
Ceará, Estado de Graça: Raízes Culturais Históricas Que Antecedem o Campo Organizacional do Humor

Ceará, State of Grace: Sociocultural Historical Roots that Precede the Field Organizational of Comedy

*BRUNO CHAVES CORREIA-LIMA**
*AUGUSTO CÉZAR DE AQUINO CABRAL***
*RODRIGO BANDEIRA-DE-MELLO****
*MARIA NAIULA MONTEIRO PESSOA*****
*SANDRA MARIA DOS SANTOS******

RESUMO

Este trabalho objetiva investigar fatos históricos que motivaram a associação do humor com a identidade cultural do Estado do Ceará e influenciaram a formação de um campo organizacional. Pesquisa qualitativa, bibliográfica e de campo, com a realização de cinco entrevistas com pesquisadores do humor, precursores do campo e representantes organizacionais. Os resultados apresentaram evidências do humor na identidade cultural cearense a partir de uma realidade social construída no decorrer do tempo e reforçada pela transmissão de histórias e estórias entre gerações

* Doutorando em Administração – Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestrado (2012) em Administração e Controladoria – Universidade Federal do Ceará (UFC). brunoccl@hotmail.com

** Professor Associado II da Universidade Federal do Ceará (UFC). Doutor em Administração (2001) – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). cabral@ufc.br

*** Professor Adjunto do Departamento de Administração Geral e Recursos Humanos na FGV-EAESP Doutorado (2002) na área de Estratégia pela Universidade Federal de Santa Catarina, com doutorado-sanduíche na The Warthon School, University of Pennsylvania, EUA. Pós-Doutorado na Université Paris-Dauphine na França. bandeira.demello@fgv.br

**** Professora Associada IV da Universidade Federal do Ceará. Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2000). naiula@ufc.br

***** Professora Associada da Universidade Federal do Ceará. Doutorado em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco (1998).

e por registros literários, desde o século XVIII. A formação do campo organizacional do humor no Ceará, na década de 1980, foi favorecida pelo comportamento de valorização ao humor que já era historicamente cultivado e legitimado no seio da sociedade cearense. O estudo se apresenta como um encontro entre a perspectiva histórica e os Estudos Organizacionais mediante a consideração da cultura e da institucionalização. Além de se apresentar como um resgate histórico e cultural que amplia compreensões institucionais geralmente limitadas às fronteiras do campo organizacional, esta pesquisa evidencia que raízes culturais alicerçam relações interpessoais e interorganizacionais, bem como a formação das estruturas, rotinas e práticas organizacionais, favorecendo a legitimidade e a longevidade institucional. **Palavras-chave:** Humor no Ceará; Raízes históricas; Campo organizacional; Identidade Cultural.

ABSTRACT

This work aims to investigate historical facts that motivated the association of comedy with the cultural identity of the state of Ceará and influenced the formation of an organizational field. Qualitative research, bibliographic and field, with the completion of eleven interviews with researcher's humor, field precursors and organizational representatives. The results showed evidence of comedy in Ceará cultural identity from a social reality built over time and reinforced by the transmission of stories and stories between generations and literary records, since the eighteenth century. The formation of the organizational field of comedy in Ceará in 1980 was favored by the behavior of valuation at comedy that was already historically grown and legitimized within the Ceará society. The study is presented as an encounter between the historical perspective and the organizational studies by considering culture and institutionalization. In addition to presenting as a historical and cultural revival that extends institutional understandings usually limited to the boundaries of the organizational field, this research shows that cultural roots underlie interpersonal and inter-organizational relations and the formation of structures, routines and organizational practices, favoring the legitimacy and institutional longevity.

Keywords: Comedy in Ceará; Historical roots; Field organizational; Cultural identity.

INTRODUÇÃO

A consideração da perspectiva histórica em pesquisas no campo da Administração configura-se como uma valorosa contribuição devido ao seu potencial de construção de novos olhares sobre esse campo de pesquisa, especialmente sobre os Estudos Organizacionais (BARROS; CARRIERI, 2015; FONTOURA; ALFAIA; FERNANDES, 2013; MADEIRO; GUIMARÃES, 2012; FERREIRA, 2010; PIERRANTI, 2008; ÜSDIKEN; KIESER; 2004). A perspectiva histórica efetiva a sua relevância e o seu potencial nesse campo: pela crescente consideração do caráter interdisciplinar na área de Administração (FONTOURA; ALFAIA; FERNANDES, 2013); pela capacidade do passado explicar e esclarecer o presente (PIERRANTI, 2008), inclusive na formação das estruturas e conjunturas organizacionais (FONTOURA; ALFAIA; FERNANDES, 2013); e pela construção de conhecimentos autorrefletidos política, social e geograficamente (BARROS; CARRIERI, 2015).

Tal vertente histórica configura-se como um contraponto à dominância funcionalista e gerencialista da maioria dos estudos e das teorias organizacionais (BARROS; CARRIERI, 2015; MADEIRO; GUIMARÃES, 2012). Contudo, a adoção dessa perspectiva vem ganhando força na literatura internacional, seja nos Estados Unidos, onde há a divisão de *Management History*, ou na Europa, em periódicos como *Management and Organizational History* (FERREIRA, 2010). No Brasil, também há avanço a partir de esforços de pesquisadores, como Barros e Carrieri (2015), Fontoura, Alfaia e Fernandes (2013), Alcadipani e Bertero (2012), Madeiro e Guimarães (2012), Costa, Barros e Martins (2010), Ferreira (2010), Machado-da-silva e Nogueira (2001).

Há uma diversidade de maneiras em que as pesquisas organizacionais podem ser historicamente orientadas. Entre os possíveis diálogos, mencionados por Ferreira (2010), destacam-se neste trabalho: o diálogo por meio da cultura, considerando a relação imbrincada entre antropologia e formação histórica e estrutural do objeto; e o diálogo por meio da Teoria Institucional, devido ao seu potencial em revelar a historicidade dos fenômenos organizacionais pela análise dos processos de institucionalização mais amplos que a eles estão vinculados.

Objeto deste trabalho, o humor no Ceará configura-se como um fenômeno social e organizacional que envolve essas duas possibilidades de diálogos (cultura e institucionalização) entre a perspectiva histórica e os estudos organizacionais.

Para uma análise mais efetiva da história, é preciso recorrer a recortes temporais, espaciais e temáticos (BURKE, 1992). Neste trabalho tais recortes se constituem pela temática do humor no espaço do Estado do Ceará em contextos que remontam o século XVIII até a década de 1980. Tipos populares, cenários históricos, relatos hilários, epítetos (*Berço do Humor; Ceará Moleque; Estado de Graça*) foram transmitidos ao longo das gerações e evidenciam que a cultura cearense é reconhecida pelo humor irreverente do seu povo. Trata-se de uma identidade cultural local que antes era vinculada às tradicionais figuras de sertanejos, cangaceiros que viviam em um contexto de secas e penúrias (SILVA, 2009) e passou a ser relacionada ao hábito de fazer humor. Fortaleza se transformou na capital nacional do humor (BRASILEIRO FILHO, 2010).

A partir da década de 1980, o humor se apresentou como um campo organizacional do Estado do Ceará (LIMA *et al.* 2012), sob a perspectiva de que campos são redes de relacionamentos, “que emergem como ambientes estruturados e estruturantes para organizações e participantes individuais” (WHITE; OWEN-SMITH; MOODY; POWELL, 2004, p. 97). O referido campo consolidou-se a partir de alguns aspectos: o reconhecimento de humoristas cearenses (especialmente, Chico Anysio, Renato Aragão e Tom Cavalcante) em âmbito nacional, a inserção e o crescimento das apresentações de humor em bares e restaurantes na noite da capital Fortaleza e no interior do Estado, as divulgações realizadas pelas instituições governamentais, o funcionamento dos únicos teatros e museus brasileiros voltados exclusivamente ao humor. Tais fatos possibilitam que essa atividade profissional, aparentemente individual, envolva diversos atores, além dos 118 humoristas relacionados pelo Fórum Cearense do Humor: associações, fórum e sindicato de humoristas; empresas de produção de eventos de humor; teatros; museu; restaurantes; barracas de praia; secretarias de cultura estadual e municipais; hotéis; associação de turismo; agências de viagens; guias turísticos; taxistas; profissionais ligados à cenografia, maquiagem, serviços de

som, entre outros interessados que formam um campo gerador de riqueza na economia criativa cearense (LIMA, 2012).

A análise, sob o viés específico das fases do processo de institucionalização, não é foco deste artigo, pois já foi apresentada em estudo anterior, por Lima et al. (2012), em que se reconheceu que o contexto de formação do campo se deu a partir da década de 1980. Essa constatação é o ponto de partida do presente artigo que propõe realizar uma investigação temporalmente retroativa por meio de uma imersão nas raízes históricas e culturais que antecedem a formação deste campo em busca de fenômenos antropológicos e sociológicos a ele relacionados.

A investigação desta pesquisa justifica-se por evidenciar as raízes de uma identidade cultural construída e reforçada historicamente que alicerça o processo de institucionalização de um campo organizacional, bem como a gestão de suas estruturas. Tornam-se latentes questionamentos, como: De onde e de quando vem essa relação do Ceará com o humor? Seria o humor uma característica inata dos cearenses? Há influências de fatores biológicos ou geográficos? Seria um processo de construção social? Como as raízes culturais históricas influenciaram os atores organizacionais no início da formação do campo? Ademais, este estudo vem contribuir para o preenchimento de lacunas apontadas na literatura, tais como: a carência da consideração de construções legítimas autorrefletidas política, social e geograficamente nos Estudos Organizacionais por meio de estudos históricos (BARROS; CARRIERI, 2015; MADEIRO; GUIMARÃES, 2012; ALCADIPANI; ROSA, 2010); a carência de se constituir pesquisa organizacional voltada para as especificidades locais (FERREIRA, 2010); a necessidade de situar fenômenos e estruturas organizacionais em seu contexto cultural e histórico (FERREIRA, 2010); ampliar, historicamente e culturalmente, uma recorrente visão reducionista do construtivismo social limitada às fronteiras do campo organizacional (PECI, 2006).

Para a realização do objetivo proposto por este estudo de natureza qualitativa foram realizadas pesquisas bibliográfica, documental e de campo. As pesquisas bibliográfica e documental foram utilizadas, principalmente, para a investigação dos fatos históricos relacionados ao período entre o século XVIII e a década de 1980,

antes da formação do campo organizacional do humor no Ceará. Cinco entrevistas formaram a pesquisa de campo que contribuiu, principalmente, mas não exclusivamente, para a compreensão do início da formação do campo organizacional nos anos de 1980.

Além desta introdução, do referencial teórico e procedimentos metodológicos, este artigo apresenta em seus resultados subseções relacionadas a cinco diferentes contextos históricos: (1) nas origens étnicas e condições biológicas e geográficas cearenses; (2) nos registros do epíteto “Ceará Moleque” na literatura brasileira; (3) no contexto de reformas urbanas de Fortaleza ocorridas entre meados dos séculos XIX e XX; (4) no reconhecimento midiático nacional de humoristas cearenses na segunda metade do século XX; e por fim, (5) no contexto de formação do campo organizacional do humor no Ceará na década de 1980.

RAÍZES HISTÓRICAS NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE CAMPOS ORGANIZACIONAIS

O conceito de campo organizacional é central para a abordagem institucional (VIEIRA; CARVALHO, 2003), recorrente abordagem nos estudos organizacionais (GREENWOOD *et al.*, 2008; LAWRENCE; SUDABBY; LECA, 2011). Desde a definição inicial de campo organizacional como “unidade fundamental na associação dos níveis organizacional e societário no estudo da mudança social e da comunidade” (DIMAGGIO, 1986, p. 337) até os dias atuais, um amplo debate se formou em torno do assunto e diferentes acepções têm sido apresentadas na tentativa de aperfeiçoar o próprio conceito e a sua operacionalização (MACHADO-DA-SILVA; GARIDO FILHO; ROSSONI, 2010).

Nessa perspectiva, destaca-se um ambiente caracterizado pela atenção à legitimidade e à aceitação da organização perante os demais membros do campo ao qual está inserida por meio de adequações aos valores social e culturalmente compartilhados, tendo por base a definição de campo organizacional como redes de relacionamentos que emergem como ambientes estruturados e estruturantes para organizações e participantes individuais (WHITE; OWEN-SMITH; MOODY; POWELL, 2004).

A compreensão de campos como fenômenos históricos e localizados de forma espaciotemporal é relevante para a compreensão

longitudinal de processos de institucionalização, reconhecendo que neles estão associadas a criação de ordens simbólicas e modelos de relacionamento social (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2010). A vida institucional é organizada em torno de redes culturais e estruturas relacionais em que os significados de valores, histórias e retóricas estão juntos em várias configurações estruturadas (MOHR; WHITE, 2008). Qualquer proposta de análise é limitada sem a compreensão dessa especificidade institucional e histórica (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2010).

O processo histórico de estruturação, por anteceder o isomorfismo institucional (SCOTT, 2001), é capaz de explicar a natureza do campo de forma mais completa. Elementos históricos, antropológicos, sociológicos e econômicos exercem um papel fundamental na explicação da complexidade da formação e configuração de um campo organizacional (VIEIRA; CARVALHO, 2003, p. 5). Na formação inicial de um campo em processo de institucionalização, as estruturas são formadas para resolver problemas específicos e comuns (TOLBERT; ZUCKER, 1999).

Para Almond e DeJordy (2012), a semântica e o valor experimental derivados de uma realidade cultural específica podem ser particularmente influenciados pela história e origens culturais. Circunstâncias históricas e espaciais, práticas rotineiras e constituição de significados são aspectos que estão associados à formação estrutural de um campo. Pressupõe-se a historicidade do campo, tanto no sentido de ele ser elaborado mediante relações e regras específicas em determinado contexto, como também por permanecer dependente de conceitos socialmente construídos na dinâmica social (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2010). E são os atores sociais os possuidores da “capacidade de produzir variações históricas em suas próprias formas de conduta” (COHEN, 1999, p. 416).

Entre a diversidade de objetos de pesquisas institucionais nos Estudos Organizacionais, Goulart, Menezes e Gonçalves (2003, p. 130) ressaltam a importância e a necessidade de estudos voltados para organizações culturais “não apenas pelo caráter econômico que vêm adquirindo no cenário em transformação, mas também porque sua vitalidade denota aspectos importantes de nossa vida social”.

Embora a Teoria Institucional, em especial o neoinstitucionalismo, seja criticado por limitar as suas análises às fronteiras do campo organizacional (PECY, 2006), tem-se que essa abordagem se apresenta como adequada para analisar o fenômeno do humor no Ceará devido a sua ênfase nas variáveis ambientais e simbólicas que vão ao encontro dos significados inerentes de uma identidade cultural.

IDENTIDADE CULTURAL

Ao considerar 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 (CARVALHO; VIEIRA; GOULART, 2004), é possível relacionar símbolos e costumes a determinados Estados e regiões cujos povos os cultivam.

A compreensão da expressão identidade cultural passa pelo entendimento da identidade como um processo dinâmico (LEVANDOSKI; TONINI; BARRETO, 2012), não sendo simplesmente um produto ou um objeto fixo (DONDEERS, 2005). Para Castells (1999, p. 23), identidade é a “fonte de significado e experiência de um povo”. A construção da identidade é feita sempre com a integração entre elementos do presente e do passado, gerando continuidade (BONILHA; SACHUK, 2011). A construção da identidade é um fenômeno que se caracteriza por se produzir em referência aos outros, por pressupor critérios de aceitabilidade e credibilidade (POLLAK, 1992), além de se relacionar com interações sociais e simbólicas (BONILHA; SACHUK, 2011).

Ressaltam-se nessa construção elementos fornecidos pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, todos processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades que reorganizam sua identificação simbólica a partir de tendências sociais, de projetos culturais enraizados na sua estrutura social e de sua visão de tempo e espaço (CASTELLS, 1999). Sugere-se, ainda, que a construção da identidade inicia-se com as experiências sociais que estruturam os discursos das pessoas nas suas práticas sociais (DUBAR, 1997).

Independente da incerteza se é a identidade dos indivíduos que influencia na formação de uma sociedade ou se é essa sociedade que

faz que os indivíduos tenham determinado perfil de comportamento, por certo, sabe-se que “cada sociedade desenvolve suas próprias tradições e um estilo de vida particular, o que se vincula ao conceito de cultura” (LEVANDOSKI; TONINI; BARRETO, 2012, p. 218). A história da cultura, ou sociocultural, inclui a história das ações ou noções subjacentes à vida cotidiana (RAMALHO; AYROSA, 2009).

A cultura pode ser definida como um agregado interativo de características comuns que influenciam a resposta de um grupo (FLAMING; AGACER; UDDIN, 2010) e é evidenciada pelos comportamentos e ações dos membros de uma comunidade (FERREIRA et al., 2013). Laraia (2001) resgata o conceito de cultura de Edward Tylor (1832-1917) que, tomado pelo amplo sentido etnográfico, apresenta cultura como um complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade. Com essa definição, Tylor marca fortemente o caráter de aprendizado da cultura em oposição à ideia de aquisição inata, transmitida por mecanismos biológicos ou mesmo por determinismo geográfico.

Quanto ao determinismo biológico, os antropólogos estão totalmente convencidos de que as diferenças genéticas não são determinantes dos comportamentos culturais, pois não há correlação significativa entre ambos. Nesse entendimento, qualquer criança humana normal pode ser educada em qualquer cultura, se for colocada desde o início em situação conveniente de aprendizado, independente da sua distribuição genética (LARAIA, 2001).

O determinismo geográfico é refutado por antropólogos que demonstraram que existe uma limitação na influência geográfica sobre os fatores culturais e que é possível e comum existir uma grande diversidade cultural localizada em um mesmo tipo de ambiente físico. Entre os exemplos destacados por Laraia (2001), no Parque Nacional do Xingu, os xinguanos desprezam as proteínas existentes nos grandes mamíferos, cuja caça lhes é interdita por motivos culturais, e se dedicam mais intensamente à pesca e caça de aves. Entretanto, os Kayabi, que habitam o Norte do Parque, são excelentes caçadores e preferem justamente os mamíferos de grande porte.

As diferenças existentes entre os homens, portanto, não podem ser explicadas pelo seu aparato biológico ou pelo seu meio ambiente

(LARAIA, 2001). Ademais, quanto à etnia, dimensão cultural de uma raça, não necessariamente resulta no estabelecimento de comunas, embora seja uma característica fundamental das nossas sociedades (CASTELLIS, 1999). Para Laraia (2001, p. 24), “a grande qualidade da espécie humana foi a de romper com suas próprias limitações. Tudo isto porque difere dos outros animais por ser o único que possui cultura”. Cultura é entendida, então, como um sistema de normas e de valores que são socialmente transmitidos, possibilitando a existência de uma herança cultural histórica que é manifestada em diversos componentes culturais, religião dominante, ritos e numa língua comum (FERREIRA *et al.* 2013).

Levandoski, Tonini e Barreto (2012) ressaltam a importância da memória coletiva como fundamento da revitalização da cultura e da definição da identidade de um grupo. A memória coletiva, segundo Halbwachs (1990), se forma a partir da acumulação de eventos ocorridos durante anos de história. Os sujeitos precisam recorrer a essa memória. A memória individual nutre-se de uma memória coletiva, visto que todas as lembranças constituem-se no interior dos grupos, possibilitando, assim, o anúncio de identidade cultural.

A identidade cultural, então, vem de uma construção e reconstrução social histórica, valorizando a aceitação ou a rejeição coletiva de signos e significados (GEERTZ, 1989; HALL, 2003; LEVANDOSKI; TONINI; BARRETO, 2012) e incide em uma teia de relações existentes, imprimindo nela consequências imediatas (SOUZA; CARRIERI, 2012). Em situações que esses significados distinguem um lugar ou uma região por um arranjo de variáveis pode-se explicar uma periodização e, por vezes, uma construção de identidade local (SANTOS, 1997).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo exploratório, descritivo e de natureza qualitativa, foi concluído em 2012, após um ano de pesquisa bibliográfica, documental e de campo.

O método qualitativo é utilizado por possibilitar uma análise de maior amplitude da observação do fenômeno histórico, admitindo fortes inferências do ambiente e das pessoas que dele participam, interagindo todos na constituição da realidade dos atores organi-

zacionais que compõem o campo do humor no Ceará. Tal uso é apropriado, segundo Richardson (2008), em investigações acerca de fatos do passado, em estudos referentes a grupos dos quais se dispõem de pouca informação, em pesquisas dirigidas à análise de atitudes e valores, e também como indicadores do funcionamento de estruturas sociais.

A pesquisa bibliográfica e documental foi realizada mediante vasta busca no acervo de obras raras da Biblioteca Pública Governador Mendes Pimentel, no acervo pessoal dos entrevistados, bem como informações disponibilizadas pelo Fórum Cearense do Humor (FOCHUM). Tal pesquisa possibilitou, em primeira análise, subdividir os registros de manifestações do humor no Ceará em cinco momentos históricos que foram classificados a partir da percepção de elementos comuns quanto à cronologia e quanto aos meios pelos quais o humor era comunicado. Esses cinco momentos motivaram também a subdivisão da seção de resultados deste estudo.

Especialmente para compreender o contexto inicial de formação do campo organizacional do humor no Ceará, quinta e última subseção dos resultados, foram utilizadas as informações compartilhadas em cinco entrevistas, cujo roteiro foi semiestruturado. Além de questionamentos acerca do contexto de formação inicial do campo, o roteiro conteve também um bloco com perguntas voltadas ao conhecimento dos entrevistados a respeito dos outros quatro momentos históricos antecedentes.

Os sujeitos da pesquisa foram escolhidos de forma não aleatória, considerando os critérios de relevância e acessibilidade. Quanto à relevância, foram valorizados os critérios de maior tempo de participação no campo, posicionamento de liderança de organizações formais e informais e a detenção de informações dos aspectos históricos que antecederam o campo.

Quadro 1 – Entrevistados representantes de organizações do campo do humor no Ceará

Códigos Identificadores	Entrevistados	Atividades dos Atores e Organizações
E-01	José Jader Soares (Zebrinha)	Historiador, Humorista e Diretor da Associação dos Humoristas Cearenses (ASSO-H), do Museu do Humor e Teatro Chico Anyzio
E-02	Tarcísio Matos	Jornalista, Pesquisador do humor no Ceará e Autor do livro <i>Vaiando o Sol</i>
E-03	Paulo Diógenes (Raimundinha)	Humorista, Vereador e um dos Precursores na formação do campo do humor no Ceará
E-04	Karla Karenina (Meirinha)	Humorista, Atriz e ex-Assessora de Políticas Públicas para o Humor
E-05	Valéria Vitoriano (Rossicléa)	Humorista, e Diretora da Empresa Caminho das Pedras Produções e Eventos LTDA

Fonte: Elaborado pelos autores

As informações concedidas pelos entrevistados foram analisadas por meio da técnica análise conteúdo buscando identificar o contexto de inserção dos principais atores no campo e o modo como as estruturas interorganizacionais foram sendo criadas inicialmente e informações sobre a presença do humor em momentos históricos antecedentes ao campo.

RESULTADOS

Os achados desta pesquisa estão organizados nesta seção com base em cinco diferentes contextos históricos: (1) fatores étnicos, biológicos e geográficos e a formação da imagem cultural do humor no Ceará; (2) registros do epíteto “Ceará Moleque” na literatura brasileira; (3) contexto de reformas urbanas de Fortaleza, enquanto cidade, ocorridas entre meados dos séculos XIX e XX; (4) reconhecimento midiático nacional de humoristas cearenses na segunda metade e do século XX; e por fim, (5) contexto de formação do campo organizacional do humor no Ceará, a partir da década de 1980.

FATORES ÉTNICOS, BIOLÓGICOS E GEOGRÁFICOS E A FORMAÇÃO DA IMAGEM CULTURAL DO HUMOR NO CEARÁ

Visando compreender em que circunstâncias o humor se configurou como a manifestação cultural mais característica do povo cearense (CEARÁ, 2009), faz-se menções a características comportamentais étnicas e momentos históricos que serviram de contextos para diferentes expressões de humor do povo cearense.

O riso e o humor são características, ao mesmo tempo, universais e particulares: todo ser humano pode rir e fazer rir; porém, o modo como e do que se ri é que estão condicionados pela cultura de cada grupo ou sociedade. Rir e fazer rir são fenômenos que acompanham a humanidade, desde sempre, mas são culturalmente circunstanciados (SILVA NETO, 2010).

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. Fazendo referência às origens étnicas do povo cearense, tem-se que esse Estado brasileiro teve sua dimensão cultural constituída mediante influência de índios, brancos e negros. O alto grau de mestiçagem deu origem a uma complexa gama de tipos físicos que tornou a população da região multicultural e matizada, resultando na existência dos termos “cafuzo”, mistura entre negro e índio, e “mulato”, mistura entre branco e negro (BEZERRA, 2011).

Montenegro (1952) e Matos (2000) acreditam que as raízes do humor cearense se relacionam com características étnicas dos povos que habitaram o Ceará, resultando na formação de uma “cultura mestiça caracterizada com traços de sobriedade, bravura e audácia” (MATOS, 2000, p. 11).

Karla Karenina (E-11) associa, por exemplo, um comportamento típico da cultura indígena com um hábito do humor cearense: a vaia. Para ela, o modo de vaiar, no Ceará, se assemelha a um grito de guerra indígena “O cearense usa um grito, ‘íííh’. Não é uma vaia, é uma coisa quase de guerra mesmo. Vaiaram até o sol!”, fazendo alusão ao episódio ocorrido na Praça do Ferreira que será apresentado na seção seguinte.

A crença da influência das origens étnicas na identidade cultural do humor cearense compartilhada pelos autores e entrevistados

pesquisados encontra amparo antropológico em Castells (1999) que afirma que a etnia é uma característica fundamental na construção das sociedades. Todavia, Castells (1999) ressalta que a etnia não necessariamente resulta no estabelecimento de comunas. Tal argumento é congruente com a constatação de que outros Estados brasileiros não têm suas imagens culturais associadas ao humor, embora também tenham origens étnicas formadas por negros, índios e brancos, como o Ceará. Dessa forma, tem-se que as origens étnicas influenciam as construções de identidade cultural, entretanto não se configuram, por si só, como fator explicativo, muito menos determinístico, corroborando Laraia (2001), apresentado do referencial teórico deste trabalho.

E-05 indica outro elemento contributivo na formação da imagem cultural cearense associada ao humor: o fenômeno climático da seca, gerador de adversidades.

O destemor, a audácia e resignação ao sofrimento; o exagero, que faz parte do temperamento cearense; a extrema dificuldade de sobrevivência de um estado extremamente miserável e cheio de reservas da própria natureza, secas constantes. Então, tudo isso criou nesse espaço de planeta, um povo que começou a “mangar”¹ dele mesmo, como forma até de sobrevivência. O sofrimento era tanto, que ele passou a enxergar no sofrimento do outro uma forma de ele espárecer. Era como se “frescar”² com o outro lhe desse... [pausa] não uma satisfação, mas pelo menos rir naquele momento. Então ele passou, ao invés de se entristecer com o sofrimento da natureza e de uma série de adversidades, a pelo menos “frescar”² com o outro. E isso fica muito bem caracterizado no humor cearense (E-05).

Entretanto, fatores geográficos não são determinísticos na formação cultural, conforme mencionado no referencial teórico deste estudo por Laraia (2001). Se essa correlação fosse significativa, outros lugares cujas dificuldades climáticas fossem intensas teriam característica cultural semelhante à identificada no Ceará.

¹ Mangar – Zombar.

² Frescar – Verbalizar brincadeira bem humorada.

Cunha (1962, p. 44) defende que o humor é uma característica inata do povo cearense, independente de diferenciações de classes sociais:

O moleque do Ceará manifesta-se repentinamente em qualquer cearense, e neste momento não há preocupação de classe ou posição social; desembargadores, militares, políticos, eclesiásticos, comerciantes, caixeiros, gentes da rua, zé povinho, respeitosas, engraxates, mães de família, mocinhas, todos enfim, que nasceram no Ceará, guardam em si uma molecagemzinha para disparar quando menos se espera.

A crença de Cunha (1962) de que todos os que nasceram no Ceará guardam em si a característica do humor não converge com a convicção de antropólogos, conforme mencionado no referencial teórico por Lacraia (2001), de que as diferenças genéticas não são determinantes das diferenças culturais, pois qualquer criança normal pode ser educada em qualquer cultura, se for colocada desde o início em situação conveniente de aprendizado.

Independente da crença do molequismo cearense ser uma característica inata, é possível e viável estudar o fenômeno como um aspecto simbólico de uma realidade social construída no decorrer do tempo, assim como realizado na pesquisa de Silva Neto (2010). O traço marcante da irreverência cearense não se reduz a um mero estereótipo e *ênfatiza* a necessidade de uma viagem no tempo capaz de indicar que a tendência é das mais arraigadas na história do Ceará (CARVALHO, 2000).

Embora os principais registros literários façam referência a situações vivenciadas a partir de meados do século XIX, ressalta-se que o livro *O Ceará – lado cômico*, publicado em 1900, revela histórias hilárias ocorridas em terras cearenses no século XVIII e XIX. João Brígido (1900) narra situações cômicas de tipos populares, tais como o Padre Verdeixa, que tinha aversão de ser contrariado; e o senhor Bento Gomes, comerciante português que fazia provisões catastróficas no Centro de Fortaleza.

EPÍTETO “CEARÁ MOLEQUE” NA LITERATURA BRASILEIRA

O encontro entre o cômico/riso e a cultura do Ceará, da Fortaleza de risos e molecagens, é inevitável (SILVA, 2009). Silva Neto (2010) ressalta a recorrência do uso de expressões como “irreverência cearense”, “gaiatice inata do povo cearense” e “Ceará Moleque” e nos escritos de romancistas, cronistas e ensaístas. No final do século XIX, surge a expressão “Ceará Moleque” em romances e periódicos que narraram situações inusitadas nas casas, ruas e praças, nas ambiências da capital alencarina.

A expressão “moleque”, que atualmente é associada ao povo cearense como adjetivo significante de irreverência e humor, nem sempre assumiu essa conotação. Silva Neto (2010) ressalta que molecagem, a partir do contexto de escravatura do Brasil Colônia, era a expressão designada para as brincadeiras, travessuras, sem-vergonhices das crianças negras, os chamados moleques, caracterizando-se como condutas reprováveis de negros escravos.

Segundo Montenegro (1952), moleque, na acepção filosófica, realmente significa o indivíduo que desobedece às regras de civilidade, às convenções sociais. Porém, para o autor:

moleque passaria a ser aquele zomba do destino; que não gosta ou que perde o respeito em face de quem tenta ilaquiari-lhe a boa fé ou fazê-lo de paspalhão; que não teme a desgraça; que enfrenta as piores situações com um sorriso nos lábios; que ao invés de procurar muros de lamentações para chorar suas desgraças, procura esquecê-las vaiando as debilidades alheias; que usa o apupo como protesto ou como descarga de tensão (MONTENEGRO, 1952, p. 62).

Há no molequismo um aspecto positivo e outro negativo. O elemento negativo se caracteriza pela crueldade e pelo sadismo, por não haver comiseração para com o seu semelhante no ato de observar a dor alheia e descobrir nela facetas cômicas, esquecendo assim suas próprias infelicidades. O aspecto positivo se faz presente na ação do homem de enfrentar o destino fazendo humor, desenvolvendo a capacidade de resistência à dor, a atenção para não ser enganado e a exagerada noção de ridículo (MONTENEGRO, 1952). Logo, a expressão moleque pode assumir diferentes significados,

estando condicionados a quem o invoca, à sua intenção e ao momento em que foi enunciado (SILVA, 2009).

Os primeiros registros da expressão “Ceará Moleque” remontam aos romances *A Afilhada*, em 1889, de Manuel de Oliveira Paiva e *A Normalista*, em 1892, de Adolfo Caminha. Ambos os romances se desenvolvem em um ambiente provinciano, repleto de maldições, da Fortaleza do final do século XIX (MATOS, 2000; SILVA NETO 2010).

Em *A Afilhada*, em um diálogo entre intelectuais, no século XIX, o engenheiro ironiza “Senhor, que nobreza era aquela no Ceará Moleque?!” (SILVA, 2009, p. 35). A expressão reflete uma ideia de que Fortaleza não era uma cidade nobre, de que o adjetivo moleque explicita atraso perante os anseios de urbanização e modernização. No romance *A Normalista*, a personagem Maria do Carmo reclama de maldosos comentários a seu respeito explícitos em forma de versos em um pasquim: “Que se há de fazer, minha filha? Ninguém está livre destas coisas no Ceará Moleque. Não se pode conversar com um rapaz, porque não faltam alcoviteiros” (SILVA, 2009, p. 37).

O hábito de fazer comentários irreverentes a partir da observação da vida de outras pessoas é confirmado por Matos (2000), ao mencionar que o povo cearense é irreverente e sarcástico, capaz de rir da desgraça alheia, incorporando um espírito irônico na linguagem. O autor confirma que desde o século XIX, essa compulsão popular pela irreverência era tão forte que se concebeu o epíteto “Ceará Moleque” para designá-la. Silva (2009, p. 19) corrobora:

Boa parte das evidências que tratam da molecagem mostra Fortaleza como palco para os atos daqueles, principalmente populares, que circularam por suas ruas, becos, vilas, praças, ou seja, o espaço público; a praticar o que muitos consideram como atitude moleque dos que viviam a experiência de cidade.

Como destacado por Silva (2009), os comentários sobre a vida de Maria do Carmo no romance *A Normalista* partiu de um pasquim. Esses jornais de pequenos formatos, conhecidos como pasquins, circulavam em Fortaleza, a partir da segunda metade do século XIX, com intuito de divertir seus leitores por meio de linguagem

humorística. O universo de comportamentos e hábitos do contexto de reformas urbanas, aparelhamento técnico e ordenação de espaços foram sendo construídos cotidianamente pela população de Fortaleza, em seus diversos setores. Recriaram-se elementos, como normas e valores, da cultura híbrida que se produziu no Brasil, desde o final do século XIX (SILVA, 2009).

Nos pasquins, era utilizado o “humor costumbrista” (humor de costumes), por meio de linguagem cômica, insultuosa e pornográfica, com um forte discurso de moralização que objetivava instrumentalizar o riso para regular, corrigir e modelar hábitos. A leitura cômica de caráter ético-moral era capaz de provocar embaraço e vergonha em comportamentos tidos como não civilizados, gerando um constrangimento e potencializando a prática de hábitos esperados pela classe social dominante (SILVA, 2009).

A partir desses registros literários do humor no Ceará foram sendo plantadas sementes de comicidade na cultura local. A imagem do seu povo perante o restante do Brasil foi, paulatinamente, superando limitados estereótipos históricos de seca, sofrimento, penúria, cangaceiros e retirantes. Segundo Silva Neto (2010), o humor se incorporou à imagem do modo de ser cearense em que as pessoas seriam irreverentes naturalmente; fariam piada com o próprio sofrimento e ririam da sua própria desgraça e da desgraça alheia. Assim, fazer chacota seria próprio do “povo cearense” que seria um “povo moleque”.

E foi exatamente em uma folha pasquineira, com a finalidade de corrigir costumes por meio do humor, que a expressão “Ceará Moleque” recebeu maior simbolização histórica. Fazendo referência a esse pasquim, Matos (2000, p. 225) confirma que “a designação Ceará Moleque propriamente dita aparece em 1896 com a revista ‘Ceará Moleque’”. Ressalta-se que essa conotação de “humor a favor” para o molequismo não é a mesma utilizada anteriormente nos textos de *A Afilhada*, onde “moleque” significava não-nobreza, e de *A Normalista*, onde o adjetivo expressava comportamento reprovável de falar mal da vida alheia. Apesar do conteúdo dos pasquins também fundamentar-se na observação do comportamento das pessoas, este o faz na forma de humor moralizante, a favor (SILVA NETO, 2009).

A concepção de Ceará Moleque como uma explícita tradição de irreverência inata própria do povo cearense surge com a novela *Um Montim na Aldeia*, em 1911, por Araripe Júnior, no *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro e é republicada com o título de *O Cajueiro do Fagundes (episódio cearense)* que, posteriormente, em 1975, foi editada em livro. Nesse mesmo sentido de espírito e comportamento moleque, o rótulo “Ceará Moleque” foi utilizado pela revista *Jandaia*, em 1920 (SILVA NETO, 2010).

Tantos registros literários foram feitos em uma época em que o contexto da capital do Ceará, Fortaleza, era de uma cidade que atravessava um momento de significativas reformas urbanas com seu aparelhamento técnico e com ordenação de seus espaços. Naturalmente, novos hábitos e costumes foram configurando-se no seio da sociedade.

AS REPRESENTAÇÕES DO HUMOR NA CIDADE DE FORTALEZA EM SEU CONTEXTO DE REFORMAS URBANAS, ENTRE MEADOS DOS SÉCULOS XIX E XX

Além dos romances e dos registros pasquineiros, diferentes histórias reforçam a presença do humor no dia a dia do povo cearense desde o século XIX. Situações inusitadas ocorridas há mais de um século foram transmitidas por seguidas gerações e destacam pessoas, lugares e fatos que representam marcos simbólicos dos antecedentes do campo do humor.

Tarcísio Matos (E-05) enfatiza que muito antes do sucesso midiático de humoristas cearenses nacionalmente conhecidos, “havia um sem número de figuras do humor, que faziam humor no Ceará. Não esse humor pra vender, mas pessoas que eram naturalmente bem humoradas” (E-05), como Paula Nei, Quintino Cunha, Padre Verdeixa, Padre Quinderé, Manesin do Pisco, Leonardo Mota, entre outros. Destes, destacam-se os dois primeiros por terem sido os mais mencionados pelos entrevistados. Paula Nei e Quintino Cunha eram contemporâneos e conviveram em muitas ocasiões. Atualmente, são homenageados tendo seus nomes, respectivamente, em rua e bairro de Fortaleza.

Paula Nei é destacado (E-01) como o primeiro humorista do Brasil, com atuação em jornais, mesa de bar, em círculo de amigos

famosos. A qualidade de suas piadas, sua facilidade em fazer humor e suas expressões verbais repletas de trocadilhos são percebidas em publicações acerca das histórias de dia a dia do humorista. Ao entrevistar Chico Anysio, Jader Soares (E-01) fez referência a Paula Nei como o primeiro humorista cearense, mas “O Chico Anysio disse: cearense não, brasileiro! Por conta disso eu até mudei o nome do livro que escrevi sobre Paula Nei. É concordância do Chico Anysio, então pronto!” (E-01)

Entretanto, “o maior nome do humor cearense, aquele cara que era humorista de plantão, chama-se Quintino Cunha”, conforme opinião de E-05. Para ele, “O Doutor Quintino Cunha é fora de sério, é um mestre, é o cara mais irreverente, mais inteligente, mais engraçado que passou por aqui [Ceará], poeta, advogado” (E-05). Por exemplificação do modo de fazer humor de Quintino Cunha, Soldon (1969) relata que em certa ocasião, no Fórum de Fortaleza, Quintino Cunha responde de maneira inusitada a um colega advogado, homem de apregoado saber jurídico:

Às tantas, cansado de fazer copiosas explanações, o impugnante perde a paciência:

– Doutor Quintino, estou citando a Lei!... Estou montado no Código Civil!...

Houve um momento de atenção. E o Quintino responde desconcertantemente:

– Lamento muito a sorte do meu prezado colega, pois está montado num animal que não conhece!... (SÓLDON, 1969, p. 19).

Quanto aos lugares e fatos que expressam o humor cearense, pode-se fazer associações entre ambos. Os fatos mais importantes que contextualizam o humor no Ceará, desde o final do século XIX, têm como cenário o mesmo local, intitulado por Montenegro (1952) e Silva (2009) como a sede do “Ceará Moleque”: a Praça do Ferreira. Ao longo do tempo as pessoas que frequentavam a praça foram vivenciando e perpetuando fatos e “personagens” que eram considerados interessantes, assim como comenta Montenegro (1952, p. 65) sobre o funcionamento dos hábitos da praça:

Cresce o anedotário, o volume de repentes, de piadas, em prosa e verso. É essa a literatura da Praça, cujas peças mais bem feitas são transmitidas de boca em boca (...) Opera-se uma seleção de cunho ridículo ao gosto da Praça. A tradição oral só perpetua aquilo que passou pelo serviço de peneiramento. O joio, o que não presta, representa o enorme refugio que se perdeu no perpassar do tempo.

Na Praça do Ferreira, mais precisamente nas mesas do Café Java, foi formada, em 1892, a Padaria Espiritual (SOLDON, 1969). Durante seis anos, essa sociedade de “rapazes de Letras e Artes” bem-humorados, ousados, sobretudo talentosos, protagonizou um movimento literário modernista que antecedeu em muitos anos a Semana de Arte Moderna. *O Pão* era um jornalzinho de oito páginas, que circularia até o nº. 36, deixando um rastro de irreverência demolidora (AZEVEDO, 2011). *O Pão* não tinha circulação regular, possivelmente por razões financeiras (SOLDON, 1969). Os padeiros, participantes da Padaria Espiritual, irreverentes, irônicos e debochados, externavam suas ideias por meio da arte, emitindo informação de forma criativa e descontraída. O objetivo era criticar a maneira de pensar e agir da sociedade cearense na época, que valorizava sobremaneira a cultura europeia. Por meio de sua arte, eles manifestaram seu descontentamento e difundiram a produção cultural nacional como forma de valorizar a produção local. A heterogeneidade dos textos era marcada pela diferenciação das influências francesas das escolas do sul do país (AZEVEDO, 2011). Tarcísio Matos (E-05) acrescenta: “é uma caricatura que a molecagem cearense faz, contra aquilo que está posto, contra o poder constituído, contra a imposição e aculturação (...) e a Padaria Espiritual era o melhor exemplo. Era a sátira àquilo que era imposição”.

Em concordância, Montenegro (1952, p. 64) menciona que a sociedade cearense exercia resistência aos padrões formais de comportamento trazidos por europeus. Para ele, o Ceará moleque é o Ceará mestiço. “Se o branco, se o homem da boa sociedade deseja afirmar as boas maneiras peculiares à civilização européia, o moreno, o homem que não pertence à *gente de bem*, sente diabólico prazer em libertar-se das amarras das convenções sociais”.

Essa compulsão social pelo deboche e a sátira representa uma prática contestatória para com a normalização urbana, a carestia, e as más condições de vida e trabalho, além de configurar-se também como uma atitude escapatória da disciplinarização e ordenamento urbano que levaria a capital a se inserir em uma ordem racional capitalista (SILVA, 2009).

Muitos personagens e fatos hilários enfatizados na primeira metade do século XX tornaram-se representativos nas contações de histórias relacionadas ao humor no Ceará. Destacam-se: Bode Ioiô; Vaia ao Sol; Cajueiro Botador ou da Mentira; Gatos Pingados.

O Bode Ioiô se tornou um personagem considerado o supremo chefe da molecada. Na década de 1920, o animal malcheiroso, possuidor de enormes chifres e guizos de aço pendurados no pescoço transitava na Praça do Ferreira, corria atrás dos moleques da praça e bebia cachaça quando a ofereciam (CUNHA, 1962). Montenegro (1952) recorda que vários homens raspavam seus cavanhaques para evitar os constantes apelidos de Bode Ioiô.

Gilmar de Carvalho, em 1983, e Tarcísio Matos, em 2000, publicaram livros cujos títulos fazem referência a um dos fatos inusitados da Praça do Ferreira: a *Vaia ao Sol*, na década de 1930. Por três dias seguidos chovia incessantemente em Fortaleza, fato pouco comum na capital cearense. Porém, na manhã do dia seguinte, às nove horas, o sol começou a aparecer gradativamente e, quando se mostrou em sua plenitude, o “canelau”³ que estava todo reunido na praça entoou sonora vaia característica do povo cearense: Ihihi!!! (MATOS, 2000).

Também na Praça do Ferreira, outro fato ficou marcado entre os causos do humor no Ceará: o Cajueiro Botador, por “botar” muito caju, ou Cajueiro da Mentira. No início do século XX, de 1904 a 1920, comerciantes, intelectuais e bêbados reuniam-se à sombra de um cajueiro. Comentavam as notícias, o cotidiano de Fortaleza. O historiador Cristiano Câmara rememora que “Quando um político fazia uma promessa mirabolante, eles arranjavam um jeito de arrumar um papel e pregar lá, com prego mesmo. Faziam isso com tudo que era mentira” (RODRIGUES, 2011, p. 1). No local, era celebrado o dia 1º. de abril, dia da mentira. O cajueiro foi cortado pela prefeitura após uma remodelagem da praça. Em 2006, Jader Soares

³ Canelau – Turma, gentinha.

(E-01), o Zebrinha, resgatou a tradição promovendo, no dia 1º de abril, o Festival de Mentiras no Teatro Chico Anysio. De 2010 a 2013, o evento voltou a ser realizado na Praça do Ferreira. Os prêmios para os vencedores do festival foram: um real, cinquenta centavos e vinte e cinco centavos, para o primeiro, segundo e terceiro melhor “mentiroso”, respectivamente. No local do Cajueiro da Mentira, atualmente há uma placa comemorativa.

Além desses fatos, alguns tipos populares podem ser mencionados como relevantes para a construção social da imagem do Ceará como terra do humor, como: Gatos Pingados, em que empregados de uma funerária, alcoolizados, derrubavam o caixão no chão, com o morto dentro; Burra Preta, pedinte que usava *bustiês* de péssimo senso estético (MATOS, 2000); o Casaca de Urubu, homem que se vestia de paletó preto comprido e usava uma cartola. Sempre persistente, era contratado para cobrar dívidas (MONTENEGRO, 1952).

A Praça do Ferreira não era a única a abrigar esses tipos populares irreverentes. Também no Centro de Fortaleza, a Praça José de Alencar atrai pessoas que assistem às apresentações de palhaços e profissionais circenses, entre outros atores sociais. O traço primordial dessa praça é a presença da informalidade, da invenção, do riso e da originalidade de peças populares em seus aspectos mais caricaturais (SILVA, 2009).

RECONHECIMENTO MIDIÁTICO NACIONAL DOS HUMORISTAS CEARENSES CHICO ANYSIO E RENATO ARAGÃO

Os cearenses que apresentaram uma forma sistematizada e mais midiaticizada do fazer humor foram Chico Anysio e Renato Aragão, tornando o Ceará uma referência do humor nacional, conforme a opinião de todos os entrevistados desta pesquisa que os consideraram como marcos da evolução do humor cearense. E-05 enfatiza que Chico Anysio e Renato Aragão protagonizaram o humor como produto midiático nas rádios, televisões e cinemas produzidos no sudeste do Brasil. São humoristas que deixaram a terra natal, iniciaram e alavancaram suas carreiras de humoristas no Rio de Janeiro nas décadas de 1950 e 1960.

O maior ícone do humor cearense: Francisco Anysio de Oliveira Paula, o Chico Anysio, ainda criança se mudaria para o Rio de Janeiro.

ro (MATOS, 2000). Em 1949, a Rádio Guanabara possibilitava que o Brasil começasse a conhecer o talento humorístico de Chico Anysio, que ao imitar vozes famosas, protagonizar dezenas de programas de humor na televisão e realizar mais de dez mil *shows* na carreira tornou-se um símbolo cearense no cenário nacional do humor. “Tenho 209 personagens criados e os tiro da vida, do que os meus olhos vêem nas calçadas, nos campos de futebol, nos estúdios, nas casas que freqüento, nos restaurantes. O mundo é minha inspiração” (CHICO ANYSIO, 2012). Chico Anysio é um desbravador, um dos maiores humoristas do mundo (E-05), é considerado símbolo de referência quanto à qualidade de texto (E-01). Em 23 de março de 2012, faleceu Chico Anysio. “É uma glória fazer o que faço, é uma história grande a minha. Isso é uma coisa que ninguém tira. O que eu fiz, tá feito!” (CHICO ANYSIO, 2012).

Renato Aragão, nascido em Sobral, advogado, mas apaixonado pelo humor circense, iniciou humor na televisão por meio da TV Ceará. Em seguida, morando no Rio de Janeiro, foi contratado pela extinta TV Tupi. Entre muitos parceiros em atuações na televisão e no cinema, o Didi, personagem inseparável de Renato, teve maior sucesso como um dos trapalhões da equipe formada também pelos personagens Dedé, Mussum e Zacarias. Além do reconhecimento como humorista, Renato Aragão recebeu o título de Representante Especial do *United Nations International Children's Emergency Fund* (UNICEF), no Brasil (GLOBO, 2011). Renato Aragão é criticado por alguns humoristas cearenses por não abrir espaços, em seus programas, para humoristas conterrâneos (E-05; E-10).

O sucesso dos trabalhos de humoristas como Chico Anysio e Renato Aragão geraram a possibilidade do humor ser configurado como um negócio, por meio do rádio, da televisão e do cinema. Entretanto, E-05 opina, de forma crítica, sobre diferenças pontuais entre o humor como negócio, protagonizado por Chico Anysio, Renato Aragão, Tom Cavalcante e Falcão, e o humor como negócio vivenciado pela maioria dos humoristas cearenses que iniciaram carreira nas décadas de 1990 e 2000. Para o pesquisador, quanto à qualidade do texto, a forma cearense de fazer humor de Chico Anysio, Renato Aragão, Tom Cavalcante e Falcão, como exemplos, é inteligente, sarcástica e até cáustica. Mas, no atual contexto de

humor no Ceará “tem muita gente fazendo humor, mas se você colocar em uma peneira, de cada dez, sai um ou dois, no máximo. Falta produção, falta profissionalismo, muita gente achando que palavrão é humor, e não é” (E-05).

Ressalta-se que Tom Cavalcante e Falcão fizeram parte de um contexto histórico posterior ao de Chico Anysio e Renato Aragão. Ambos iniciaram suas carreiras como humoristas no Ceará no final da década de 1980, período em que, além deles, outros poucos artistas iniciaram um processo de estruturação do que viria a se tornar um campo organizacional, por meio da inovação de fazer humor em ambientes impensados, até então, principalmente, bares e restaurantes da cidade de Fortaleza. Nesse contexto de negócio, iniciava-se um novo movimento na história do humor no Ceará.

HUMOR CEARENSE NO CONTEXTO DE FORMAÇÃO DE UM CAMPO ORGANIZACIONAL

Na visão de Montenegro (1952), o humor cearense se revelava como uma resistência às dificuldades sociais em contextos urbanos e sertanejos. Entretanto, o mesmo autor, em 1952, propunha a seguinte reflexão: “E se esse mestiço aprender a sorrir, se não sentir ele a necessidade da vaia, desaparecerá o Ceará Moleque?” Para o autor, se esse “molequismo” não desaparecesse após superações meteorológicas e sociais, esse “molequismo” seria então uma característica da planta humana, sinal de vigor de uma gente que aprendeu a sorrir. Essa hipótese de sobrevida do humor cearense incorrida por Montenegro, em 1952, é ratificada pela atual configuração do humor no Ceará, mediante novos e mais brandos contextos sociais vividos por seu povo.

Segundo Silva (2009), atualmente, o epíteto “moleque” ganha força novamente com a “onda” de humor, por meio de festivais humorísticos, dos quais alguns já se destacam no cenário nacional, o que faz irromper mais uma vez a ideia da molecagem do povo do Ceará.

Nos meados dos anos 1980, um grupo de artistas, alguns oriundos do teatro, começou a se apresentar em bares e restaurantes nas noites de Fortaleza. Foi o início de uma onda de shows de humor que se tornou uma das atrações turísticas no período chamado de

alta estação no Ceará. Os seus protagonistas são conhecidos como os humoristas do Ceará e possibilitam considerável movimentação econômica, chegando a se exibirem, em alguns locais, para um público estimado em 2.500 pessoas em uma noite (SILVA NETO, 2010).

Os humoristas que realizam os eventos temáticos se caracterizam, no geral, pela representação de personagens com roupas extravagantes, pela maquiagem no rosto, por homens travestidos de mulher e pela utilização de linguagem, segundo os artistas, característica do povo cearense (LIMA, 2007). “É uma nova geração que inclui Falcão, Rossicléa, Skolástica, Zé Modesto e uma galera infindável de tipos que encontrou uma forma de se inserir no mercado e fazer dos bares e pizzarias o espaço para o “achamento de graça e do fazimento de pouco” (CARVALHO, 2000, p. 12).

O pioneiro a fazer humor em bares e restaurantes, segundo os entrevistados, foi Paulo Diógenes (E-03), que protagoniza a personagem Raimundinha. O fato ocorreu a partir de um convite de uma espectadora da peça teatral em que Paulo Diógenes (E-03) atuava. Tratava-se de uma empresária que o convidou para representar aquele mesmo personagem no seu bar. “Não foi nada que eu programei, só queria trabalhar e fazer teatro. (...) Eu digo sempre que aprendi a fazer humor e o público aprendeu a assistir humor [em bares e restaurantes] (...) Mas o público teve paciência comigo, e assim começou” (E-03).

Outros estabelecimentos, como *Choppin Bar* e *Shopping Aldeota*, também adotaram a inovação. Ambas as casas eram localizadas em região turística e de alto poder aquisitivo em Fortaleza. O *Choppin Bar* fez parceria também com Tom Cavalcante, que iniciava a sua atuação em bares e restaurantes com o espetáculo *Nas Garras da Patrulha* (E-03).

Hábitos sociais também contribuíram à formação do campo do humor no Ceará. A partir de hábitos da juventude cearense de promover encontros informais entre amigos para ouvir músicas bregas, para fazer graça, para expressar irreverência e criatividade, outras pessoas foram sendo percebidas como talentosas para a prática do humor. Paralelamente aos *shows* de humor de Paulo Diógenes (E-03) e Tom Cavalcante em bares, já no final da década de 1980, Falcão, Lailton Rocha, o Lailtinho Brega, Karla Karenina (E-04) e Valéria

Vitoriano (E-05), a dupla Meirinha e Rossicléa, começaram a fazer humor em contextos sociais semelhantes. Conforme apresentação do Quadro 2.

Quadro 2 – Contexto predominante no ingresso de humoristas no humor cearense

Contexto Comum	Fala exemplificativa dos entrevistados
Hábito fazer círculos de amigos para realizar brincadeiras, “molecagens”	“Eu acredito que o próprio cearense é muito de juntar uma rodinha pra fazer a brincadeira. A juventude precisava de uma coisa pra fazer. E, ainda bem, foi o humor” (E-05).
Não havia intenções prévias de construir carreira de humorista, de fazer sucesso ou de iniciar quaisquer movimentos	“Quando a gente começou a brincar de fazer humor (...) era uma coisa ainda despropositada, não tínhamos muitas intenções... a gente brincava” (E-04).
Apresentações em situações aleatórias, em prol de algumas causas sociais, acadêmicas ou políticas.	Nas universidades, a gente não tinha dinheiro para fazer festa e quem fazia as festas éramos nós mesmos (E-04).

Fonte: Elaborado pelo autor com base em E-04, E-05.

Tais circunstâncias sociais, comuns entre esses primeiros atores, vão ao encontro da caracterização da formação de um campo em processo de institucionalização, conforme Tolbert e Zucker (1999). Segundo as autoras, no início do processo as estruturas são formadas para resolver situações específicas e comuns.

Dois eventos são considerados pelos entrevistados como marcos na formação do campo do humor no Ceará: o *Festival Brega do Pirata* e o espetáculo *Reunião Ministerial*. O primeiro, promovido por Júlio Trindade, empresário proprietário do *Pirata Bar*, localizado na área turística de Fortaleza, foi um festival de competição musical brega em que muitos humoristas fizeram suas primeiras apresentações públicas. No segundo evento, humoristas perceberam que o movimento de humor estava formado, que aquelas estruturas experimentadas, de fato, aceitas e reconhecidas por um público apreciador na

cidade de Fortaleza. “A gente fazia um show que chamava Reunião Ministerial. Foi esse o primeiro show todo mundo junto Foi aí que a gente percebeu que a gente tinha público, todos juntos, em prol da guitarra do Stone [músico parceiro] e do parto da mulher do Falcão” (E-04).

Nos primeiros anos da década de 1990, foi sendo institucionalizada a prática de humoristas convidarem outros humoristas, que ainda não tinham espaço, para compartilharem, simultaneamente ou consecutivamente, o mesmo palco, na mesma noite. “A gente convidava os novos. Um dia eu chamei o Tiririca, que chorou de emoção. O João Neto me pediu umas dicas e aí nasceu o [personagem] Zé Modesto (...) o Paulo Diógenes trouxe o Ciro Santos para fazer as partes dos shows que ele tinha que trocar de roupa e aí a turma foi crescendo” (E-04). Tais ocorrências caracterizam um ambiente de campo organizacional em que há atenção à legitimidade e à aceitação de indivíduos e organizações perante os demais membros.

Além dos humoristas e dos bares e restaurantes, outros atores organizacionais foram ingressando no campo gerando maior diversidade de estruturas. E-05 ressalta que alguns humoristas produziram fitas cassetes junto a gravadoras, publicaram livros de humor por meio de editoras e participaram de emissoras de televisão locais e nacionais.

Conforme pesquisa de Lima *et al.* (2012), o humor configura-se como um campo organizacional no Ceará cujas inovações interorganizacionais já foram difundidas e apresentam avançado nível de enlaces e isomorfismos na criação de personagens, figurinos e textos. Em 2012, o campo é composto por organizações do setor turístico, organizações governamentais, associações, sindicato, fórum, veículos de propagandas, taxistas. Essa diversidade organizacional conforma redes de relacionamentos que estruturaram ambientes para organizações e participantes individuais, caracterizando um campo organizacional, conforme definição de White, Owen-Smith, Moody e Powell (2004).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da constatação evidenciada por Lima *et al.* (2012), de que o humor no Estado do Ceará se apresenta como um campo organizacional cujo processo de institucionalização teve início na década

de 1980, este estudo propôs investigar as raízes históricas que antecederam a formação desse campo organizacional e motivaram a associação do humor com a identidade cultural cearense. Tal proposta foi motivada: pela carência da consideração de construções legítimas autorrefletidas política, social e geograficamente nos Estudos Organizacionais por meio de estudos históricos (BARROS; CARRIERI, 2015); pela necessidade de situar fenômenos e estruturas organizacionais em seu contexto cultural e histórico (FERREIRA, 2010); e pela ampliação, histórica e cultural, de uma recorrente visão reducionista limitada às fronteiras do campo organizacional (PECI, 2006).

Uma imersão na história sociocultural cearense possibilitou a identificação de causos, cenários e tipos populares que protagonizaram contextos com humor, bem como possibilitou auferir respostas para questionamentos acerca de origens, datas, fatos e motivos que influenciaram a construção da imagem associativa entre o Estado e o humor. É possível e viável compreender o fenômeno como um aspecto simbólico de uma realidade social construída no decorrer do tempo e reforçada pela transmissão de histórias entre gerações, resultando na criação de epítetos como *Berço do Humor*, *Estado de Graça* e *Ceará Moleque*. Refuta-se então, quaisquer determinismos biológicos ou geográficos como causa de comportamento cultural.

A cultura cearense, representada por contextos e hábitos comuns entre pessoas que cultivavam espontaneamente em suas relações interpessoais a irreverência, a alegria e a disposição de rir e fazer rir, influenciou positivamente o início de formação do campo organizacional no que diz respeito às relações interpessoais e interorganizacionais, bem como na formação das estruturas, rotinas e práticas organizacionais. Esse comportamento cultivado e habitual do humor, do prazer em libertar-se das amarras das formais convenções sociais, estimulou a exposição de artistas humoristas, a ousadia dos empresários de bares e restaurantes, a aceitação do público espectador e o envolvimento de todas as outras organizações que vieram participar da estruturação do campo.

Portanto, este estudo, além de apresentar um resgate histórico de um campo organizacional específico, vem confirmar que a vida institucional em torno de campos organizacionais e estruturas relacionais é particularmente influenciada pela história cultural que a

antecede. Tem-se, então, que a aceitação e a legitimidade dos campos organizacionais são favorecidas em locais cujos comportamentos já eram legitimamente cultivados e aceitos na sua configuração histórica, antropológica e sociológica. Essa relação se configura como insucesso para tomadas de decisões de gestores organizacionais públicos e privados voltados à legitimação e longevidade organizacionais.

Destaca-se que o campo estudado vivencia uma atividade iminentemente relacionada à cultura, fato que reforça a relação de influência com a identidade cultural preexistente no local, construída e reconstruída socialmente também pelo orgulho dos conterrâneos de Chico Anysio de terem o humor reconhecido como virtude comportamental. São recomendados estudos futuros que investiguem a influência das raízes históricas na formação de campos organizacionais cuja atividade principal não esteja relacionada diretamente à cultura.

Como limitação da pesquisa, a ausência de entrevistas com humoristas reconhecidos nacionalmente, como Renato Aragão e Tom Cavalcante que não retornaram tentativa de contato do autor principal deste estudo.

REFERÊNCIAS

- ALCADIPANI, R.; BERTERO, C. O. Guerra Fria e ensino do management no Brasil: o caso da FGV-EAESP. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 52, n. 3, p. 284-299, 2012.
- ALCADIPANI, R.; ROSA, A. R. O pesquisador como o outro: uma leitura pós-colonial do "borat" brasileiro. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 50, n. 4, p. 371-382, 2010.
- ALMOND, Bradley; DEJORDY, Rich. Institutionalization in cultural industries: The reciprocal influence of commercial recordings and social practices in the evolution of traditional Irish music. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, v. 6, n. 4, p. 304-324, 2012.
- ANYSIO, F. *Humorista*. Disponível em: <http://www.chicoanysio.com/geral.htm>. Acesso em: 02 abr. 2013.
- AZEVEDO, S. *Breve história da padaria espiritual*. Fortaleza: Editora UFC, 2011.
- BARROS, A.; CARRIERI, A. P. O cotidiano e a história: construindo novos olhares na administração. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 55, n. 2, p. 151-161, 2015.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 25. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.
- BEZERRA, D. A. P. No Ceará tem negros e negras, sim! *Revista da ABPN*, v. 2, n. 5, p. 75-98, jul./out. 2011.

BRASILEIRO FILHO, Ismael de Oliveira. **Estado de graça: o humor cearense como dimensão da economia criativa e em prol do desenvolvimento local**. 2010. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, 2010.

BRÍGIDO, João. **O Ceará – lado cômico**. Fortaleza: Edictor Louis C. Cholowiecki, 1900.

BURKE, P. **A escrita da história**. São Paulo: Editora da Unesp, 1992.

CARVALHO, Gilmar de. **Queima de arquivo**. Fortaleza: Secult, 2000.

CARVALHO, C. A.; GOULART, S.; VIEIRA, M. M. F. A inflexão conservadora na trajetória histórica da teoria institucional. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, XXVIII, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEARÁ. Assembléia Legislativa. **Secretário da cultura destaca ações em prol do humor**. Notícias, 09/10/2009. Disponível em: <http://www.al.ce.gov.br/noticias/noticia_busca.php?tabela=noticias&codigo=12320>. Acesso em: 28 mar. 2011.

COHEN, I. Teoria da estruturação e práxis social. In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (orgs.), **Teoria social hoje**. São Paulo: UNESP, 1999.

COSTA, A. S. M.; BARROS, D. F.; MARTINS, P. E. M. Perspectiva histórica em administração: novos objetos, novos problemas, novas abordagens. v. 50, n. 3, p. 288-299, 2010.

CUNHA, Plautus. **Cearálegre**. Fortaleza: Gráfica Editorial Cearense, 1962.

DIMAGGIO, P. J. Structural analysis of organizational fields: a blockmodel approach. In: STAW, B. M.; CUMMINGS, L. L. (orgs.). **Research in Organizational Behavior**. Greenwich: JAI Press, 1986.

DIMAGGIO, P. J. (compiladores). **El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional**. México: Fondo de Cultura Económica, 2001.

DONDERS, Y. Para um direito à identidade cultural na legislação internacional dos direitos humanos. In: SERRA, M. A. **Diversidade cultural e desenvolvimento urbano**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

DUBAR, C. **A socialização: construção das identidades sociais e profissionais**. Porto: Porto Editora, 1997.

FERREIRA, V. F. Potencialidades da análise histórica nos estudos organizacionais brasileiros. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 50, n. 1, jan./mar. 2010.

FERREIRA, M. P.; PINTO, C. F.; SANTOS, J. C.; SERRA, F. A. R.; Ambiguidade e consequências futuras dos comportamentos éticos: estudo intercultural. Revista de Administração de Empresas, v. 53, n. 2, mar./abr. 2013.

FLAMING, L.; AGACER, G.; UDDIN, N. Ethical decision-making differences between Philippines and United States students. **Ethics & Behavior**, v. 20, n. 1, p. 65-79, 2010.

FONTOURA, Y.; ALFAIA, L.; FERNANDES, A. A Pesquisa Histórica em Estudos Organizacionais no Brasil: uma Análise Paradigmática e Novas Perspectivas. **GESTÃO. Org-Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**. v. 11, n. 1 p. 83-103, 2013.

FÓRUM CEARENSE DO HUMOR. **FOCHUM**. Disponível em: <<http://forumcearensedehumor.blogspot.com/2010/11/fochum.html>>. Acesso em 28 mar. 2011.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GOULART, S.; MENEZES, M. F. F. de; GONÇALVES, J. C. de S. Composição e características do campo organizacional dos museus e teatros da Região Metropolitana da Cidade de Recife. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2., 2002, Recife. **Anais...** Recife: Observatório / PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002. 1 CD-ROM.

GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; SAHLIN, K.; SUDDABY, R. (org.). **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism**. Los Angeles: Sage, 2008.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 1990.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

LARAIÁ, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LAVANDOSKI, J.; TONINI, H.; BARRETTO M. Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 6, n. 2, p. 216-232, mai./ago. 2012.

LAWRENCE, T.; SUDDABY, R.; LECA, B. Institutional Work: Refocusing Institutional Studies Organization. **Journal of Management Inquiry**, v. 20, n. 1, p. 52-58, 2011.

LIMA, C. L. C. Debate sobre indústrias criativas: Uma primeira aproximação para o Estado da Bahia. **Revista Desenharia**, Salvador, n. 5, set., 2007.

LIMA, B. C. C. **Economia criativa no Ceará: Um estudo da institucionalização do campo do humor**. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2012.

LIMA, B. C. C.; CABRAL, A. C. A.; PESSOA, M. N. M.; SANTOS, S. M. ECONOMIA CRIATIVA NO CEARÁ: Um estudo da institucionalização do campo do humor. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, XXXVI, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; GUARIDO FILHO, E. R.; ROSSONI, L. Campos Organizacionais: Seis Diferentes Leituras e a Perspectiva de Estruturação. **Revista de Administração Contemporânea**. Edição especial, p. 150-196, 2010.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; NOGUEIRA, E. E. da S. Identidade organizacional: um caso de manutenção, outro de mudança. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, n. especial, p. 35-58, 2001.

MADEIRO, G.; GUIMARÃES, R. G. Como se contam as ‘Estórias’ nos Estudos Organizacionais? In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS DA ANPAD, VII, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2012.

MATOS, T. **Vaiando o sol**. Fortaleza: Livro Técnico Tupyniquim, 2000.

MOHR, J. W.; HARRISON C. W. How to Model an Institution. **Theory & Society**, v. 37, p. 485-512, 2008.

MONTENEGRO, A. F. **Praça do Ferreira**. Fortaleza: A. Batista, 1952.

PECY, A. A nova teoria institucional em estudos organizacionais: uma abordagem crítica, v. 4, n. 1, p. 1-12, 2006.

PIERANTI, O. A Metodologia Historiográfica na Pesquisa em Administração: uma discussão acerca dos princípios e de sua aplicabilidade no Brasil Contemporâneo. **Cadernos EBAPE**, v. 6, n. 1, p. 83-103, 2008.

RAMALHO, R.; AYROSA, E. A. T. Subcultura tuning: a identidade estendida na personalização de automóveis. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 24, p. 169-194, mai./ago. 2009.

RODRIGUES. O POVO. Mentiras ao pé de caju. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/vidaearte/2011/04/01/noticiasjornalvidaearte,2120182/mentiras-ao-pe-de-caju.shtml>>. Acesso em: 1º. abr. 2011.

SACHUK, M. I.; BONILHA, M. C. Identidade e tecnologia social: um estudo junto às artesãs da Vila Rural Esperança. **Cadernos Ebape.br**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, jun. 2011.

SCOTT, W. **Institutions and organizations**. Thousand Oaks: Sage, 2001.

SILVA, M. **Humor, vergonha e decoro na cidade de Fortaleza (1850-1890)**. Fortaleza: SE-CULT, 2009.

SILVA NETO, F. F. da. **O Ceará moleque dá um show: da história de uma interpretação do faz ser cearense ao espetáculo de humor de *Madame Mastrogilda***. 2009. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará. Fortaleza. 2009.

SILVA NETO, F. S. O “Ceará moleque” sobe aos palcos: cearensidade e os shows humorísticos de Fortaleza. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 107, p. 56-66, abr. 2010.

SOLDÓN, R. **Verve Cearense**. Fortaleza: [sn], 1969.

SOUZA, M. M. P.; CARRIERI, A. de P. Identidades, práticas discursivas e os estudos organizacionais: uma proposta teórico-metodológica. **Cadernos Ebape.br**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 40-64, 2012.

TOLBERT, P. S.; ZUCKER, L. G. A institucionalização da Teoria Institucional. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (orgs.) CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. (orgs. brasileiros). **Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999. p. 195-219.

ÜSDIKEM, B.; KIESER, A. Introduction: history in organisation studies. **Business History**, v, 46, n. 3, p. 321-330, 2004.

VIEIRA, M. M. F.; CARVALHO, C. A. (orgs.). **Organizações, instituições e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

WHITE, D. R.; OWEN-SMITH, J.; MOODY, J.; POWELL, W. W. Networks, fields and organizations: micro-dynamics, scale and cohesive embedding's. **Computational & Mathematical Organization Theory**, v. 10, n. 1, p. 95-117, 2004.

Recebido em: 9.8.2014

Aprovado em: 12.5.2015

Avaliado pelo sistema double blind review.

Editor: Elmo Tambosi Filho.

Disponível em <http://mjs.metodista.br/index.php/roc>