funcionava como uma resposta, uma contestação ao que estava imposto e se mostrava como opressão social. Parafrazeando Silva (2002), o Ceará Moleque representava um alívio social, uma forma de driblar a dura realidade na qual vivia as classes menos favorecidas na Fortaleza do fim do século XIX e início do século XX.

Ou seja, por trás muitas deste riso maldoso, que tudo mata e destrói, acabando por desqualificar e procurar excluir o popular, enquadrando-o como canalha; e, do outro, um riso de zombaria, alegre, que põe o mundo muitas vezes de ponta-cabeça, desvendando a dura realidade que tanto oprime e controla aqueles que vivem o cotidiano da cidade de Fortaleza. (SILVA, 2002, p. 26).

O humor controlador, que buscava regular os comportamentos ditos desviantes, em nome de uma civilidade necessária, tinha na literatura dos pasquins, que circulavam pela Fortaleza a partir da segunda metade do século XIX, o seu principal canal de comunicação com a população local. Para a imprensa pasquineira,

Civilidade supõe aprendizagem das boas maneiras, reconhecimento das hierarquias, respeito à tradição, entusiasmo pelo ideário do progresso, apuro no vestuário, educação dos comportamentos, senso de convivência, esmero da linguagem. Acima de tudo, diz respeito ao modo de viver e interagir no espaço público. (MACÊDO; FILHO, 2002, p. 63).

Em Silva (2002), são citados alguns desses periódicos, os mais famosos: *O Moleque*, publicado pela primeira vez em agosto de 1890, que trazia em seu expediente, de forma prática e direta, a proposta geral do conteúdo, segundo Silva (2002, p. 27) “Quem não quizer lêr *O Moleque*, póde chamar o menino que o conduz, pedi-lo a restituir logo os 40 réis. Não queremos é molecagem.”. O autor destaca ainda outros pasquins da época, *O Belecho – Órgãos dos Filhos da Candinha*, que circulava em 1899, *O Charutinho – Jornal Amolecado*, editado e publicado em agosto de 1900, *O Bemteví* de janeiro de 1892 e *O Chocalho – Órgão Chocalheiro*, de novembro de 1898. Embora defendessem a proposta de informar e

divertir os leitores, os pasquins utilizavam-se da zombaria para ridicularizar quem cometia os pequenos delitos sociais.

Vários jornalistas e seus pasquins tomavam para si a responsabilidade pela SETFOR – Secretaria de Turismo de Fortaleza.

vigilância dos “crimes” que ameaçavam a famílias e iam de encontro à sociedade do progresso e da civilização. Tentava-se, portanto, regular condutas e posturas para os espaços públicos e, sobretudo, de grande convivência social. (SILVA, 2002, p.30).

Alguns apresentadores de programas de TV, no Brasil, já utilizaram frases do tipo “O Ceará é a terra do humor”, “No Ceará só tem humorista.” Num dos seus programas de domingo, durante o quadro de humor onde aparecem os artistas cearenses Papudinho e Tirulipa, Fausto Silva, “O Faustão”, afirmou “No Ceará a pessoa já nasce humorista”. Será que realmente todo cearense tem uma veia para a comicidade? Será que toda pessoa nascida no estado em questão sabe fazer graça, fazer os outros rirem? Ou o apresentador uso o senso comum, um timbre midiático sedimentado ao longo dos anos, tendo como referência os grandes e consagrados humoristas como Chico Anysio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Tiririca? Não se pode precisar os motivos que justificam essa afirmação, porém, o discurso de que o Ceará é terra de humoristas, isso é fato, observável também nas entrevistas de campo, com os turistas das barracas de praia de Fortaleza, por exemplo.

Na obra Guerras Culturais, Coelho (2000) comenta sobre a forma estereotipada que a imprensa francesa tinha da identidade nacional do povo brasileiro, tendo como referência unicamente a comparação do comportamento em campo dos jogadores da seleção verde e amarela, com os jogadores da seleção alemã, durante a Copa do Mundo de 1998.

[...] o espírito dito alegre e impertinente do brasileiro é visto corporificado materialmente em seu jogo solto e irreverente enquanto é evidente que o espírito de ordem e de disciplina, prevalecendo sobre a criação e a individualidade, transcendem no esquema (e esta palavra diz tudo) duro e forte da equipe alemã. Comentaristas e narradores das partidas não viam o que desenrolava sob seus olhos mas diziam o que conceitos e preconceitos estabelecidos de longa data os mandavam dizer. (COELHO, 2000, p. 95).

Trazendo para o universo da cultura cearense, a pessoa natural do Ceará, segundo o apresentador “Faustão”, teria, naturalmente, que ser humorista. Essa identidade forçada, nutrida de históricos e constantes discursos com pouco, ou

nenhum embasamento teórico, acabam por alimentar a imagem do Ceará como a terra de humoristas. Assim, aos poucos, essa identidade se fortalece no imaginário dos turistas, que, ao chegarem a Fortaleza, por exemplo, buscam conhecer os locais onde se encontram esses cearenses engraçados. Coelho (2000, p. 97), “É verdade que o modo simbólico liga-se intimamente ao episódico e dele a rigor deriva. Mas o episódico pode ocorrer independentemente do simbólico; é isso que geralmente acontece e é esse geralmente o problema.”.

Os shows de humor, em Fortaleza, representam uma atração a mais para os turistas que visitam a cidade e acabam por contribuir diretamente para o fortalecimento das vendas das barracas, restaurantes e movimentação na bilheteria dos teatros especializados no segmento cultural do riso. Como bem frisou na entrevista de campo o Sr. Marcos, “O Marcão”, gerente da Barraca CrocoBeach, estabelecimento que já existe há 16 anos na Praia de Futuro: “Na alta estação, por exemplo, em média, duas mil pessoas frequentam, por dia, os shows de humor na barraca, o que movimenta bastante o nosso restaurante, fora o *couvert*.” Não se questiona, neste momento, a importância econômica que o humor representa no mercado turístico de Fortaleza. Porém, cabe uma reflexão sobre o uso de uma representação cultural, o humor, exclusivamente como mecanismo de geração de dividendos para o segmento turístico. O Ceará Moleque e a essência da irreverência cearense não cabe neste contexto econômico, cujo grande objetivo é proporcionar momentos de lazer e graça num formato otimizado, preparado para fazer rir.

Integração econômica não implica integração cultural. Seria mesmo conveniente evitar que a ideia de uma improvável e, quem sabe, improdutiva e indesejada integração cultural funcione como decoração vistosa para uma talvez proveitosa integração econômica. O processo cultural tem componentes relevantes para a economia (empregos, impostos, lucros) que devem ser tratados como tais e nada a mais. (COELHO, 2000, p. 99).

A riqueza cultural, histórica, social e humana do Ceará Moleque poderia oferecer uma experiência a mais para os turistas a partir do momento que aumentaria a diversidade de formas, conteúdos, personagens reais e fatos que contextualizam melhor a comicidade como uma das características da cultura do povo cearense.

Nas entrevistas de campo, foi perguntado aos humoristas se o humor é uma característica inata ao povo cearense, ou seja, se existe uma pré-disposição para o cômico no cearense. Paulo Diógenes (2014) acredita que sim, que todo

cearense tem uma veia cômica. Porém, nem todos sobem ao palco para expor essa habilidade. Já Carri Costa (2014), produtor e diretor teatral, o humor também é do cearense, e não apenas do cearense. Para ele, a irreverência do povo cearense nasce “... não é da capital, ela é do sertão. O bom humor vem do sertão. A jocosidade, picardia, inteligência. O sertanejo tira uma graça da dificuldade. Assim como o brasileiro, o cearense tem o jogo de cintura, na maioria das vezes alegre, para poder lidar com as dificuldades. Porém, no cearense, é um jeito livre. A liberdade é bem forte, é bem definida na cultura cearense. A liberdade de expressão, fazer o que tem vontade de fazer, ser libertário.” Essa seria a raiz conceitual do humor cearense, que é possível identificar em diversos comportamentos, acontecimentos, personagens, fatos históricos, literatura, artes plásticas e outras tantas formas de expressões do povo cearense.

Porém, são poucos ou, até parecem inexistentes, os debates, discussões ou questionamentos sobre o humor que é oferecido como produto turístico em Fortaleza. Nas entrevistas de campo com os humoristas, por exemplo, foi possível observar uma presença marcante do discurso individualista, onde o “eu” prevalecia sobre a coletividade e principalmente sobre a essência do Ceará Moleque. Até parecia que o humor cearense se restringe a um número limitado de personagens, atores do riso, profissionais da gargalhada, como nomes bem definidos, piadas pré-programadas, limites de tempo, espaço e valor do que seria cômico. A dinâmica comercial impõe de maneira sistemática, como o humor nas casas de shows, barracas e restaurantes de Fortaleza deve acontecer. O turista pode até não conhecer o conteúdo da piada, mas ele sabe que vai rir. Ele paga para isso. Faz parte do pacote da experiência Fortaleza. Como bem coloca Coelho (2002), a arte passa a ser adjetivada, ou seja, uma arte sem qualitativos espontâneos, reduzida a uma essência significativa temporária e limitada. O fator surpresa da comicidade não se perde, porém, torna-se previsível dentro da proposta adjetivada comercialmente e sedimentada ao longo do tempo como o verdadeiro humor cearense.

Assim, os shows para rir acabam por se tornar a referência da cultura cearense, que se integra à dinâmica econômica do turismo de forma direta, específica e produzida em série. Sobre essa integração entre economia e cultura, Coelho (2002) defende que

Seria mesmo conveniente evitar que a ideia de um improvável e, quem sabe, improdutiva e indesejada integração cultural funcione como

decoração vistosa para uma talvez proveitosa integração econômica. O processo cultural tem componentes relevantes para a economia (empregos, impostos, lucros) que devem ser tratados como tais, mais nada. (COELHO, 2002, p. 99).

A reflexão sobre esse choque de identidade cultural, embora sem conflito, entre o humor que é oferecido ao mercado turístico e o humor do Ceará Moleque justifica-se pelo fato de que a irreverência do povo cearense vai além dos palcos e personagens burlescos bem elaborados, ela é uma representatividade do cotidiano das relações sociais desse povo. Como bem coloca Coelho (2002, p. 92) “Um grande desenho se forma agrupando, num canto, grosso modo, a cultura popular ou a cultura voltada para a grande massa, abastecida com imagens identitárias de cunho nacional, e, no outro, a cultura de circulação restrita que procurava navegar sem âncoras.” Assim, essa cultura, ou representatividade cultural, desancorada se traduz em todo o conteúdo simbólico do Ceará Moleque, que nem está contemplado na oferta de atrativos turísticos e nem recebe a valorização e reconhecimento adequado para a própria população de Fortaleza.

3.4 FATOS E PERSONAGENS DO HUMOR CEARENSE

Buscando fundamentar a pesquisa em questão, e conforme Matos (2000), há fatos culturais cearenses importantes que merecem ser destacados. Pode-se mencionar como fato pitoresco a Vaia ao Sol; os personagens Bode loiô, Cajueiro Botador, Chagas dos Carneiros; o movimento cultural da Padaria Espiritual; a literatura voltada à Fortaleza Descalça, Fortaleza e a crônica histórica. Os pasquins do início do século XX; os escritores Paula Nei, Leonardo Mota, Quintino Cunha, Otacílio de Azevedo; e na política, A dedada do povo.

A irreverência, a sátira, o deboche, a jocosidade, a gaiatice, a arenga burlesca, a molecagem no cotidiano do povo cearense, no caso específico, na sociedade de Fortaleza, é coisa séria e merece uma atenção científica. Séria no sentido da relação e compreensão da dinâmica social da cidade, bem como das suas interferências em fenômenos culturais, como é o caso do turismo. O humor oferecido como atrativo para os turistas que visitam a capital cearense faz parte de todo um contexto de desdobramentos de comicidade, na grande maioria das vezes, coletivo, ou seja, nascido, nutrido e promovido em espaços públicos da cidade. Em Ponte (1993), encontra-se uma passagem que ajuda a compreender um pouco mais

do que seria o Ceará Moleque. Trata-se de uma citação de *Hábitos locais*, publicado na revista *A Jandaia*, de 03 de setembro de 1927. Esta circulava na década de 1920 com publicações sobre arte, literatura e atualidades. Sobre o Ceará Moleque, publica-se:

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. (PONTE, 1993, p.)

Ainda em Ponte (1993), o Ceará Moleque servia como um deleite da chamada “arraia-miúda”, classe social mais desprovida de recursos e bens, que nada deixava escapar de uma boa gargalhada, risada, que, segundo Saraiva (2013), poderia ser simplificado numa venenosa “gaitada”. Ponte (1993) também apresenta uma citação do livro *Imagens do Ceará*, de Herman Lima, publicado em 1997, que apresenta a ideia de que

Um espírito que varia na ironia mais viva e pungente à sátira procaz, da simples anotação humorística ao pitoresco dum rótulo definitivo para homens e coisas. Não é dos menores por certo, ao contrário do que pareça, o título de Ceará-Moleque, que tantas vezes lançado pejorativamente ao mesmo berço de Alencar, que contraposição aos outros apelativos de ‘Terra da Luz’ e Terra do Sol’. (PONTE, 1993, p.)

No início do século XX, segundo Ponte (1993), a sede social do Ceará Moleque era a Praça do Ferreira, situada no centro da cidade. Por ela, desfilavam não apenas os bondes, carros, a moda parisiense, as notícias do que acontecia na cidade, no Ceará, no Brasil e no mundo. A praça era o grande palco de personagens pitorescos da irreverência popular cearense, bem como cenário de fatos, no mínimo, insólitos, como a grande vaia ao sol, em 1942. Este espaço público representava toda a essência das inquietudes pilhérica da sociedade, que não perdoava ninguém. Daí sua importância na história, e que segue até os dias atuais.

Não faltavam pretextos para tanto: se não fosse um almofadinha ostentando afetada elegância, era a figura burlesca de um tipo popular. Qualquer pessoa coisa ou episódio que sugerisse exagero ou quebrasse a normalidade do cenário urbano poderia arrancar gargalhadas ou ser motivo para vaias. (PONTE, 1993, p.176).

As transformações econômicas, políticas e sociais da Fortaleza do fim do século XIX e início do século XX refletiram também na literatura. A imprensa pasquineira, que pautava no humor, na tentativa de regular os comportamentos alheios, buscava impor regras para uma sociedade mais civilizada. Para Lima

(2002, p. 39), “... os textos literários tornam-se excelentes termômetros das transformações nos valores éticos, sociais e mentais ocorridos à época.”.

No passo dessas transformações, Lima (2002) discorre sobre alguns romances urbanos escritos durante a Fortaleza Belle Époque. A *Normalista*, de Adolfo Caminha, por exemplo, acontece dentro do cenário dessas mudanças e apresentam enredos e tramas pautados nos debates e embates entre as elites, com temas variados, pois, segundo Lima (2002, p.40-1): “[...] direcionamentos das políticas sobre a modernização da cidade e, principalmente, discutem aspectos os mais variados do cotidiano, descortinando a Fortaleza do final do século XIX”. Esses conflitos de interesses e interpretações da cidade que se transformava fazia respingar diretamente nas obras literárias da época. Para compreender melhor a essência do Ceará Moleque, faz-se necessário ter uma visão histórica dos fatos do cotidiano popular, dos personagens caricatos e pitorescos que transitavam pelos logradouros da cidade, composições, produção intelectual e também as publicações literárias da Fortaleza do fim do século XIX e início do século XX. Esse panorama histórico também contextualiza todo o imaginário do humor cearense que foi sendo construído ao longo do tempo, até se apresentar hoje, nos palcos da oferta turística, por meio dos shows de humor.

Seguindo a linha da literatura como resposta à imposição da civilidade da nova Fortaleza que se levantava, em maio de 1892, é fundada pelo escritor Antônio Sales a agremiação cultural Padaria Espiritual, considerada em Souza (1994) como a mais original sociedade literária do Ceará, e com grande destaque nacional. Com a essência literária realista, a Padaria Espiritual nasceu em contraponto à cultura burguesa, retórica e burocrática e os seus “padeiros”, como eram chamados os escritores participantes, combatiam, por meio de poemas, crônicas e versos a polidez artificial do romantismo. Ilustra-se essa afirmação com, segundo Souza (1994, p.189), uma das partes do estatuto que regia o movimento literário “... sendo a eles vedado também “o tom oratório, sob pena de vaia’, não permitia aos escritores do grupo o uso de palavras estranhas à língua vernácula.”.

As obras dos padeiros tinham a função fornecer pão de espírito aos seus participantes e sociedade em geral, retratando a vida como ela se mostrava, sem maquiagens ou amarras e consolidaram o realismo na literatura cearense.

[...] a primeira fase da “Padaria” foi mais cheia de verve humorística, predominando a pilhéria, ao passo que a segunda foi menos brincalhona,

mas voltada para o trabalho. Não se pode, porém dizer que não houve trabalho nos primeiros tempos, nem que não houve brincadeira na segunda fase. Na verdade, o que houve foi mais pilhéria do que trabalho na primeira fase, e mais trabalho do que pilhéria na segunda. (SOUZA, 1994, p.190).

Segundo Souza (1994), a sociedade literária teve fim em 1898 e deixou um legado com aproximadamente trinta e seis números de *O Pão* e uma lista de livros que enriqueceram o patrimônio literário cearense. A seguir, explana-se acerca do humor em Fortaleza.

4 HUMOR COMO PRODUTO TURÍSTICO DE FORTALEZA

Considerando a perspicácia cearense, e o humor como um de seus principais símbolos, há muito houve um despertar para não apenas apresentar essa marca, mas transformá-la em negócio. E, assim, quase no final do século XX, surgem as primeiras manifestações artísticas empresariais de humor. Iniciaremos fazendo uma abordagem histórica da cidade, destacando o turismo, seguido de elementos que compõem a estrutura comercial do humor.

Historicamente, o palco do Ceará Moleque é o chão das ruas, das praças, das calçadas de Fortaleza. Isto porque o mesmo acontece nos espaços públicos da capital cearense, diferentemente da grande maioria dos shows de humor oferecidos como atrativos turísticos. A simbologia na relação rua e arte de fazer rir na cidade se confunde com o próprio modo de viver em sociedade do povo cearense. Para Coelho (2000):

Arte – e uma forma de arte em particular, arte pública – e espaço público são duas entidades que, na história da cidade e da ética urbanas, mantêm entre si um tipo específico e forte de relação: todo espaço público define-se como tal a partir de uma obra de arte (que, por ser aí instalada, torna-se arte pública), mas toda vez que uma obra de arte é instalada num espaço não privado, esse espaço assume (ou tende a assumir) a forma de espaço público. (COELHO, 2000, p. 103).

No contexto da oferta turística em Fortaleza, o humor como um produto ou atrativo se consome, prioritariamente, desde a década de 1980, nos espaços não públicos: as barracas de praia, os restaurantes, os teatros especializados em comicidade, por exemplo. Isto ocorre desde a década de 1990. O Ceará Moleque, por sua vez, tanto pode acontecer nos palcos preparados para o riso, bem como nos espaços de uso comum da sociedade, como praças, ruas, o que acaba por tornar a representação cultural mais notável, e, conseqüentemente, a experiência turística mais diferenciada. Para Coelho (2000) “[...] o espaço público é aquele onde se dá a invenção do *nós comum*, em contraponto ao espaço privado, espaço de construção do eu individual, espaço da autonomia interior, da elaboração de si mesmo.” Em contraponto, Coelho (2000, p. 104) acrescenta que: “Espaço privado não é o espaço de *uso* privado, mas espaço onde eu individual se elabora. A casa, a moradia individual, é dada como exemplo clássico de espaço privado.”

Tomando como referência os espaços públicos do Centro de Fortaleza, berço do Ceará Moleque, podem-se observar os limites do alcance do humor como

atrativo turístico na cidade. Esse, pela própria dinâmica econômica, limita-se, principalmente, aos estabelecimentos comerciais da orla da capital cearense, com um número de público e tempo de espetáculos determinados por um valor de *couvert*. Em Coelho (2000), a utilização de alguns espaços como os museus, cinemas, podem ser considerados como espaços rarefeitos, ou semipúblico, onde o acesso das pessoas é controlado por um ingresso, bilhete ou convite pré-definido. Nessa reflexão, Coelho (2000) menciona que:

[...] a troca indireta de emoções, a consciência de que alguém ri algumas poltronas acima ou chora algumas abaixo pode ser parte da experiência estética. Mas a relação fundamental que se estabelece nesses espaços é aquela entre o indivíduo e a obra. (COELHO, 2000, p.108).

Artes construídas, interpretadas, promovidas e consumidas em espaços públicos funcionam como elementos agregadores, capazes de integrar socialmente moradores, passantes e, porque não, turistas. Não se busca, neste momento, dizer que não exista integração social entre turistas e fortalezenses nas barracas, casas de shows e estabelecimentos especializados no humor cearense. Existe é uma dinâmica social, a experiência turística. Porém, a aproximação entre as culturas de turistas e moradores e a possibilidade de uma compreensão comum no riso não tem a mesma naturalidade e significação da comicidade natural do Ceará Moleque dos espaços públicos de Fortaleza. Como bem coloca o pesquisador e professor Gilmar de Carvalho (2014) que, ao ser indagado sobre quais as principais características observadas na forma de fazer humor em Fortaleza, menciona:

O humor cearense que está nos palcos peca pelo excesso, pela afetação. São humoristas com roupas de muitas cores, com maquiagem pesada e os textos, geralmente, são pouco sutis. Penso que valeria uma imersão maior na cidade onde vivem. A renovação do humor passa, é como eu penso, pela observação e ressignificação da alegria e irreverência das ruas, pelas roupas que o povo veste, pelos cabelos, pelo jeito como fala. Precisamos dessa matéria prima para não ficarmos apenas no baixo corporal. Considero importante o esforço que os humoristas cearenses fazem para fidelizar e ampliar o público. É um trabalho notável, de muito esforço, energia e dedicação. Neste sentido, eu os aplaudo. (CARVALHO, 2014)

Vale lembrar também que esse distanciamento ou não importância do que é social e culturalmente cômico na cultura de Fortaleza está presente em todas as camadas sociais. Sobre este tema Coelho (2000) afirma:

A indiferença ou rejeição a essa arte pública tradicional não é exclusiva da camada erudita ou culta da população: ela se manifesta também nos segmentos ditos mais populares e afeta ainda, aquilo que poderia ser considerado como autêntica arte pública, a arte que, instalando-se num espaço não privado, transformando-o em espaço público, espaço da aproximação, do entrelaçamento, da solidariedade, espaço da construção dos laços éticos.” (COELHO 2000, p. 108).

Pode-se fortalecer essa percepção com o humorista Paulo Diógenes²⁷ (2014), quando afirma que:

O humor se tornou meramente turístico, um ponto turístico em Fortaleza. O humor se afastou um pouco do povo cearense. Agora, ele se concentra mais em barracas de praia. Algumas, como a Lupus, já oferece seus shows direto nos pacotes vendidos pela agência de viagens CVC. Não temos teatro para pontos de humor na cidade. O afastamento do humor dos cearenses se dá principalmente pela falta de espaços com esse tipo de programação.

É compreensível que os espaços públicos de Fortaleza são diversos, e que, a princípio, pode-se parecer inviável a promoção e oferecimento de conteúdo cultural em todos eles, como forma de atrair e aumentar a experiência dos turistas ou oportunizar momentos de lazer e entretenimento para a população local. Porém, existem espaços públicos na cidade que possuem uma simbologia, seja ela social, histórica ou cultural mais forte, capazes de se tornar referência e congregar socialmente todos que por eles passam.

Espaços como o Passeio Público, a Praça do Ferreira, Praça José de Alencar, e as feiras ao ar livre do Centro de Fortaleza têm todas as condições de se transformarem em palcos naturais para o Ceará Moleque. Sustenta-se essa reflexão em Coelho (2000):

Não há por que duvidar que isso possa ser alcançado. Mas se o objetivo final é a construção de uma cultura política, há uma dimensão que vem sendo esquecida e que, se atendida, pode acelerar o processo de desenvolvimento do *nós comum*: a da arte pública, corolário necessário da política cultural que se volta para a cidade. Esse esquecimento não será simples nem desinteressado: resulta, antes, em muitos países, de um sistema de valores (consideravelmente suicida) que tende a preservar e valorizar o privado em detrimento do público. Em decorrência, o espaço efetivamente público padece”. (COELHO, 2000, p. 133).

O autor comenta e defende um espaço efetivamente público, de uso comum, irrestrito e constante das pessoas que habitam na cidade ou os seus visitantes, inclusos os turistas. Complementando o raciocínio e fortalecendo a mensagem de aproximação das representações culturais do público maior, o público

²⁷ Entrevista concedida em 2014.

da rua, Coelho (2000) argumenta que esses espaços possibilitam uma troca social e cultural mais rica, ampliando a experiência vivida no lugar de forma comum e porque não colaborativa. O Ceará Moleque, em sua essência, nutre-se dessas relações cotidianas e livres das ruas, praças e espaços públicos. As responsabilidades da SETFOR – Secretaria de Turismo de Fortaleza são de promover os bens culturais da cidade. Contudo, observa-se que não existe até 2014, segundo o próprio titular da pasta da Secretaria, um projeto definido para esse assunto. Os espaços públicos, destacando os mais representativos na história e na cultura de Fortaleza, ainda são subaproveitados pela gestão pública do turismo. Conforme Coelho (2000):

E esses são os espaços que uma política cultural deveria privilegiar, mas favorecer num grau muito mais acentuado do que o atual. [...] A arte pública é a que proporciona um contato humano direto e de algum modo prolongado e que, por fazê-lo, cria as condições para a construção de um imaginário comum. (COELHO, 2000, p.134).

Seguindo essa compreensão de arte pública, permite-se comentar, por exemplo, o que poderia ser feito para o fortalecimento da experiência turística Fortaleza, por meio do humor cearense. Segundo Coelho (2000, p. 135), a arte promovida em espaços públicos “... tem papel de relevo a desempenhar no quadro da aproximação intercultural, ao mesmo tempo em que sustenta o esforço de desenvolvimento da ideia de que se *pertence* a um certo lugar, a uma certa região...”. Pode-se, neste momento, questionar o papel do estado, no caso a Prefeitura de Fortaleza, por meio da sua Secretaria de Turismo, no que se refere à instrumentalização da arte e da cultura. O que para muitos pode ser um entrave no que se refere à essência livre e libertadora, independente e compromissada apenas com a natureza da arte.

Ou seja, a interferência da esfera pública no oferecimento, promoção e formatação de uma arte pública, no caso, o humor cearense, tanto para os moradores como para turistas. É uma preocupação apontada também por um dos entrevistados, o artista, humorista e compositor Marcondes Falcão, o Falcão (2014)²⁸:

Não sou a favor de que o humor tenha que vir de cima, de uma coisa pública. Ele é uma marca do povo, o povo tem que conservar. [...] Se o humor for institucionalizado perde a graça, fica censurado. Se o governo financiar, pode acabar perdendo a graça. O humor é aquele que

²⁸ Entrevista concedida em 2014.

escolhamba todo mundo. Se somos um humor livre, não podemos ficar limitado na piada.

Geograficamente, segundo Coriolano e Fernandes (2007), o estado do Ceará possui uma vantagem turística diante os demais estados do país. No contexto do turismo internacional, para se chegar ao sul do Brasil, por exemplo, faz-se necessário, antes de tudo, um voo sobre a região. O que pode ser uma vantagem comparativa, bem como despertar o desejo de pousar nesse primeiro território. A princípio, essa vantagem pode passar despercebida quando se relaciona aos shows de humor. A linguagem do humor cearense, as referências culturais, o entendimento das piadas e personagens pode soar estranho aos ouvidos, olhos e compreensão de turistas estrangeiros. Porém, como já fora anteriormente mencionado, o turismo é antes de tudo uma atividade cultural. É possível observar, durante as suas apresentações nas casas de shows de humor em Fortaleza, que o público estrangeiro pode até não entender o contexto e mensagem da piada. Mas, a forma, os gestos, os personagens caricaturados, com roupas extravagantes e o riso estampado na cara servem de elementos simbólicos para a construção do riso, que, na grande maioria das vezes, acontece socialmente.

Com mais de 500 quilômetros de atlântico, banhado por um mar singularmente verde, com excelente clima tropical, estabilidade climática, verão e inverno, média térmica de 28 graus Celsius e ventos alísios que compensam o calor, o Ceará é um importante polo turístico brasileiro. São inúmeras as condições geográficas favoráveis à prática de turismo, que pode ser um

[...] turismo de sol e praia, de serra, de sertão, rural, de aventura, e evento e o ecoturismo. [...] monumentos arquitetônicos, sítios históricos, sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, festas populares, gastronomia, artesanato, músicas, feiras, os aspectos culturais do povo cearense, patrimônio material e imaterial. (CORIOLANO; FERNANDES, 2007, p. 389).

Diante da diversidade de opções e atrativos para o público turista – nacional ou estrangeiro –, podemos citar os aspectos naturais e socioculturais. Estes são de grande importância para o desenvolvimento e qualificação da experiência turística na cidade. E, segundo Coriolano e Fernandes (2007), entende-se como atrativo turístico,

[...] elementos naturais, históricos, culturais, manifestações, usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas, eventos e acontecimentos programados, que motivam o deslocamento de

grupos humanos para conhecê-los. (CORIOLANO; FERNANDES, 2007, p. 389-390).

E, o conjunto desses atrativos, quando disponíveis, estruturados, promovidos e adequados para o consumo, constitui a oferta turística de um lugar. Dessa forma, os shows de humor em Fortaleza, embora, ainda limitados num trecho do litoral da capital cearense, possuem uma estrutura de espaços, serviços, divulgação e mercado que podem determiná-los como um atrativo turístico. Afirmativa essa confirmada pelos representantes comerciais, diretores de programação e gerentes de marketing dos tradicionais e mais atuantes teatros, casas de shows, bares e restaurantes do segmento humorístico de Fortaleza: Carri Costa (Teatro da Praia), Fernanda Gomes (Teatro do Humor Cearense), Washington (Chico do Caranguejo), Fabiano (Barraca CrocoBeach), e o gerente do Lupus Bier. Segundo o resultado das entrevistas, Fortaleza possui hoje uma agenda permanente, de domingo a domingo, de shows de humor. A maioria das apresentações acontecem em estabelecimentos gastronômicos, com todo um suporte de recepcionistas, segurança, garçons, manobristas, técnicos de montagem, operadores de som, cerimonialistas e outros serviços turísticos. Algumas casas, como, por exemplo, a Chico do Caranguejo, localizada na Praia do Futuro em Fortaleza, que já oferece shows de humor há mais de 15 anos, possui parcerias com agências de viagens, que já oferecem os shows de humor dentro do pacote turístico.

Coriolano e Fernandes (2007, p. 392) destacam ainda o fortalecimento da programação cultural com a instalação, em 1992, do Centro Cultural Dragão do Mar de Arte e Cultura. E, segundo as referidas autoras: “É considerada uma das capitais mais animadas do Nordeste, tem uma intensa vida noturna com várias opções de entretenimento.” A gestão da cultura no município de Fortaleza é orientada por um plano plurianual. A Secretaria de Cultura de Fortaleza (SECULTFOR) lançou, no Diário Oficial do Município de Fortaleza, publicação de Nº. 14.951, no dia 07 de janeiro de 2013, ANO LX, normatizado pela Lei Nº 9989, de 28 de dezembro de 2012, o Plano Municipal de Cultura de Fortaleza, elaborado para o decênio 2013-2023. O documento apresenta um conjunto de programas com prazos, metas, fontes de recursos para o financiamento dos projetos para o fortalecimento, preservação, conservação e promoção dos bens culturais materiais e imateriais da capital cearense. Em entrevista concedida no gabinete da SECULTFOR – Secretaria de Cultura de Fortaleza, o então Secretário de Cultura de Fortaleza, Magela Lima,

afirma que embora exista um plano municipal, este não contempla, documentalmente, uma integração efetiva, com programa, projetos ou ações específicas com a SETFOR – Secretaria de Turismo de Fortaleza.

Nas metas e ações, do Plano de Governo da SECULTFOR, constam, entre as linguagens das artes plásticas, literárias, visuais, cênicas e outras, as metas pretendidas para a associação entre o turismo e a cultura na cidade, em termos econômicos e sociais. A Meta 26 apresenta os objetivos e ações para promover a diversificação, qualificação e valorização da oferta de bens culturais para consolidar Fortaleza como um dos principais destinos do turismo cultural do Brasil. (FORTALEZA, 2012).

O plano municipal para a cultura em Fortaleza é, sem dúvida, um passo importante para a gestão, valorização e promoção dos bens culturais, materiais e imateriais da cultura na cidade. Porém, no que se refere à integração com outros setores da gestão pública, por exemplo, a relação com outras pastas como o turismo, o desenvolvimento econômico, o setor de obras, ainda não existem ações ou programas efetivos. Constata-se a falta dessas relações também nas entrevistas com os diretores comerciais e representantes dos principais pontos de programação dos shows de humor em Fortaleza. Em todas elas, Lupus Bier, CrocoBeach, Chico do Caranguejo, Beira Mar Grill e Teatro da Comédia Cearense, constatou-se que não existem, ou pelo menos, desconhecem qualquer projeto da SECULTFOR voltado para o estreitamento da gestão pública da cultura e o segmento do mercado turístico dos shows de humor na cidade.

4.1 HUMOR NA PROMOÇÃO TURÍSTICA DE FORTALEZA

Em Fortaleza, o humor cearense só existe nos palcos das grandes barracas de praia, teatros temáticos, churrascarias e restaurantes da orla? Se buscarmos responder apenas pelo viés da oferta turística, mercadologicamente falando, a resposta é sim. Com essa afirmação, permite-se perguntar novamente: e o Ceará Moleque, com os seus personagens pitorescos, as praças e logradouros do Centro da cidade, “recheados” de fatos icônicos, movimentos literários irreverentes, a jocosidade simples e espontânea das pessoas comuns, onde se percebem no humor cearense da oferta turística? Tomando como referência as entrevistas da

pesquisa de campo, não se percebem, inexistem, pelo menos nos interesses e foco do mercado turístico em Fortaleza.

É possível perceber que boa parte do humor cearense foi, ao longo das décadas, formatado para entreter a demanda turística da capital cearense. Paulo Diógenes (2014) afirma que, no começo dos anos 1980, os artistas cearenses, em especial os atores de teatro em Fortaleza não gostavam de receber pagamento por suas apresentações. Seria a arte pela arte. Porém, hoje, os shows de humor já podem ser considerados uma prestação de serviço, um produto comercializável.

O humor foi uma das primeiras representações cênicas a aceitar o pagamento pelo seu trabalho. No começo, ninguém fazia para ganhar dinheiro, fazia por gostar, por prazer. Aí surgiram as apresentações nos bares e restaurantes. Pra mim, o artista não tem preço, quem dá o preço é o público, o próprio mercado que fez surgir esse comércio do humor em Fortaleza. Considero os shows de humor uma prestação de serviço. A pessoa se prepara para sair de casa, paga e se diverte. É uma troca²⁹.

Observa-se, portanto que, o humor, uma das maiores representações da cultura cearense, apresenta-se dentro de uma dinâmica mercadológica do setor privado do turismo de Fortaleza. Embora existam campanhas publicitárias governamentais exaltando o humor como atrativo, quem tem gerenciado todo esse produto é o setor privado. Já para Coelho (2000, p. 87), “A cultura é, por excelência, um domínio do “terceiro setor”, esse magma informe ou multiforme que não é nem o Estado nem a iniciativa privada e que usurpa o lugar de conceitos mais tradicionais e mais diretos como “sociedade civil”, “comunidade”, “cidadania.” Questionar o que está sendo realmente oferecido como humor cearense, tanto para turistas como para moradores da capital cearense. Os shows de humor limitam-se a personagens caricaturados, construídos para fazer rir, cuja função é satisfazer os clientes que pagam para dar boas gargalhadas.

Os shows de humor em Fortaleza estão inseridos a contento no turismo. Mário Beni (2004, p. 23) define sistema “[...] como um conjunto ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas, ideias ou princípio, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo.”

No sistema turístico, tanto empresas públicas como o setor privado tem como objetivo final o lucro.

²⁹ Entrevista concedida em 2014.

O Estado espera da atividade turística o superávit no balanço de pagamentos na conta específica, em razão do ingresso de divisas, e as empresas que atuam no setor igualmente dimensionam a prestação de seus serviços em razão da lucratividade dos investimentos necessários. (BENI, 2004, p. 25).

O humor oferecido nas casas de shows, barracas e restaurantes de Fortaleza podem atender tanto os objetivos governamentais como os do setor privado. A busca do destino por causa de uma programação rica em opções, que além do sol e do mar, apresenta outras formas de entretenimento, e atividades culturais servem como referência para o posicionamento do humor como um atrativo turístico. Dessa forma, todos saem lucrando: ganha o Estado com o acréscimo do número de visitantes, melhora a imagem da cidade e ganha o mercado turístico com a movimentação nos seus estabelecimentos.

Entende-se mercado, segundo Beni (2004, p. 145), “uma troca de produtos e valores”, dentro de uma relação de oferta e demanda que organizam as condições dessa troca. Ainda segundo Beni (2004, p. 146), demanda pode ser determinada como “a quantidade de um bem ou serviço que os consumidores desejam e podem comprar a um dado preço em um dado tempo.”. E oferta, como a “quantidade de um bem ou serviço que chega ao mercado por dado preço em um dado período de tempo.” O mercado turístico do humor em Fortaleza está estruturado, principalmente, numa faixa litorânea que compreende a Praia de Iracema, Avenida Beira Mar e Praia do Futuro.

Figura 3 – Show de humor em barraca de praia – Avenida Beira Mar de Fortaleza



Fonte: O Autor, 2015.

Destacam-se, nesse caminho, a barraca Lupus Bier, com programação de shows de humor sempre às quartas-feiras, a Beira Mar Grill, com oferta de shows de domingo a domingo. Segundo Lailtinho Brega, diretor e produtor dos shows de humor desse estabelecimento, a casa recebe, em média, por semana, setecentas pessoas. Ainda na Avenida Beira Mar, encontra-se o Teatro do Humor Cearense, com oferta de 200 acentos na plateia, também com programação diária.

Figura 4 – Teatro do humor cearense



Fonte: O Autor, 2015.

Na Praia do Futuro, as Barracas CrocoBeach e Chico do Caranguejo oferecem, às quartas e quintas, respectivamente, shows de humor para turistas, visitantes e moradores de Fortaleza.

Assim, os shows de humor posicionam-se como um produto, dentro de uma relação de negócios do turismo, atendendo às questões centrais dos estudos sobre mercado; o que é produzido, qual o processo de produção, ou seja, o como se produz e o público para o qual se destina a produção. Beni (2004, p.149) também lembra que “para cada produto turístico pode-se identificar um tipo de mercado, real e potencial.” Pode-se relacionar, neste momento, o que é ofertado nas casas de show de humor em Fortaleza com toda a bagagem e essência do Ceará Moleque. Ainda segundo Beni (2004, p. 159), define-se oferta “... como um conjunto de

equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo.” Se, para cada produto ou conteúdo turístico é possível apontar um mercado específico, os shows de humor representam apenas uma parte do humor cearense. Neste ponto, faz-se necessária a definição do que viria a ser um produto. Segundo Kotker e Armstrong (2007, p. 200), “[...] algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou uma necessidade.” Dentro do mercado turístico, destacam-se os serviços que são definidos segundo Kotler e Armstrong (2007, p. 200), como “[...] um tipo de produto que consiste em atividades, benefícios ou satisfações oferecidas para venda que são essencialmente intangíveis e não resultam em posse de nada.”

A literatura, os personagens históricos, os fatos pitorescos, os causos populares, as conversas espontâneas nos bancos de praças, ruas e mercearias da cidade ainda não são exploradas pelo turismo. Esse universo cultural, mais rico conceitualmente, apresenta o humor na sua mais pura e expressiva característica moleque e pode representar o grande diferencial cultural e social na construção da experiência turística em Fortaleza. Afirmação que pode ser fortalecida por Kotler e Armstrong (2007):

Hoje, à medida que os produtos e serviços se comportam cada vez mais como commodities, muitas empresas passam para um novo nível da criação de valor para os seus clientes. Para diferenciar suas ofertas, mais do que simplesmente fabricar produtos e oferecer serviços, eles estão criando e gerenciando experiências para o cliente com seus produtos ou sua empresa. (KOTLER; ARMSTRONG, 2007, p. 200).

A necessidade de se analisar estruturalmente os elementos que compõem este cenário, e a metodologia utilizada tanto pelo setor público quanto pelo privado a este respeito.

Nos shows de humor em Fortaleza, verificou-se, por exemplo, que o público, além de consumir o produto cultural, ou seja, a apresentação dos artistas, participam, interagem, contribuem diretamente para a construção do espetáculo. Mais do que um comprador do riso e um simples receptor passivo, esse público é parte integrante da piada, da histórica cômica ou, quando não, é o próprio motivo do riso. O humorista Ciro Santos (2014) complementa essa informação ao dizer que: “[...] o público que vem para os shows de humor em Fortaleza sabe que pode

interagir com o artista, que pode ser o motivo da piada, que está sujeitos à gargalhada dos outros, mas, mesmo assim, gosta, paga para isso.”

Em Fortaleza, o público, seja ele turista ou morador local, é parte integrante da arte, da arte de fazer rir. Ele paga, também, para isso. No Ceará Moleque, o povo cearense é humorista e público ao mesmo tempo.

Estudar o público exige também pesquisar meios para uma ação urgente em prol da existência e permanência da arte do nosso tempo através da formação de públicos. Esta formação é necessária porque cada linguagem artística, cada obra-de-arte tem sua gramática e seu léxico próprios, seus enigmas em constante processo de decifração. (LEITE, 2002, p.70).

Nas ruas, nas praças e nos espaços públicos da cidade de Fortaleza, esse público também constrói o riso, muitas vezes, a partir da desconstrução do outro. É um humor espontâneo, sem cobrança de ingressos, horário certo para acontecer ou pacotes turísticos para o promover.

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada” (HALL, 2000, p. 38).

Assim, o humor cearense compõe tanto esse conjunto de relações sociais permanente, bem como, nas últimas décadas, complementa a oferta de produtos turísticos da capital Fortaleza. O fazer agora tem valor, valor a ser cobrado, valor a ser pago, valor a ser promovido em campanhas publicitárias, públicas ou privadas. Barbosa, Barros e Bizerra a este respeito mencionam:

O capital simbólico está nas relações sociais, ampliando conceitos que chegam do etnocentrismo, passando por mundovisões, ou mesmo tocando em maneiras contextuais de expressão, comunicação e de conhecimento das coisas pelo olhar holístico, talvez uma reatualização do olhar gestáltico, ou mesmo uma busca pelo contextual. (LODY, 2002, p. 172).

A irreverência do povo cearense, se não é uma característica inata, é, no mínimo, uma forte referência comportamental que se observa desde as pequenas relações sociais do dia a dia até os espetáculos nas casas de shows especializadas no riso.

Sabe-se que nem toda produção cultural acontece com o objetivo de comercialização, com finalidades econômicas de compra e venda. Pode-se ilustrar essa afirmação com uma roda de chorinho ou samba, estilos musicais brasileiros, feitas por um grupo de amigos só para passar e aproveitar o tempo. Outro exemplo

também aceitável seriam aqueles personagens caricatos, engraçados e jocosos existentes nos espaços públicos de Fortaleza. Desprovidos de nomes artísticos, sem hora para começar, roteiro a seguir e cachês a receber, estes “gaiatos” constroem o riso de forma despretensiosa, espontânea, tendo como referência a vida real e as suas relações com a sociedade. É neste ponto que cabe a diferenciação básica do humor cearense como produto turístico da essência cômica do Ceará Moleque.

Trata-se, nesta pesquisa, de um contexto da produção cultural com o mercado de turismo em Fortaleza, no qual, concepção, produção, valor cultural e valor econômico se complementam com o consumo. O humor, como manifestação e representação da cultura cearense, e representado por artistas profissionais, tem uma mensagem, um conteúdo e um objetivo a ser alcançado com o público que o consome.

O artista, quando se entende não só como criador, mas também como produtor de uma obra que será apreciada por alguém, passa a ter uma relação com sua criação, incorporando a figura de quem a receberá, de modo físico ou intangível (no caso de serviços culturais). (REIS, 2007, p. 112).

No capítulo seguinte, apresentaremos um breve panorama sobre os humoristas e os frequentadores dos shows.

4.2 OS HUMORISTAS E OS FREQUENTADORES DOS SHOWS

Compreender o papel do humor dentro da dinâmica econômica da oferta de atrativos turísticos da capital cearense foi a base desta pesquisa. Porém, assim como em Coelho (1989), acredita-se que, sendo a comicidade uma representação cultural de um povo, em questão a cultura cearense, o humor também teria uma função além de provocar o riso. Para o poeta modernista brasileiro Mário de Andrade (1893-1945), a cultura deveria atender um princípio, o Princípio de Utilidade. Para o escritor, seria

[...] uma arte-ação que de algum modo seria – como outros já haviam defendido antes dele, claro – uma arte não preocupada apenas com os próprios projetos, com seu próprio mundo, e que se ofereceria como instrumento de mudança estética e social. (*apud* COELHO, 1989, p. 08).

Dentro de uma abordagem econômica, o turismo é um fenômeno com implicações comerciais e empresariais. Em Beni (2004, p. 35), encontram-se

conceitos que vão desde uma percepção das somas das operações ligadas à permanência e deslocamento dos turistas numa determinada cidade ou país, até a compreensão de turismo como indústria. “... turismo não é uma indústria porque esta é um conjunto de operações necessárias para a transformação de matérias-primas.”

Ainda em Beni (2004, p. 35), o turismo pode ser definido como uma atividade econômica pela propensão humana em viajar, pelo ato de praticar a recreação de forma individual, isolada ou coletivamente, pela exigência de transações comerciais para o deslocamento, estadia, gerando receitas para quem presta o serviço ou vende o produto e, pelo “[...] consumo de bens e serviços turísticos...”.

Para Cunha Filho (2002, p. 53), “[...] o trabalho cultural deve ter como principal objetivo contribuir para a melhoria da vida humana, nos aspectos individual e coletivo (cidadania), mas tem um efetivo peso econômico capaz de justificar dedicação e pesados investimentos.”. Em Fortaleza, o humor cearense se distribui principalmente nos estabelecimentos privados do trade turístico da cidade. Essa força econômica citada pelo artista poderia ser maior caso houvesse um trabalho, projeto ou atenção específica por parte do governo municipal, aqui representados pela Secretaria de Cultura e Turismo da capital cearense.

Essa produção cultural se multiplica e serve, além de entreter, para satisfazer as necessidades econômicas dos investidores privados. E não determinar se essa postura ou lógica comercial está certa ou errada. Segundo Coelho (1989, p. 09), os representantes da iniciativa privada “[...] quase nunca pensam em criar as condições para esse povo chegar à criação, mas, apenas em cultivar novos espectadores e admiradores, quer dizer, novos públicos, novos consumidores.” Trazendo para o cenário do turismo cearense, os donos de barracas de praia, casas de shows e teatros especializados no riso focam, exclusivamente, na comercialização do humor. Mesmo que nas entrevistas, como por exemplo, Washington (2014), relações públicas da barraca Chico do Caranguejo ou Fernanda Gomes (2014), gerente do Teatro do Humor Cearense, afirmem que o governo deveria investir em escolas de humor, para desenvolver essa representação cultural, nenhum apoia ou é proponente de uma ação dessa natureza.

Ainda em Coelho (1989), o humor cearense, dentro do formato de apropriação econômica por parte do turismo, passa ser o resultado de uma

fabricação de um produto, um produto cultural. Vale salientar que o autor faz diferenciação entre fabricação e ação cultural. A primeira,

[...] é um processo com um início determinado, um fim previsto e etapas estipuladas que devem levar ao fim preestabelecido. A ação, de seu lado, é um processo com início claro e armado, mas sem fim especificado e, portanto, sem etapas ou estações intermediárias pelas quais se deva necessariamente passar. (COELHO, 1989, p. 12).

Ao escolher o formato de fabricação, para oferecer aos turistas momentos de lazer, alegria e muitas gargalhadas, o setor privado também limita o próprio alcance, descobrimento e vivência da experiência turística e cultural da cidade de Fortaleza. O riso é espontâneo, porém, não fruto de uma surpresa, como a topada de Ariano Suassuna, ou mesmo livre, natural e popular como as piadas e personagens burlescos das ruas, praças e espaços públicos da capital cearense. O humor é apresentado como uma representação cultural do povo cearense, faz-se necessário posicionar um conceito sobre cultura. Toma-se, então, emprestado as palavras de Coelho (1989, p. 21) “Cultura é o que move o indivíduo, o grupo, para longe da indiferença, da indistinção; é uma construção, que só pode proceder pela diferenciação. Seu oposto é diluição”.

A análise da situação do humor no estado do Ceará, que após uma fundamentação teórica no qual se apresentam o histórico acerca do humor e do riso, fez-se a pesquisa de campo. Adota-se método exploratório com abordagem quantitativa, e tem, como instrumento de coleta, formulários ligados à caracterização do tema como procedência, sexo e idade e perguntas relacionadas ao humor.

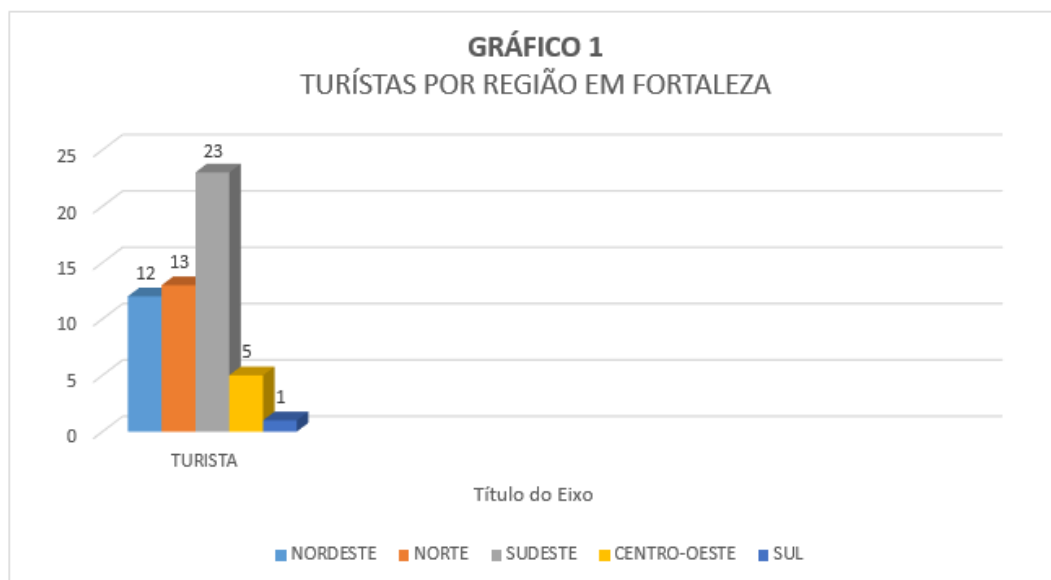
Antes da aplicação do questionário com o público e posterior à fundamentação teórica, houve um momento com entrevistas tanto com os artistas quanto com os promotores, sejam empresários ou gerentes. Ocorreu também um momento com os gestores públicos responsáveis pela cultura no Município e no Estado, e somente, em seguida, buscou-se coletar dados com o público.

Foram aplicados 88 questionários a frequentadores dos estabelecimentos que oferecem como um de seus atrativos o show de humor. Trata-se da Barraca Crocobeach e da Barraca Chico do Caranguejo, ambas localizadas na praia do Futuro, em Fortaleza. O show de humor de ambas é ofertado sempre às quintas-feiras, a partir das 20h.

Durante a pesquisa de campo, aplicaram-se 88 formulários com questionário composto de 12 perguntas, algumas objetivas com opções de respostas

e outras subjetivas. Detalhando o instrumento de coleta de dados, temos como perguntas, se o participante é turista ou não. E, em caso positivo, pede-se que indique o local de origem como apresenta o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Turistas por região em Fortaleza



Fonte: BATISTA, 2015.

Em seguida, pergunta-se o sexo, o estado civil e se veio a Fortaleza só ou acompanhado.

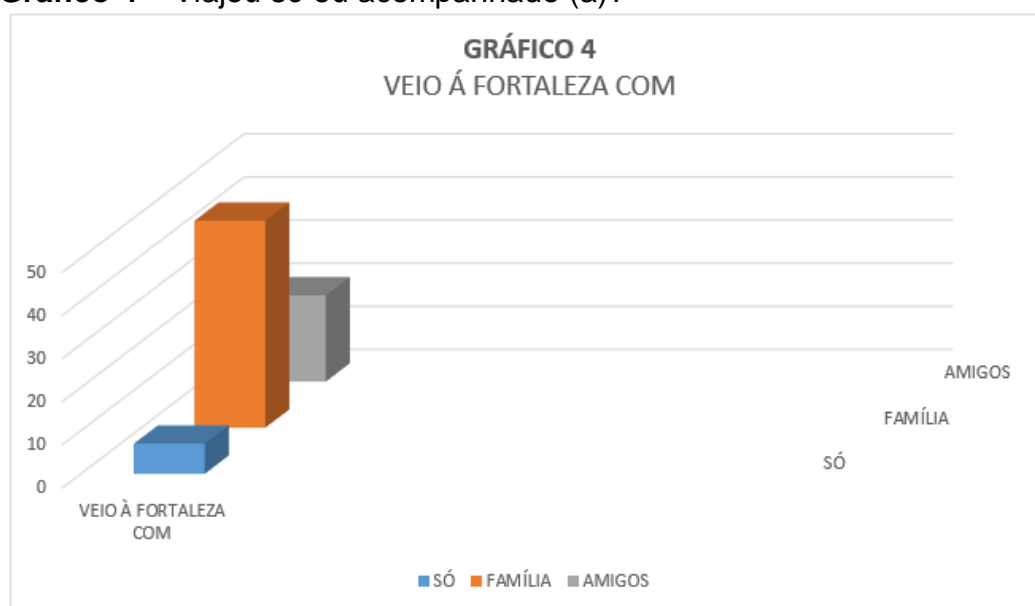
Gráfico 2 – Entrevistados por gênero



Fonte: BATISTA, 2015.

Gráfico 3 – Estado civil dos entrevistados

Fonte: BATISTA, 2015.

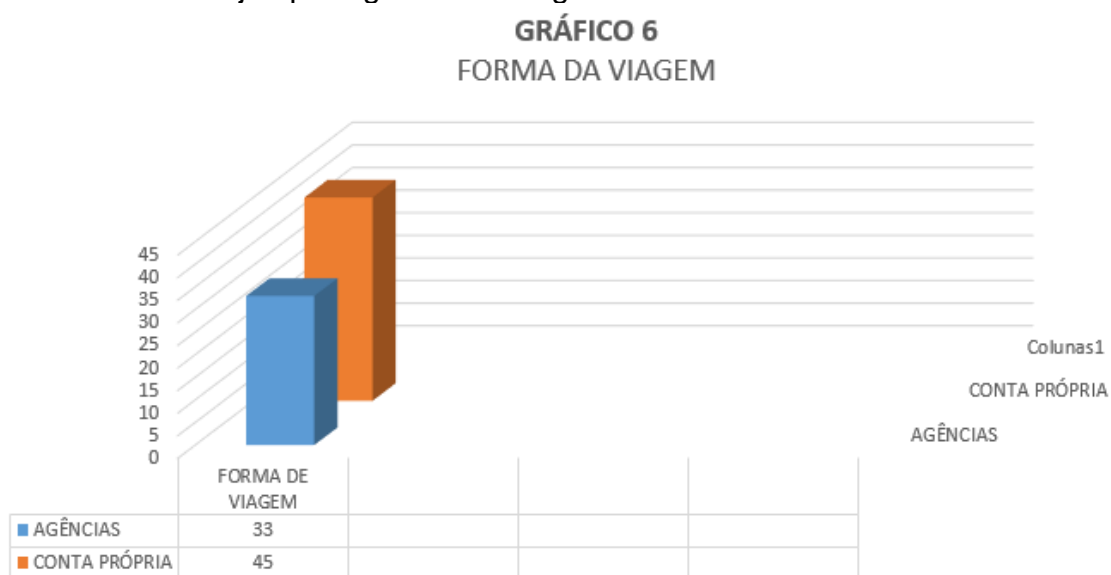
Gráfico 4 – Viajou só ou acompanhado (a)?

Fonte: BATISTA, 2015.

Procura-se também saber quantas vezes o turista esteve em Fortaleza, e se a viagem foi organizada por agência de turismo ou por conta própria.

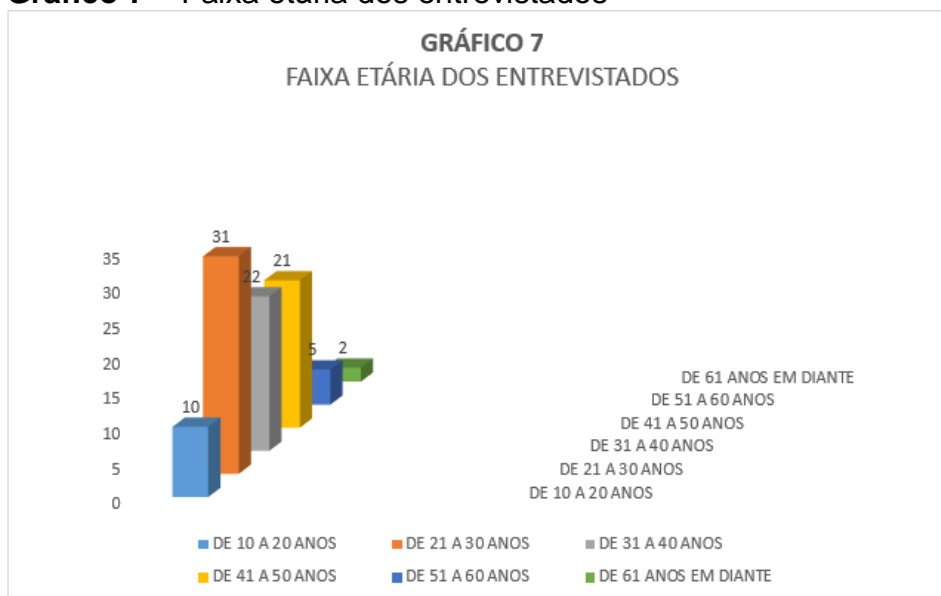
Gráfico 5 – Quantas vezes visitou Fortaleza?

Fonte: BATISTA, 2015.

Gráfico 6 – Viajou por agência de viagem?

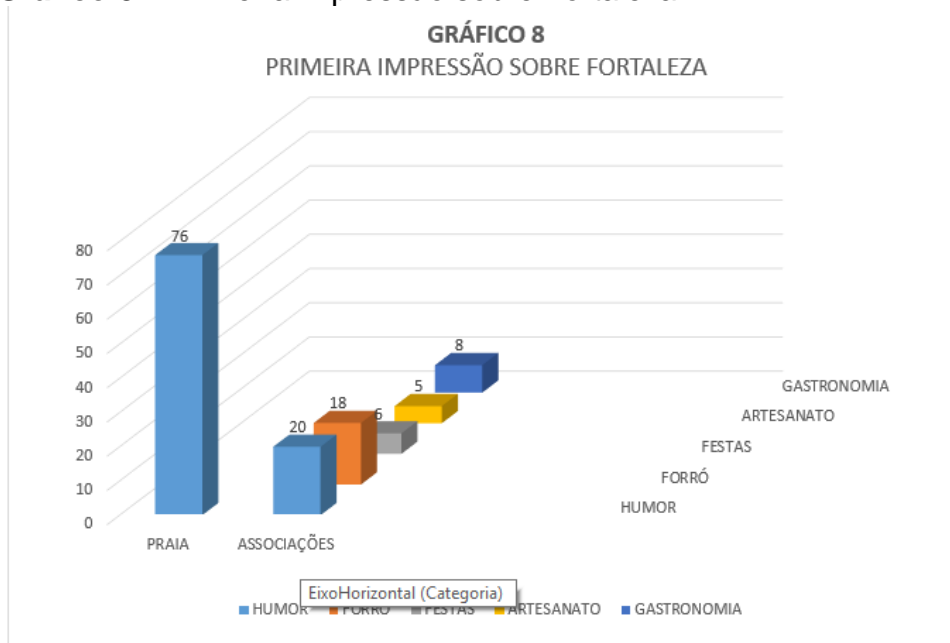
Fonte: BATISTA, 2015.

Pergunta-se a idade estipulando faixas etárias: de 10 a 20 anos; de 21 a 30 anos; de 31 a 40 anos; de 41 a 50 anos; de 51 a 60 anos; de 61 em diante.

Gráfico 7 – Faixa etária dos entrevistados

Fonte: BATISTA, 2015.

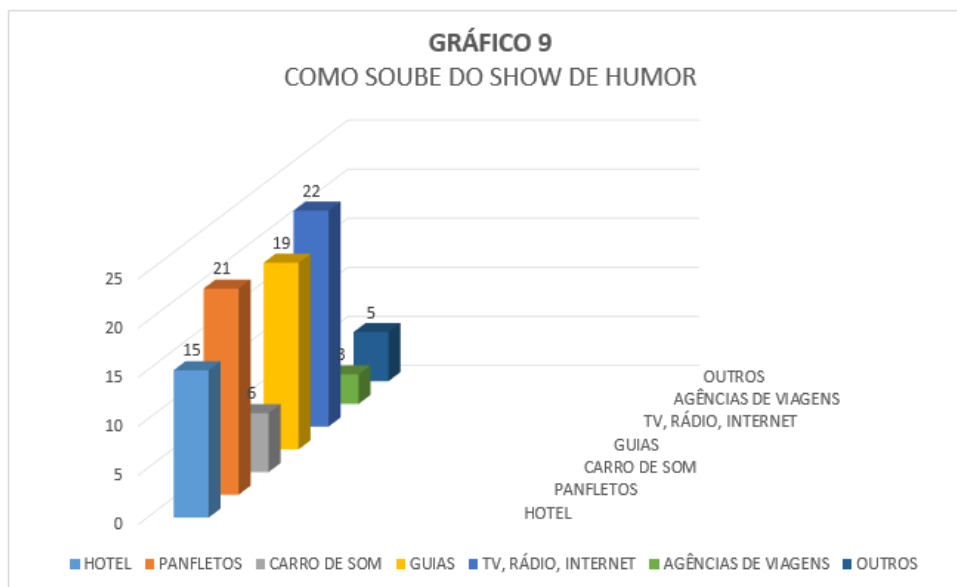
Em seguida, busca-se saber, entre as seis opções indicadas – Praia; Humor; Forró; Artesanato; Festas; Gastronomia – qual delas é a primeira ideia que surge quando se fala na cidade de Fortaleza.

Gráfico 8 – Primeira impressão sobre Fortaleza

Fonte: BATISTA, 2015.

Busca-se conhecer também a maneira como o participante ficou sabendo do show de humor, apresentando também seis opções de resposta: Agência; Hotel; Panfleto; Carro de som; Guias; TV, Rádio, Internet.

Gráfico 9 – Como soube do show de humor?



Fonte: BATISTA, 2015.

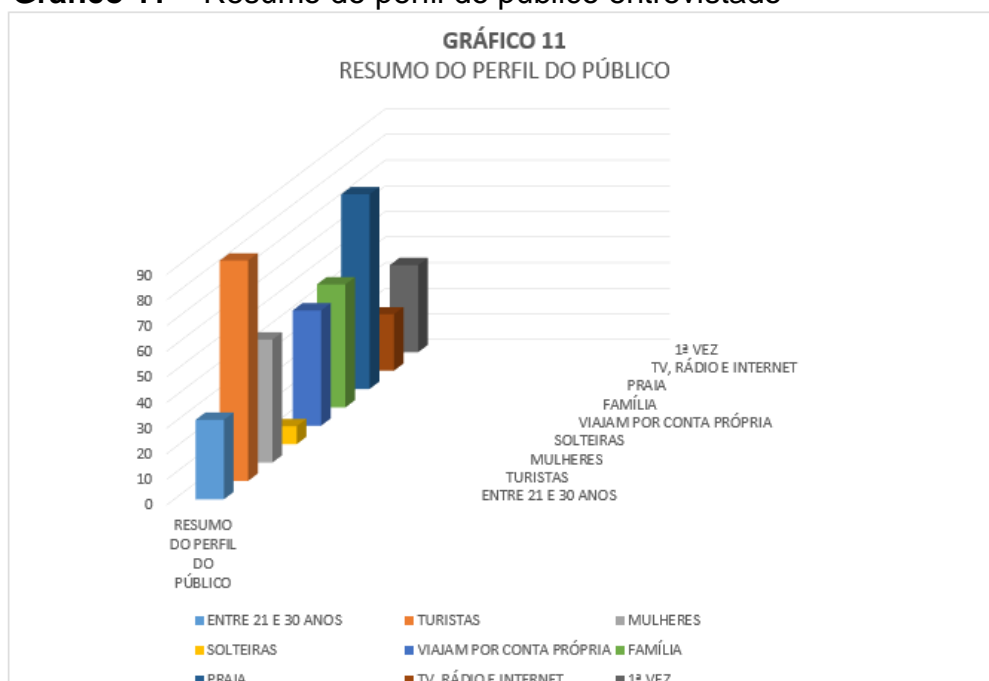
Em se tratando do show em si, questiona-se se é o primeiro show ao qual o participante assiste e, em caso negativo, a quantidade de vezes que já teve acesso a esse tipo de espetáculo. Questiona-se, de maneira subjetiva, qual o humorista preferido, e finaliza-se com a pergunta sobre o show em si, perguntando se a pessoa indicaria ou não o show que acabara de ver.

Gráfico 10 – Indicaria o show de humor?

Fonte: BATISTA, 2015.

O questionário, instrumento da referida pesquisa, fora entregue em algumas mesas de cada estabelecimento, de forma aleatória, assim como a participação de cada um dos frequentadores fora solicitada verbalmente mediante explicação do pesquisador em questão. Em ambas as barracas, os humoristas responsáveis pela primeira apresentação reforçavam a existência do material impresso em forma de questionário. Os questionários foram entregues aos participantes juntamente com uma caneta, para auxiliar o preenchimento, e recolhidos somente ao final das apresentações. Isto porque se visava não interferir na dinâmica das apresentações, tanto por parte dos humoristas quanto por parte dos expectadores. E também porque algumas perguntas faziam referência aos humoristas e ao próprio show de humor, o que, por conseguinte, inviabilizava aos participantes respondê-lo antes das apresentações.

Analisando a primeira pergunta – É turista – tem-se como resposta as alternativas Sim e Não. Deste, 75 pessoas se consideram turistas, o que corresponde a 85% dos entrevistados, enquanto que apenas 11 responderam que não se enquadram como turistas, totalizando um percentual aproximado de 12%. O Gráfico 11 exibe o resumo do perfil do público entrevistado.

Gráfico 11 – Resumo do perfil do público entrevistado

Fonte: BATISTA, 2015.

Ainda nesta pergunta, havia a necessidade de se conhecer a origem de cada turista. Estes dados a seguir são interessantes uma vez que fazem um panorama da diversidade de pessoas que buscam este tipo de atrativo. Existem, portanto, 03 turistas do Pará; 07 do Amazonas; 03 do Acre; 01 do Distrito Federal; 01 do Paraná; 02 do Espírito Santo; 07 de Minas Gerais; 02 de Mato Grosso; 02 de Goiás; 14 de São Paulo; 01 da Bahia; 03 de Pernambuco; 03 do Piauí; 03 da Paraíba; 02 do Ceará; e 01 dos Estados Unidos.

4.3 PROPOSTA PARA APRIMORAMENTO DO PRODUTO TURÍSTICO

Para a consolidação de um produto cultural, faz-se necessário que dois fatores aconteçam de maneira efetiva e consistente: ter o público consumidor e visibilidade promocional. Os shows atraem tanto as pessoas como o interesse da mídia, o que contribui para o fortalecimento e diversificação do mercado de bens culturais. Em Fortaleza, os shows de humor são eventos programados para entreter e potencializar a experiência turística na cidade.

Dessa forma, os eventos congregam turistas, visitantes e moradores da cidade, bem como oportunizam compartilhamentos de sentidos, emoções e compreensões de sociabilização.

Por constituírem uma forma especial de estabelecer comunicação com o público, os eventos apresentam também um apelo extraordinário para as instituições, sejam públicas ou privadas, interessadas em manter um bom relacionamento não apenas com o seu público consumidor, mas com a sociedade em geral. (ALBIN, 2003, p. 217).

No planejamento da gestão pública para a cultura e o turismo, os eventos culturais fortalecem a imagem da cidade no cenário turístico nacional. Investir em cultura agrega valor à imagem tanto de empresas privadas quanto de prefeituras, governos estaduais.

ALBIN (2003), tendo como referência dados de 1999 da OMT, o turismo emprega 1 de cada 10 trabalhadores no mundo e, no Brasil, essa relação é de 1 para 11. Também, segundo a OMT, o setor turístico gera, anualmente, cerca de U\$ 3,8 trilhões em renda direta e indireta. Esses números, embora resumidos, mostram a força de um setor que tem nos aspectos ou atrativos geográficos e climáticos as principais fontes de apelo para atrair os consumidores turistas. Porém, a cultura e suas representações ou manifestações artísticas são diferenciais que podem ser bastante interessantes para os visitantes na hora de decidir um destino.

O turismo abrange um largo leque de setores da atividade econômica, passando por hotelaria, alimentação, transporte, comércio, e encontra nos eventos de forma geral e especialmente nos de cunho cultural, um forte apelo para a escolha de seus destinos. Pode-se afirmar que este é o verdadeiro diferencial. (ALBIN, 2003, p. 220).

Investir em cultura, fomentar a criação, produção, distribuição e promoção de bens culturais pode ser uma boa estratégia para fortalecer o turismo de uma cidade. Pautar o desenvolvimento do turismo, a partir da valorização dos aspectos históricos, humanos, religiosos, costumes e tradições tanto pode gerar destaque no concorrido mercado turístico como também oportuniza uma maior inserção da população local nos ganhos e receitas gerados pelo setor.

Ainda sobre a forma de produção, comercialização e distribuição dos produtos culturais, Barbalho (2003) traz colocações pertinentes sobre a função do bem cultural. Mais do que o valor de venda ou troca mercadológica, a cultura possui um valor que antecede o econômico, o valor simbólico. Este produz sentido, fortalece as experiências do contato com as representações artísticas e possibilita

ganhos além da contemplação da obra. A cultura complementa, assim, uma estrutura tecno-econômica e socioeconômica, como apresenta Herscovici, 1995,

As estruturas tecno-econômica se referem às relações entre diversos ramos e setores econômicos da cultura, bem como de suas relações com o sistema econômico global. As estruturas socioeconômicas tratam das relações hierárquicas entre os agentes em seus diferentes acessos aos meios de produção e de difusão culturais. (*apud* BARBALHO, 2003, p. 25).

O humor cearense como produto diferenciado da oferta turística em Fortaleza colabora, assim, para o fortalecimento da teoria de instrumentalização da cultura e das suas representações, a partir do momento que, segundo Barbalho (2003, p. 27) “... se instrumentaliza e passa a participar diretamente da acumulação do capital e da realização da mercadoria.”.

Nos palcos do turismo em Fortaleza, o cômico tem um valor de uso subjetivo, momentâneo e liga-se diretamente ao valor simbólico da cearensidade. Quando o consumidor, seja turista ou residente, compra os ingressos para participar dos espetáculos, a valorização do produto acontece por meio do riso.

Como resultado da pesquisa, apresenta-se uma proposta voltada para o setor de promoção de produtos culturais, com o objetivo de desenvolver ou potencializar o humor cearense no turismo de Fortaleza. O trabalho desenvolvido busca, desde os primeiros conceitos do humor, o uso da comicidade nas civilizações antigas, passando pelo pensamento humano até chegar à apropriação econômica da característica irreverente de um povo para a geração de receitas na atividade turística.

Humoristas, diretores teatrais, gerentes comerciais das casas de shows, público e gestores públicos da cultura e do turismo foram entrevistados com o objetivo de conhecer como os agentes atuam nesse processo de oferecimento do humor como atrativo turístico. Neste setor, vários são os segmentos que influenciam na dinâmica estrutural do seu funcionamento. Isso acaba por refletir diretamente na elaboração de planejamentos, projetos ou programas gerais e específicos para o setor.

[...] a Política de Turismo deverá ser permanente em seus grandes condicionamentos e nas diretrizes que deles decorrem. No plano de programas, deve ser suficientemente flexível para permitir a inclusão de novos objetivos e de instrumentos adequados para atingi-los, bem como para promover a atualização dos que estiverem em vigor. (BENI, 2004, p. 35).

Faz-se um paralelo com uma das metas do Plano Municipal de Cultura, elaborado para o decênio 2013-2023, lançado pela Secretaria de Cultura de Fortaleza (SECULTFOR) em 2013. No capítulo VII, na Meta 26, traz os objetivos e ações capazes de promover a diversificação, qualificação e valorização da oferta de bens culturais para consolidar Fortaleza como um dos principais destinos do turismo cultural do Brasil. (FORTALEZA, 2012). Complementando a contextualização, e tendo como referência a entrevista com o atual titular da pasta da SECULTFOR, Magela Lima, não existe nenhum programa, ação estruturante ou diretriz específica para um trabalho conjunto e integrado com a Secretaria de Turismo de Fortaleza – SETFOR. Observa-se aqui uma falha, um espaço estratégico a ser preenchido por uma Política de Turismo. Tendo como base norteadora a cultura, o social e o econômico, uma Política de Turismo deve ser complementar e articular-se com os demais setores da gestão pública, possibilitando, dessa forma, resultados mais profundos, duradouros e significativos.

Todos os seus programas deverão condicionar-se, primeiramente, à política de preservação do patrimônio cultural, artístico, histórico, documental e paisagístico natural do país. Os órgãos e entidades ligados ao Turismo articular-se-ão perfeitamente para esse fim, com as organizações públicas e privadas, na conservação dos recursos naturais renováveis e dos valores culturais nacionais. (BENI, 2004, p. 101).

Para se implementar uma Política de Turismo capaz de gerar resultados positivos e permanentes, os fatores sociais e culturais são estimulados, respeitados e incentivados no que se refere à criatividade, resgate e valorização do que já é patrimônio. Na perspectiva de desenvolvimento do humor como produto turístico, deve-se investir no conhecimento histórico e social da irreverência cearense na geração do conteúdo cômico além dos palcos, ultrapassando as barreiras dos espetáculos programados e pré-formatados. A literatura, as artes plásticas, a dança, a música e outros segmentos das artes ganhariam referência e destaque no humor produzido no Ceará.

Sobre a elaboração e desenvolvimento de políticas culturais eficientes e cidadãs, Canclini (2010) defende que, inicialmente, deva-se compreender a sociedade como um cenário multicultural, com uma diversidade de linguagens, comportamentos de interpretações, manifestações e até de consumo dos produtos culturais. Direcionar uma política cultural única, para um público homogêneo, tentando simplificar sentidos e interesses. Segundo Canclini (2010, p.42), “As

políticas culturais mais democráticas e mais populares não são necessariamente as que oferecem espetáculos e mensagens que cheguem à maioria, mas as que levam em conta a variedade de necessidades e demandas da população.”

Reconhecer, fomentar e promover a convivência nessa diversidade cultural tem mais chances de oportunizar tanto a participação de todos no processo de reconhecimento, de sentimento de pertença, como também democratizar o acesso aos produtos culturais. Seja na construção do bem, seja na forma de consumo desse produto, seja na compreensão e fortalecimento do sentimento de pertença e identificação com a manifestação cultural.

A massificação dos produtos, unificando as formas, conteúdos e sentidos tende a criar uma sensação do que Canclini (2010) chama de transnacionalização e eliminação dos aspectos regionais do que é produzido para o consumo. Como exemplo, Canclini (2010, p. 133) cita a indústria cinematográfica americana: “Coppola, Spilverg e Lucas, os quais constroem narrativas espetaculares a partir de mitos inteligíveis para todos os espectadores, independentemente de seu nível cultural, educacional, econômico, da história do seu país ou de regime político em que vivem.”

A cultura e suas representações materiais e imateriais são dinâmicas, mutáveis, transfiguráveis numa relação tempo-espço. O que se entende hoje sobre determinado conteúdo artístico pode significar outra coisa, outra leitura em poucos anos, ou em outro lugar, bem como as suas relações com outros setores da sociedade, como a economia, por exemplo. No Ceará, mais especificamente, Leitão (2003) traz uma reflexão sobre a necessidade de observação da gestão pública da cultura no estado atentar para a efemeridade e transitoriedade da forma de se produzir e representar os bens culturais. Sejam eles tradicionais ou modernos.

Não se propõe aqui uma interferência ou não do estado na forma de se fazer cultura ou humor no Ceará. Longe disso. Mesmo tendo constatado nas entrevistas com os humoristas, pesquisadores e produtores culturais do humor em Fortaleza que a gestão pública da cultura está ausente no que se refere ao fomento, financeiro ou institucional, não se busca afirmar essa interferência. Porém, se o mesmo estado usa a bagagem cômica e conteúdo irreverente do cearense para posicionar e fortalecer suas campanhas publicitárias frente aos outros estados, poderia sim contribuir para que esse setor da produção cultural se desenvolvesse.

A apresentação de um plano de ação, que propicie o desenvolvimento do turismo a partir do humor. Como resultado da pesquisa sobre o humor cearense como produto turístico, apresenta-se aqui uma proposta de projeto, formada por ações integradas, com o objetivo de conhecer, fomentar e promover a irreverência cearense no turismo cultural em Fortaleza.

Pretende-se também, após a conclusão, defesa e revisão desta pesquisa, apresentar este projeto para as secretarias de turismo e cultura de Fortaleza. A ideia é fazer com que a gestão pública reconheça, institucionalmente, o humor como um atrativo de relevante importância para a promoção e fortalecimento da imagem Fortaleza, bem como um setor capaz de gerar ocupação, renda e oportunidades empreendedoras.

No que diz respeito à proposta de valor, temos que ter reconhecimento, qualificação e promoção do humor cearense por meio de ações integradas e articuladas entre o setor público e privado do turismo e cultura em Fortaleza. Os conteúdos do projeto visam à história, à qualificação profissional e à promoção.

No que diz respeito à história, sugere-se ações voltadas para o resgate histórico do humor em Fortaleza nas suas mais variadas vertentes, com a possibilidade de formatação e adequação para o consumo do conteúdo captado, seja em meios físicos, virtuais ou educacionais:

- Personagens pitorescos;
- Fatos históricos;
- Literatura, publicações diversas, caricaturas, charges;
- Fotografia, artes plásticas, peças teatrais, musicais, canções;
- Linguagem e simbologia;
- Programas de rádio e televisão;
- Estruturação do museu do humor cearense.

No que diz respeito à qualificação profissional, há um conjunto de ações voltadas para o fomento do mercado e formação dos profissionais envolvidos na produção do fazer humor em Fortaleza levou à necessidade de:

- Escola do humor cearense;
- Cursos voltados para a gestão e administração de carreiras artísticas;
- Cursos voltados para a promoção de produtos culturais;
- Cursos de empreendedorismo e novos negócios do turismo e cultura.

E, no que diz respeito à promoção, há concepção, planejamento e produção de um projeto cultural estruturante, capaz de promover e posicionar o humor cearense como um grande diferencial no mercado de turismo no Brasil. Complementando o projeto, será proposto um conjunto de ações voltadas para a inserção do humor cearense nos canais institucionais oficiais das secretarias de cultura e de turismo de Fortaleza, bem como a criação de um portal do humor cearense.

- Elaboração de uma campanha de marketing para promover o humor como bem cultural cearense;
- Fortalecer o discurso do humor como atrativo e diferencial turístico em Fortaleza;
- Reconhecer institucionalmente o humor nos canais de comunicação oficiais da Prefeitura de Fortaleza, especialmente nas Secretarias de Turismo e Cultura;
- Criar o portal do humor cearense, com um planejamento voltado especificamente para a promoção nas redes sociais mais populares.

Para se conceber e implementar uma Política de Turismo capaz de gerar resultados positivos e permanentes, os fatores sociais e culturais devem ser estimulados, respeitados e incentivados aquilo que se refere à criatividade, resgate e valorização do que já é patrimônio. Numa perspectiva de desenvolvimento do humor como produto turístico, investir no conhecimento histórico e social da irreverência cearense fertilizaria um terreno capaz de gerar conteúdo cômico além dos palcos, ultrapassando as barreiras dos espetáculos programados e pré-formatados. Beni (2004) colabora ao expor que:

Todos os seus programas deverão condicionar-se, primeiramente, à política de preservação do patrimônio cultural, artístico, histórico, documental e paisagístico natural do país. Os órgãos e entidades ligados ao Turismo articular-se-ão perfeitamente para esse fim, com as organizações públicas e privadas, na conservação dos recursos naturais renováveis e dos valores culturais nacionais. (BENI, 2004, p. 101).

Na promoção do riso, o humor pode funcionar do eu para o eu mesmo, do eu para os outros, e dos outros para mim. Um processo constante de interação que se observou na pesquisa de campo. A relação plateia versus humorista é prioritariamente construída por meio de laços interativos, acordos de compreensão

da alegria, da jocosidade e até da vergonha alheia. Na Barraca Chico do Caranguejo, por exemplo, um dos estabelecimentos visitados para esta pesquisa, por exemplo, verificou-se a participação da plateia até no próprio palco do artista. Os convidados, como eram chamados por Ciro Santos, o humorista da noite, tanto riam, divertiam-se com a própria situação ao qual estavam imersos, como serviam de piada para o restante do público. Essa riqueza capaz de potencializar a experiência turística na cidade Fortaleza merece a elaboração de um projeto integrado e específico para o setor. E, acredita-se que o melhor caminho é justamente iniciar o processo por meio do resgate histórico, formação cultural e promoção do que for produzido.

5 CONCLUSÃO

Fortaleza constitui-se como o lugar, ou espaço onde turistas, residentes e visitantes interagem no contexto do consumo de uma representação cultural: o humor. Nesse intercâmbio, surge a socialização, gerada pela proximidade entre as pessoas. Proximidade não apenas espacial, mas, numa totalidade de relações sensitivas e situações diversas que acabam por promover a percepção da cidade. O humor funciona assim como uma negociação social, imprimindo sentido de reciprocidade nas relações do turista com a cidade, ao mesmo tempo que divertem, potencializam a experiência sensitiva e comunicam a cultura local, onde o comunicar significa pôr em comum para as partes que se relacionam.

Em Fortaleza, os shows de humor podem ser considerados produtos turísticos. Produtos que são ofertados em espaços privados, dentro de uma faixa de litoral que se estende da Praia do Futuro à Avenida Beira Mar da capital cearense. Esses produtos também possuem uma estrutura de divulgação diversificada. Panfletagem, carros de som, assessoria de imprensa, espaço em mídia de massa como TV e jornal. Embora seja possível observar a falta de uma maior diversidade na oferta de conteúdos humorísticos, visto que a irreverência cearense, hoje, limita-se, principalmente, às apresentações de palco, shows de piadas, a programação semanal atrai e diverte milhares de pessoas.

Porém, cabe lembrar que o humor do Ceará Moleque transplanta a dimensão dos palcos, microfones e estabelecimentos da orla de Fortaleza. É possível perceber a irreverência e a criatividade cômica na literatura, artesanato, música, fatos históricos, em eventos abertos ao público, na própria Praça do Ferreira, sede social oficial da pilhéria cearense. Conteúdos esses que devem ser explorados dentro de um planejamento de promoção turística da cidade, diversificando as opções tanto da linguagem cômica, como das oportunidades de negócios para os profissionais do setor da cultura.

Em Fortaleza, a produção do humor para o mercado de turismo limita-se às casas de shows, barracas, restaurantes e dois teatros especializados em peças cômicas. Atende a uma demanda de pessoas que buscam diversão, prioritariamente nas noites da capital cearense. As apresentações são programadas, com horários, locais e valores de ingressos definidos. Algumas casas de shows, como as barracas

CrocoBeach e Chico do Caranguejo, possuem parceria com agências de viagens, que já vendem os seus pacotes contendo ingressos dos espetáculos.

Na prática, os shows de humor funcionam como catalizadores do consumo nos estabelecimentos comerciais do mercado de turismo de Fortaleza. As pessoas, turistas ou residentes bebem, comem, compram *souvenir* e se divertem com boas gargalhadas durante duas ou até três horas de apresentações. Assim, os clientes passam mais tempo dentro das barracas, o que é financeiramente importante para o dono do estabelecimento, que acaba por aumentar a experiência de quem visita o seu estabelecimento.

Nesta pesquisa, observou-se uma base do perfil dos públicos que visitam os espetáculos de humor, bem como outras informações relevantes sobre a forma de consumo destes. A partir dos dados colhidos, observou-se que a maior parte das pessoas são turistas, do sexo feminino, solteiras, que decidem viajar por conta própria e que frequentam os shows com a família. A média de idade prioritária é de 21 a 30 anos, e que ao ouvir ou mencionar o nome da capital Fortaleza, remetem inicialmente à ideia de praia, seguida pela palavra humor. Ao chegarem aqui, as principais fontes de acesso à divulgação destes shows ocorreu por intermédio da televisão, rádio e internet, seguido imediatamente por panfletos. E, ainda que seja a primeira vez que estão assistindo a um show de humor, já o indicariam.

Observou-se também que, além da sua função social, a cultura e suas representações podem ser observadas sob a ótica do setor econômico e da sua dinâmica de mercado. As relações da atividade artística têm potencial para satisfazer às necessidades de recreação, lazer ou entretenimento das pessoas. Assim, faz-se necessário compreender a dinâmica dessas regras de mercado como forma de posicionar a cidade Fortaleza frente aos demais destinos turísticos do Brasil. Também é importante conhecer o grau de satisfação do público dessas apresentações. Não se pode elaborar projetos, políticas públicas ou privadas para um setor como o turismo, se não há dados consistentes capazes de explicá-los.

Ressalta-se, portanto, que o conhecimento do perfil, das motivações e grau de satisfação dos turistas, ou no caso, clientes da cultura cearense em Fortaleza, não deve ser exclusividade do setor privado. Tanto as secretarias públicas do turismo e da cultura devem estar atentas a essas informações e dados dos clientes que consomem a cultura cearense por meio dos shows de humor.

O que se busca nesta pesquisa não é afirmar, questionar ou mesmo propor uma discussão mais ampla sobre a perspectiva do humor como característica inata do povo cearense, uma identidade cultural ou social. Porém, compreender essa dimensão do comportamento irreverente das pessoas colabora diretamente para a formação do próprio contexto do humor como representação cultural ou, neste caso, um produto, um atrativo turístico da cidade de Fortaleza. Uma representação que foi e continua sendo construída diariamente nas pequenas relações e interações sociais, no cotidiano de quem compõe a cidade. Seja nos espaços públicos ou privados.

Esta pesquisa não tem pretensões de concluir os estudos acerca do tema, resolver os problemas ou atender a todas as demandas do setor de produção do humor cearense promovido no mercado de turismo de Fortaleza. Para tal empreitada, seriam necessários mais alguns anos de pesquisa, estudos, debates e integração com outros importantes setores da sociedade. Porém, permitiu-se apresentar, neste momento, uma proposta de projeto capaz de atender algumas das necessidades identificadas na pesquisa de campo, principalmente junto aos próprios empresários que fazem a distribuição e comercialização desse atrativo.

Se o turismo é antes de tudo um fenômeno cultural, uma troca e interação cultural, em Fortaleza, o mesmo carece de uma atenção estratégica, tanto do setor privado como da gestão pública, para o reconhecimento e conhecimento dos produtos culturais e a sua relação com o mercado de turismo. Concluiu-se que tanto a Secretaria de Cultura, como a Secretaria de Turismo da cidade ainda não possuem um plano de ação ou programas específicos voltados para o setor. Seja na promoção ou até reconhecimento da linguagem cultural como estratégica para o fortalecimento da cultura dentro do setor turístico. Fica, portanto, o desejo que o tema continue a ser explorado e que novas ações surjam, a fim de incentivar a produção humorística do Ceará.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, Verena. **O riso e o risível na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

ALBIN, Ricardo Cravo. Cultura e mercado: reflexões a partir do festival de Jazz & Blues. In: LEITÃO, Claudia. (Org.). **Gestão cultural: significados e dilemas na contemporaneidade**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

ALI-KNIGHT, Jane; ROBERTSON, Martin. Introdução às Artes, Cultura e Lazer. In: YEOMAN, Ian... [et al]. **Gestão de festivais e eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura**. Tradução Gabriela Scuta Fagliari. São Paulo: Rocca, 2006.

AZEVEDO, Sânzio de. Grêmios Literários do Ceará. In: SOUZA, Simone. **História do Ceará**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1994.

BARBALHO, Alexandre. A economia da cultura: algumas questões em torno do conceito de indústria cultural. In: LEITÃO, Claudia. (Org.). **Gestão cultural: significados e dilemas na contemporaneidade**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros. **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Brasília, DF: SEBRAE, 2011. Disponível em: <www.turismo.gov.br/.../turismo/.../Estudo_de_Competitividade_de_Prod...>. Acesso em: 20 ago 2014.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a essência do riso**. Disponível em: <www.proec.ufg.br/revista_ufg/dezembro2006/textos/essencia_riso.pdf>. Acesso em: 20 ago 2014.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo, Editora Senac São Paulo, 2004.

BERGSON, Henri. **O riso. Ensaio sobre a significação do cômico**. Disponível em: <www2.unifap.br/.../O-riso-ensaios-sobre-a-significação-da-comicidade.p...>. Acesso em: 20 ago 2014.

BRANT, Leonardo. (Org.). **Diversidade cultural: globalização e culturas locais: efeitos e perspectivas**. São Paulo: Escrituras Editora: Instituto Pensarte, 2005. (Democracia Cultural; 1).

BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural: panorama crítico e guia prático para gestão e captação de recursos**. São Paulo: Escrituras Editora: Instituto Pensarte, 2004.

BREMMER, Jan. Piadas comediógrafos e livros de piada na cultura grega antiga. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (Org.). **Uma história cultural do humor**. Tradução Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

BREWER, Derek. Livros de piada em prosa predominantes na Inglaterra entre os

séculos XVI e XVIII. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (Org.). **Uma história cultural do humor**. Tradução Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

BUNN, Cristina. Interpretação de produtos e ações culturais em contexto de hibridação. In: LEITÃO, Claudia. (Org.). **Gestão cultural: significados e dilemas na contemporaneidade**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução de Maurício Santana. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

CARVALHO, Gilmar de. Entrevista. Fortaleza, 2014.

COELHO, Teixeira. **Guerras Culturais**. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda, 2000.

COELHO, Teixeira. **O que é ação cultural**. São Paulo: Brasiliense: 1989. (Coleção Primeiros Passos).

COELHO, Teixeira. **Usos da cultura: políticas de ação cultural**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

CORIOLOANO, Luiza Neide; BARBOSA, Luciana Maciel. **Territórios solidários do turismo e práticas políticas de produção espacial**. Disponível em: <www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/download/.../1779>. Acesso em: 20 ago 2014.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes; FERNANDES, Laura Mary Marques. Turismo: ações e contradições da realidade cearense. In: SILVA, José Borzacchiello da; CAVALCANTE, Tércia Correia; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; SOUSA, Maria Salete de... [et al]. **Ceará: um novo olhar geográfico**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2007.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; PARENTE, Karlos Markes Nunes. Espaço de Reserva do Capital na Orla Oeste de Fortaleza (Ceará, Brasil): Demandas para Lazer e Turismo. **Revista brasileira de pesquisa em turismo**, v. 5, p. 63-82, 2011.

COSTA, Maria Clélia Lustosa da. Fortaleza: expansão urbana e organização do espaço. In: SILVA, José Borzacchiello da; CAVALCANTE, Tércia Correia; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; SOUSA, Maria Salete de... [et al]. **Ceará: um novo olhar geográfico**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2007.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. Os princípios constitucionais culturais. In: LEITÃO, Claudia. (Org.). **Gestão cultural: significados e dilemas na contemporaneidade**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Teoria e prática da gestão cultural**. Fortaleza: Universidade de Fortaleza, 2002.

DERRET, Ros. Festivais, Eventos e Destinos. In: YEOMAN, Ian... [et al]. **Gestão de**

festivais e eventos: uma perspectiva internacional de artes e cultura. Tradução Gabriela Scuta Fagliari. São Paulo: Rocca, 2006.

DIAS, Reinaldo. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DRIESSEN, Henk. Humor, riso e o campo: reflexões da antropologia. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (Org.). **Uma história cultural do humor**. Tradução Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

DRUMMOND, Siobhan; ANDERSON, Heather. Qualidade de Serviço e Gestão de Recursos Humanos. In: YEOMAN, Ian... [et al]. **Gestão de festivais e eventos**: uma perspectiva internacional de artes e cultura. Tradução Gabriela Scuta Fagliari. São Paulo: Rocca, 2006.

FALCÃO, Marcondes. **Entrevista**. Fortaleza, 2014.

FEDRIZZI, Alfredo. **O humor abre corações e bolsos**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FERNANDES, Fernanda Moreto. **LEVANDO A SÉRIO A PALHAÇADA: um estudo da natureza ambivalente do riso**. Disponível em: <www.bibliotecadigital.ufmg.br> ... > Dissertações de Mestrado>. Acesso em: 20 ago 2014.

FILHO, Antonio Luiz Macêdo e Silva Filho. Um espaço em disputa: norma e desvio nas calçadas de Fortaleza. In: SOUZA, Simone de; NEVES, Frederico de Castro (Orgs.). **Comportamentos**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002.

GARCIA, Maria Vileni. Elaboração e Gestão de Projetos. In: BARBOSA, Lúcia Machado; BARROS, Maria do Rosário Negreiros; BIZERRA, Maria da Conceição. (Orgs.). **Ação cultural**: idéias e conceitos. Recife: FJN, Editora Massangana, 2002.

GRAF, Fritz. Cicero, Plauto e o riso romano. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (Org.). **Uma história cultural do humor**. Tradução Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GUREVICH, Aaron. Bakhtin e sua teoria do carnaval. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (Org.). **Uma história cultural do humor**. Tradução Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

HALL, C. Michael; RUSHER, Kristy. Política, Programas de Governo e Destino. In: YEOMAN, Ian... [et al]. **Gestão de festivais e eventos**: uma perspectiva internacional de artes e cultura. Tradução Gabriela Scuta Fagliari. São Paulo: Rocca, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 4ª. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Prentice Hall Brasil, 12ª edição, 2007, 624p.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Tradução Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. O local enquanto elemento intrínseco da pertença. In: LEITÃO, Claudia. (Org.). **Gestão cultural**: significados e dilemas na contemporaneidade. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

LAPA, Tomás de Albuquerque. O Bem Cultural. In: BARBOSA, Lúcia Machado; BARROS, Maria do Rosário Negreiros; BIZERRA, Maria da Conceição. (Orgs.). **Ação cultural**: idéias e conceitos. Recife: FJN, Editora Massangana, 2002.

LE GOFF, Jacques. O riso na Idade Média. In: BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (Org.). **Uma história cultural do humor**. Tradução Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

LEITE, João Denys Araújo. Uma esfinge chamada público. In: BARBOSA, Lúcia Machado; BARROS, Maria do Rosário Negreiros; BIZERRA, Maria da Conceição. (Orgs.). **Ação cultural**: idéias e conceitos. Recife: FJN, Editora Massangana, 2002.

LEITE, Levy. O Papel da Cultura no século XX. In: BARBOSA, Lúcia Machado; BARROS, Maria do Rosário Negreiros; BIZERRA, Maria da Conceição. (Orgs.). **Ação cultural**: idéias e conceitos. Recife: FJN, Editora Massangana, 2002.

LEITÃO, Claudia Sousa. Gestão estratégica e os novos significados da cultura do novo século. In: LEITÃO, Claudia. (Org.). **Gestão cultural**: significados e dilemas na contemporaneidade. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

LEITÃO, Claudia Sousa [et al] (Org.). **Conferência Internacional sobre Economia Criativa do Nordeste**. Anais – 1ª Conferência Internacional sobre Economia Criativa do Nordeste. Fortaleza: Instituto Animacult, 2011.

LIMA, Dermerson de Sousa; CORIOLANO, Luzia Neide M. Teixeira. **Na fronteira do turismo: as perspectivas de desenvolvimento regional na microrregião do alto Acre**. Disponível em: <www.agb.org.br/evento/download.php?idTrabalho=3921>. Acesso em: 20 ago 2014.

LIMA, Zilda Maria de Menezes. A cidade de Fortaleza na literatura do século XIX. In: SOUZA, Simone de; NEVES, Frederico de Castro (Orgs.). **Comportamentos**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002.

LODY, Raul. **"No tabuleiro da baiana tem ... Pelo reconhecimento do acarajé como patrimônio cultural brasileiro" em Seminário alimentação e cultura**. Rio de Janeiro, CNFCP/Funarte, Ministério da Cultura, 2002.

MACEDO, José Rivair. **Riso ritual, cultos pagãos e moral cristã na alta Idade Média**. Disponível em: <www.ifch.unicamp.br/cpa/boletim/boletim04/09macedo.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2014.

MARTINS, José Clerton de O; CORIOLANO, Maria Neide. **Ceará turístico**:

identidades e identificações entre o sertão e o mar. Disponível em: <www.redalyc.org/pdf/1154/115415182008.pdf>. Acesso em: 20 ago 2014.

MATOS, Tarcísio (Org.). **Vaiando o sol:** o melhor do humor e da molecagem cearense. Fortaleza: Edições Técnico – Tupynanquim, 2000.
MEDEIROS, Marcia Maria. **A instrução pelo riso em Santo Agostinho.** Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciEduc/article/view/10429>>. Acesso em: 20 ago 2014.

MINOIS, George. **História do Riso e do Escárnio.** Tradução Maria Elena O. Ortiz Assumpção. São Paulo: UNESP, 2003.

NOGUEIRA, João. **Fortaleza Velha.** Crônicas. Fortaleza: Edições UFC/PMF, 1980.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O espetáculo da rua.** Porto Alegre; Ed. Universidade UFRGS, 1996.

Pontos de Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/secretarias1>>. Acesso em: 20 ago 2014.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Turismo, Planejamento Socioespacial e Patrimônio Histórico-Cultural. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira. (Org.). **Turismo, memória e patrimônio cultural.** São Paulo: Rocca, 2004.

RABELO, Denise Lima. Elementos de Análise de uma Proposta de Plano de *Marketing* para as Cidades: em Busca do Aproveitamento das Potencialidades Turísticas. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira. (Org.). **Turismo, memória e patrimônio cultural.** São Paulo: Rocca, 2004.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável:** o caleidoscópio da cultura. Barueri-SP: Manole, 2007.

ROBERTSON, Martin; WARDROP, Kenneth MacMillan. Eventos e a Dinâmica do Destino: Festivais de Edimburgo, Empreendedorismo e Marketing Estratégico. In: YEOMAN, Ian... [et al]. **Gestão de festivais e eventos:** uma perspectiva internacional de artes e cultura. Tradução Gabriela Scuta Fagliari. São Paulo: Rocca, 2006.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e territorialidades plurais – lógicas excludentes ou solidariedade organizacional.** Disponível em: <bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/leamos/17rodrigu.pdf>. Acesso em: 20 ago 2014.

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.

SANTOS, José Luiz. **O que é cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994. (Coleção Primeiros Passos).

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

SARAIVA, Andréa. **Orélio Cearense**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2013.
SEN, Amartya Kumar. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução de Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA, Fernando Moreno. **As várias faces do riso**. Disponível em: <e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/download/3594/2851>. Acesso em: 20 ago 2014.

SILVA, Carlos Alberto Ferreira. A Cidade e o Mercado nas Memórias de um Espaço de Consumo Popular: Vila Rubim, 1812-2003. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira. (Org.). **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Rocca, 2004.

SILVA, Marco Aurélio Ferreira da. Uma Fortaleza de risos e molecagem. In: SOUZA, Simone de; NEVES, Frederico de Castro (Orgs.). **Comportamentos**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002.

SMIERS, Joost. **Artes sob pressão**: promovendo a diversidade cultural na era da globalização. Tradução Adelina França. São Paulo: Escrituras Editora: Instituto Pensarte, 2006. (Coleção Democracia Cultural; 3).

SOUSA, Maria Salete de. Ceará: bases de fixação do povoamento e o crescimento das cidades. In: SILVA, José Borzacchiello da; CAVALCANTE, Tércia Correia; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; SOUSA, Maria Salete de... [et al]. **Ceará: um novo olhar geográfico**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2007.

SOUZA, Franzé. **Quintino Cunha**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2007. (Coleção terra bárbara)

STHIEL, Neusa Anklam. **O riso como denúncia social**. Disponível em: <www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/.../artigo_neusa_anklam_stiehl.pdf>. Acesso em: 20 ago 2014.

STRINATI, Dominic. **Cultura popular**: uma introdução. Tradução Carlos Szlac. São Paulo: Hedra, 1999.

TINHORÃO, José Ramos. **A imprensa carnavalesca no Brasil**. Um panorama da linguagem cômica. São Paulo: Hedra, 2000.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Fundamentos da Economia**. São Paulo: Saraiva, 2004.

VINUESA, Miguel Ángel Troitiño. Turismo e Desenvolvimento nas Cidades Históricas Ibero-Americanas: Desafios e Oportunidades. Tradução de Silvia Mariangela Spada. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira. (Org.). **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Rocca, 2004.

ANEXOS

ANEXO A - Formulário de entrevista aplicado aos turistas

		Universidade Estadual do Ceará-UECE Centro de Estudos Sociais Aplicados - CESA PESQUISA DE CAMPO Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos - MPGNT			
É TURISTA? Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>		ESTADO DE ORIGEM? _____			
SEXO? F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>		ESTADO CIVIL? Solteiro(a) <input type="checkbox"/> Casado(a) <input type="checkbox"/> Outros <input type="checkbox"/>		VEIO À FORTALEZA? Só <input type="checkbox"/> Família <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/>	
QUANTAS VEZES EM FORTALEZA? _____					
VIAJOU? Por agência de viagem <input type="checkbox"/> Por conta própria <input type="checkbox"/>		IDADE? 10 → 20 <input type="checkbox"/> 41 → 50 <input type="checkbox"/> 21 → 30 <input type="checkbox"/> 51 → 60 <input type="checkbox"/> 31 → 40 <input type="checkbox"/> 61 Em diante <input type="checkbox"/>			
QUANDO MENCIONAM FORTALEZA, QUAL A PRIMEIRA IDEIA?					
Praia <input type="checkbox"/> Forró <input type="checkbox"/> Festas <input type="checkbox"/>		Humor <input type="checkbox"/> Artesanato <input type="checkbox"/> Gastronomia <input type="checkbox"/>			
COMO FICOU SABENDO DO SHOW DE HUMOR? Agência <input type="checkbox"/> Carro de som <input type="checkbox"/> Hotel <input type="checkbox"/> Guias <input type="checkbox"/> Panfleto <input type="checkbox"/> TV, Rádio, Internet <input type="checkbox"/>					
QUANTOS SHOWS DE HUMOR JÁ ASSISTIU? 1ª Vez <input type="checkbox"/> Quantas vezes? _____					
QUAL O SEU HUMORISTA PREFERIDO? _____					
VOCÊ INDICARIA ESSE SHOW DE HUMOR PARA ALGUÉM? Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>					
PESQUISADOR MESTRANDO : FERNANDO ELPÍDIO					