

O brega como manifestação da cultura popular e sua apropriação pelos humoristas da cidade de Fortaleza

The concept of brega as a popular cultural manifestation and its appropriation by humorists in the city of Fortaleza

RESUMO

O humor é hoje um dos principais atrativos turísticos do Ceará, sendo divulgado lado a lado com as belezas naturais do Estado. Trata-se de um humor muito peculiar e com características próprias e distintas: a molecagem, a irreverência e a linguagem popular. Sete dias por semana, ao longo de todo o ano, grande número de profissionais se apresentam em bares, restaurantes e barracas de praia bem como fazem participação nos meios de comunicação de massa locais. Esta forma relativamente nova de entretenimento-turismo tem como protagonistas os chamados ‘humoristas do Ceará’, denominação que se refere à geração que surgiu a partir de um movimento artístico inovador de apresentações cômico-teatrais nos bares da cidade em meados dos anos 1980. A hipótese deste trabalho é que foi a partir de sua aparição bem como da apropriação de uma linguagem e estilo ditos bregas que a produção artístico-cultural de humor no estado passou a ser encarada com uma característica local, sendo então agregada ao próprio espírito da cidade e passando, posteriormente, a integrar o pacote turístico do estado do Ceará.

Palavras-chave: humor; molecagem; brega; cultura popular.

ABSTRACT

Humor is today one of the main tourist attractions in the state of Ceará, side by side with the state’s natural beauties. It is a very peculiar kind of humor, based on very distinct features such as irreverence, specific popular language and its untranslatable *molecagem*. Seven days a week, all year round, a great number of professionals make their shows in bars, restaurants and beach tents as well as appearing in local television shows. This relatively new form of tourism-entertainment is made possible thanks to a generation of humorists that appeared in the late 1980’s in bars all over the city. The present work states that their appearance and the appropriation they made of a kind of national language and style called *brega* made the cultural and artistic production of humor in the state be seen as a local characteristic, being then a part of the very spirit of the city and being, thereafter, linked to the touristic package of the state of Ceará.

Key-words: humor; *molecagem*; *brega*; popular culture.

Introdução

Os agentes promotores do turismo na cidade de Fortaleza, além de venderem imagens de belas praias ensolaradas, parques aquáticos e resorts à beira-mar, já há alguns anos também investem na promoção da imagem da ‘Capital da Alegria’. Nos sete dias da semana, ao longo de todo o ano, é possível assistir a apresentações humorísticas em bares, restaurantes, pizzarias, barracas de praia e teatros, em estabelecimentos concentrados principalmente na orla turística da cidade. Os shows de humor da capital cearense são hoje promovidos pelo mecanismo institucional do entretenimento-turismo, o qual diz respeito à industrialização e consumo de bens culturais e serviços turísticos integrados ao campo institucional do entretenimento que aglutina órgãos governamentais e agências de promoção turística, associações comerciais de hotéis e bares, produtoras de eventos culturais e meios de comunicação (FARIAS, 2011). Esta forma relativamente nova de entretenimento-turismo tem como protagonistas os ‘humoristas do Ceará’.

A denominação ‘humoristas do Ceará’ refere-se à geração que surgiu a partir de um movimento artístico inovador de apresentações cômico-teatrais nos bares da cidade em meados dos anos 1980. Nossa hipótese é que foi a partir de sua aparição que a produção artístico-cultural de humor no estado passou a ser encarada com uma característica local, sendo então agregada ao próprio espírito da cidade. No início, alguns desses humoristas, oriundos do teatro amador, estavam apenas experimentando espaços alternativos de apresentação em Fortaleza. À época, o humor produzido por esses artistas do riso estava centrado no consumo cultural de massa pejorativamente denominado de ‘brega’.

Esses artistas do riso foram então considerados como os mais novos representantes de uma tradicional verve moleque do povo cearense, tradição que teve suas origens sociais e históricas na literatura do século XIX e que é muitas vezes evocada em discursos como promotora da identidade local (ACSELRAD e SILVA NETO, 2009). A molecagem seria uma das marcas de diferenciação do cearense e teria como fonte de origem e sustentação a cultura popular local. Este tipo peculiar de humor se identifica, de modo geral, por um linguajar típico, o “cearês” ou “cearensês” (SARAIVA 2001 e GADELHA, 2000); pelo deboche acentuado para com os outros e consigo mesmo (o que o linguista russo Vladimir Propp denominou humor de zombaria) (PROPP, 1992); e por uma vaia característica e debochada que teria origens indígenas e que soa como ‘iiiiieeeeeiiiiii’, gritada de forma estridente.

Todos estes elementos estão de algum modo presentes nos shows de humor de Fortaleza desde seus inícios.

Para Ruben G. Oliven (1992, p. 135), “com a velocidade da disseminação das mensagens, estão se criando estilos de vida mundializados. Todo esse processo de mundialização da cultura, que dá a impressão de que vivemos numa aldeia global, acaba repondo a questão da tradição, da nação e da região”. O autor completa apontando que “a medida em que o mundo se torna mais complexo e se internacionaliza, a questão das diferenças se recoloca e há um intenso processo de construção de identidades” (OLIVEN, 1992, p. 135). Renato Ortiz (2000) sugere que o movimento de diferenciação ao redor do mundo não é antagônico ao da globalização: “Padronização e diferença são faces de um mesmo fenômeno. [...]. O local não está necessariamente em contradição com o global, pelo contrário, encontram-se interligados” (ORTIZ, 2000, p. 181). A fim de se encontrarem e se reconhecerem no universo da modernidade-mundo, é preciso que os seres humanos forjem suas diferenças e referências culturais próprias.

A proposta deste artigo é discutir como esse típico humor moleque, que traz a marca do que chamamos de ‘popular-local’, se construiu de início na sua relação com o popular-nacional (ORTIZ, 2006), representado aqui pelo estilo comportamental e musical denominado brega. O popular local e o nacional se entrelaçam nas vicissitudes de divergências e aproximações entre periferia e centro. De início, propomos problematizar o conceito de cultura popular a fim de enveredar por suas diferenças e articulações com as noções de cultura erudita e de cultura de massa, as quais se aproximam, se opõem e, mesmo, se entrelaçam na produção da cultura.

O conceito de popular na cultura

O termo ‘popular’, usado na expressão cultura popular, designa, de modo geral, nas estratificadas sociedades contemporâneas, os usos, práticas e gostos do povo, que nesta acepção não diz respeito à população como um todo mas especificamente à parcela de pessoas pertencentes às classes menos favorecidas. Peter Burke (2010) sublinha que a cultura popular pode ser definida, de início, negativamente como uma cultura não oficial, a cultura da não elite, das classes subalternas.

Na história ocidental europeia, em países de industrialização tardia, afirma Burke (2010), a cultura popular se converteu num tema de interesse para intelectuais por volta do final do século XVIII e início do XIX. Johann Gottfried von Herder e os irmãos Jacob e Wilhelm Grimm começaram um trabalho de compilação de canções populares e contos infantis e domésticos na Alemanha do século XVIII, iniciativa que logo se espalhou por toda a Europa, conforme aponta Burke (2010, p.30): “Esse interesse por diversos tipos de literatura tradicional era, ele mesmo, parte de um movimento ainda mais amplo, que se pode chamar a descoberta do povo”. Ainda de acordo com o autor (2010), é por causa da amplitude do movimento que parece razoável falar na ocorrência da descoberta da “cultura popular” nessa época.

Herder de fato usou a expressão “cultura popular” (*Kultur des Volkes*), em contraste com a de “cultura erudita” (*Kultur der Gelehrten*). Antes disso, ainda conforme Burke (2010), estudiosos de antiguidades já tinham descrito costumes populares ou coletado baladas impressas em *broadside* [folha impressa de um só lado, usualmente colocada numa parede]. O que há de novo em Herder, nos irmãos Grimm e em seus seguidores é, em primeiro lugar, a ênfase no povo, e, em segundo, sua crença de que os “usos, costumes, cerimônias, superstições, baladas, provérbios, etc.” faziam, cada um deles, parte de um todo, expressando o espírito de uma nação.

Na leitura de Roger Chartier (1995) o conceito de cultura popular é ele mesmo um conceito erudito, posto que construído por eruditos, gente da dita alta cultura como intelectuais, literatos e folcloristas: além dos já citados alemães, temos no Brasil figuras como Câmara Cascudo e Leonardo Mota na antiga região Norte, hoje Nordeste do Brasil, o paulistano Mario de Andrade e o carioca Henrique Foreis Domingues, o Almirante, todos interessados em documentar, registrar e, resguardar a cultura do povo, onde residiria a alma das nações ou das regiões. Esta valorização do que é popular tem ligação, na história das artes e produção cultural do Brasil, com as correntes pré-modernistas e modernistas que também enxergaram no povo, na população mais empobrecida, o cerne ou a essência da nação (FARIAS, 2011).

O brega e o popular-nacional

No Brasil, o termo brega, como assinala Paulo Cesar de Araújo (2002), veio a rotular “uma geração de cantores e compositores populares” que surgiram entre os anos 1968 e 1978, como Waldik Soriano, Odair José, Dom &

Ravel e outros. No período em que iniciaram suas carreiras, essa geração foi qualificada de cafona – palavra de origem italiana, *cafône*, que significa “indivíduo humilde, vilão, tolo” (ARAÚJO, 2002). É interessante ressaltar que cantores como Waldik Soriano (1933-2008) não se reconheciam com tais denominações, pois os termos *cafona* e *brega* rotulavam pejorativamente a produção musical que faziam: “... há uns tempos atrás não era brega, era *cafona né*, como eu surti na televisão de terno preto, chapéu preto, então me chamavam de *cafona*, agora é *brega*, só que eu não sou *brega*, eu sou um cantor romântico¹⁷”.

A palavra *brega* teria alcançado popularização definitiva a partir de 1984, afirma Araújo (2002), com o sucesso do cantor Eduardo Dusek e de sua música “*Brega-chique (o vento levou Black)*”, que deu nome ao Long Play *Brega-Chique*, lançado no mercado fonográfico brasileiro daquele ano. *Black* era uma empregada doméstica, justamente a categoria social que fazia parte do público mais pobre que consumia aquele estilo musical chamado até então de *cafona*, o qual era considerado vulgar, ingênuo e atrasado por críticos de música nos anos 1970 e por um público mais intelectualizado (ARAÚJO, 2002). Ironica e paradoxalmente, era justamente este público intelectualizado de classe média que consumia as canções de Eduardo Dusek. Com o rótulo de *brega* aquela “vulgaridade e atraso musical”, no entanto, começava a ser vista, ou melhor, consumida comicamente pelo país. Por que rir da música ou estilo *brega* ou de quem a canta? Araújo (2002, p. 335), historiador que fez um trabalho de fôlego sobre esse estilo musical, avançou similar indagação:

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

No ano de 1987, a Rede Globo de Televisão transmitiu, no horário das sete horas da noite, a novela ‘*Brega & Chique*’, de Cassiano Gabus Mendes, a qual teve grandes picos de audiência em todo o Brasil, e que tratava o tema também de modo jocoso. A trama principal envolvia a história de duas mulheres de universos opostos, “uma mulher rica e muito chique, desligada dos problemas cotidianos, cheia de manias e futilidades” e “uma mulher simplória, pobre e *brega*”²² que foram casadas com o mesmo homem, sem saberem uma da outra. Quando o marido de ambas vai à falência, finge a própria morte e foge do país, elas são obrigadas a ir morar na mesma vila suburbana.

O humor moleque e o popular-local

A movimentação de atores e cantores, a maioria amadores, no circuito de apresentações artísticas dos bares fortalezenses em meados dos anos 1980 foi, desde então, interpretada como outra manifestação da tradicional molecagem cearense pelos artistas protagonistas e pela imprensa local. É possível que esta ideia de irreverência e molecagem como marca de identidade local lance raízes na expressão ‘Ceará moleque’, a qual, como investigado previamente, surge primeiramente no romance de folhetim de Manuel de Oliveira Paiva, *A Afilhada*, publicado primeiramente em capítulos semanais em um jornal de Fortaleza no ano de 1889 (ACSELRAD e SILVA NETO, 2009). A expressão passa, depois da publicação do romance, a ser evocada com significados variados em outras obras literárias, em crônicas, em pasquins, revistas de variedades e jornais. No geral, a expressão procura descrever e explicar causos e acontecimentos anedóticos que envolviam tipos populares, intelectuais e a população em geral de uma Fortaleza que buscava se modernizar mas que se via ainda envolta na cultura do atraso, representada, entre outras atitudes, pela molecagem de seu povo irreverente.

E por que seria Fortaleza uma cidade tradicionalmente moleque?! Sei lá?! Aqui, ou é ou deixa de ser, principalmente se não for. De nossa linhagem mais joiada, parimos um Ramos Côtoco, lídimo representante da fuleiragem conterrânea. Quintino Cunha é outro príncipe da molecagem tradicional, a ele sendo atribuídas uma ruma de piadas e situações célebres de sua época. Grupos de moleques, como o pessoal do Cajueiro da Mentira e da Padaria Espiritual – mesmo sendo este último um grupo literário de renome nacional –, reuniram em suas fileiras gente de reconhecida sacanagem, esculhambação e frescura competentes. Muito diferentes do Congresso, sendo igual. (Falcão Maia, “A Molecagem Cearense”, parte da reportagem “O *boom* do humorismo de bar”, **O Povo**, 22 de julho de 1990, p. 2B e 3B).

Este texto, de autoria do hoje nacionalmente conhecido ‘*brega star*’ Falcão, integra uma reportagem do jornal *O Povo* de 1990 sobre o então recente fenômeno do humor nos bares de Fortaleza. Neste texto, as matrizes populares e mesmo eruditas locais da molecagem são evocadas de um passado rememorado como tradição. Segundo informa Juarez Leitão (2002), o Cajueiro da Mentira se localizava na Praça do Ferreira e entre os finais do século XIX e inícios do XX, sempre no dia 1º de abril, Dia Internacional da Mentira, realizava-se sob sua copa um concurso de mentiras. Com uma reforma realizada na Praça do Ferreira no ano de 1920, o Cajueiro da Mentira foi arrancado. Esse antigo concurso foi recentemente retomado pelo Escritório do Riso, do humorista local Jáder Soares, o Zebrinha, que o tem

realizado no mesmo local onde jazia o famoso o cajueiro.

Falcão sugere também como a molecagem lança suas raízes no polo erudito da cultura, ou senão, no gradiente de maior capital cultural. No texto é referendada a Padaria Espiritual, uma agremiação de literatura e artes fundada em Fortaleza no ano de 1892, a qual, sustenta o cantor, apesar de ser “um grupo literário de renome nacional” possuía em suas fileiras “gente de reconhecida sacanagem, esculhambação e frescuras competentes”. Outros ilustres representantes dessa tradicional molecagem citados são Raimundo Ramos Filho, o Ramos Cotoco, apelido dado por lhe faltar o braço direito, e que foi, segundo o memorialista Otacílio de Azevedo (1992), um popular pintor, músico, poeta e boêmio, e Quintino Cunha, advogado, poeta e genial frasista. Cunha já foi mesmo considerado como a figura histórica mais significativa do “jeito moleque de ser cearense” (SOUZA, 2002) pelos vários causos inusitados e humorísticos de que fora protagonista. As anedotas e estórias de Quintino foram contados e recontados em obras de crônicas entre os anos 1930 e 1960.

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

Sobre essa linhagem da molecagem que ligaria personagens históricos de um passado distante e os humoristas de bar dos finais dos anos 1980, vale mencionar o que diz Tarcísio Matos, parceiro musical de Falcão e que trabalhou fazendo textos de humor para alguns desses humoristas do Ceará como João Netto (o Zé Modesto), Augusto Bonequeiro e Tom Cavalcante:

Cara eu trabalho com humor, já fazendo humor desde a época da faculdade de medicina em 1977 [...], não gostava da medicina ai eu escrevia, fazia peças e comecei a andar muito pelo interior porque como eu não gostava da medicina eu ia com os meus amigos, os mais chegados eram todos do interior, era Quixeramobim, Quixadá, Parambu, Iguatu, Tauá, Cedro, Icó, como essa moçada

era de lá eu comecei indo pelo interior e indo para o interior eu comecei a observar as falas das pessoas, os costumes [...] essa coisa que eu via no interior isso começou a somar em mim e criar dentro de mim uma nova perspectiva, porra, eu estou falando de humor com o pé na minha terra, na minha aldeia, com o que as pessoas dizem, pensam e aí eu comecei a ler Leonardo Mota, comecei a voltar minha atenção para Quintino Cunha, para Paula Ney e comecei então efetivamente a escrever... (Entrevista concedida em 22 de abril de 2013).

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

Enfim, a despeito das diferenças do tipo de humor ou da arte de fazer rir feita por humoristas de rua; por figuras como Chico Anysio e Renato Aragão; e por esses a que chamamos humoristas do Ceará, a leitura midiática e de promoção turística é a de afirmar que todos são herdeiros de uma tradição humorística local que viria de muito tempo. Esse humor moleque do cearense o destacaria no cenário nacional diante de outras identidades estaduais e teria, em matrizes populares e eruditas, as suas fontes de inspiração. Hoje, nos palcos dos bares e barracas de praia, em que se zomba de todos em doses democráticas, bêbados, empregadas domésticas, moradores de periferia, gente matuta do interior, homossexuais e, é claro, turistas, a maioria dos humoristas apresenta, nas suas performances, um linguajar próprio do Ceará, isto é, próprio daqueles que não tem ou tiveram uma educação formal básica para o uso adequado (ou seja, socialmente reconhecido como tal) da língua portuguesa.

O humor moleque dos shows ou do cearense comum (conforme se possa acreditar) está estreitamente ligado com a noção de popular. A marca do humor cearense, assim, se associa ao popular-local. Em uma ótica classista, o humor moleque é do povão, do populacho, da ‘mundiça’, como se diz por estas bandas, daquele emaranhado de gente posicionada nas bases da pirâmide social. Esse humor moleque seria, assim, a expressão cultural que diferenciaria os cearenses do resto do país. Dentre as duas antigas tradições de pensamento ilustradas por Renato Ortiz que unificaram o popular e o

nacional, o que chamamos de popular-local na ideia de molecagem cearense é primordialmente filiado, ainda hoje, àquela concepção que opta por conservar as coisas do povo, mesmo que também sofra a influência da mercantilização dos bens simbólicos em um país moderno e urbanizado e se torne elemento de uma cultura popular de massa. A perspectiva folclorista de conservação desse humor moleque sobrevive, sobretudo, em políticas e ações culturais das Secretarias do Turismo e da Cultura do município de Fortaleza e do estado do Ceará, que encontram na ideia de molecagem e humor cearense o argumento da tradição e da preservação da memória do povo.

Outra referência importante quando se trata de humor popular é o monumental livro de Mikhail Bakhtin (1999), que aborda a cultura popular cômica da Europa Medieval e Renascentista, cultura carnavalesca, teatral, promotora de um riso livre, de inversão de valores, oriunda de um realismo grotesco no qual as piadas e os risos centravam-se no baixo corporal. Uma cultura cômica popular geradora de um princípio universal positivo, festivo e utópico, segundo o pensador russo. Como ressalta Reijane Pinheiro da Silva (2011, p. 515), a referência ao baixo corporal comum ao humor popular, no sentido atribuído por Bakhtin, está “marcadamente desvinculado da moral moderna e do processo civilizador, que submeteu o corpo e seus processos ao controle, à intimidade e ao silêncio”.

Segundo Verena Alberti (1999), o erro de Bakhtin foi considerar uma ruptura ou descontinuidade inédita na história do riso entre a visão renascentista sobre um riso popular medieval, para a qual o riso teria “um profundo valor de concepção do mundo”, e a visão clássica que teria domesticado e condenado o riso da cultura popular. Na verdade, a domesticação de um riso popular não é fenômeno novo na história ocidental. A exclusão do popularesco pelo avançar entrelaçado da sociogênese (oriunda das estruturas sociais) e psicogênese (oriunda das estruturas mentais) do processo civilizador (ELIAS, 1993; 1994) europeu remonta, na história do Ocidente, à humanização do riso pelos filósofos gregos no antigo mundo helênico (MINOIS, 2003).

Entendemos que o que deve ser problematizado nesta concepção de um humor popular moleque é o raciocínio que o pensa como existindo de modo separado e em oposição a uma cultura moderna ou civilizada, baseada no controle das emoções. Não é simples reiterar a clivagem usual interpretativa entre cultura popular e cultura erudita, pois é preciso ressaltar que a molecagem cearense está nos fluxos de linguagens, em ideias, em obras e autores que passeiam pelos diversos nichos do gradiente entre popular e erudito, “baixa ou alta cultura” (MICELI e PONTES, 2014). O humor moleque pode ter se originado na alta gradação da cultura dos letrados no Ceará, uma vez que a

expressão ‘Ceará moleque’ aparece pela primeira vez – pelo menos, até onde pudemos apreender por pesquisa – em obras literárias do final do século XIX, sendo posta em circulação de início entre os letrados. A molecagem passa, desde então, a funcionar como um rótulo para identificar tanto as práticas não civilizadas do populacho como as ações curiosas e anedóticas da vida de intelectuais ilustres e cheios de humor – gente civilizada e moleque ao mesmo tempo. Em relação a atual cultura popular de massa do mercado ampliado dos bens simbólicos no país, a molecagem, revestida com a áurea do popular-local, torna-se produto artístico-cultural peculiar de sucesso e propaganda turística na venda comercial do Ceará como destino de visitação e consumo.

O popular local e o nacional: o humor moleque frescando com o brega

Aos que não compartilham do código linguístico próprio do Ceará, uma necessária explica o: segundo o “Orélio Cearense”, de Andréa Saraiva (2001), o verbo frescar significa “brincar; tro ar; curtir, divertir-se com a cara de alguém”.

Na segunda metade da década de 1980, o estilo comportamental e musical brega ou cafona foi um dos motes ou temas mais recorrentes em performances cômico-teatrais que usavam os bares como lugares alternativos para apresenta es c nicas. O Bar Pirata, inaugurado em 1987 e localizado no bairro Praia de Iracema, orla turística da cidade, foi palco de estreia de muitos desses humoristas. Em 1989 foi realizado no local o 1  (e  nico) Festival de Brega, o qual, conforme mencionado no site do estabelecimento, concedeu o pr mio “Nobel de Medicina Ortopédica graças à Almofadinha Contra Dor de Cotovelo” – artefato distribuído para o público pelos organizadores do evento.

As primas Valéria Vitoriano, intérprete da personagem Rossic a, e Karla Karenina, a Meirinha – personagem que depois atuou na Escolinha do Professor Raimundo de Chico Anysio em meados dos anos 1990 –, que já tinham começado amadoramente a carreira de artistas c micas, obtiveram sucesso maior concorrendo como cantoras neste festival de música brega. Rossic a e Meirinha, quando surgiram, representavam duas empregadas domésticas, pobres e bregas. Elas ficaram em segundo lugar no referido concurso musical, perdendo para Lailton Rocha Melo (o Lailtinho Brega), mas tanto elas quanto ele, depois dali, deslancharam de vez no ramo do humorismo de bar de Fortaleza.

Outros dois humoristas dos bares de Fortaleza, na mesma época do festival do Pirata Bar, Paulo Diógenes, intérprete de Raimundinha Jereissati, e Ciro Santos, a Virgínia del Fuego, montaram um espetáculo humorístico intitulado “Caviar com Rapadura”, no qual, afirmou Ciro em depoimento para um recente documentário comemorativo à memória de Paulo Diógenes: a Raimundinha de Paulo representava o Brega e a Virgínia Del Fuego representava o Chique.

É possível pensar, analogamente, sobre essa popularização dos produtos culturais bregas com aquilo que Marc Augé (1998) chamou de “ficcionalização do mundo”, quando um regime de ficção se instala nas sociedades modernas pela grande incidência ou proliferação de imagens ficcionais proporcionadas pela TV, cinema e outros meios. Um regime de ficção que, segundo o antropólogo francês, faria com que as pessoas se relacionassem cada vez mais e se reconhecessem, formando o seu eu ou as suas identidades, nas imagens produzidas por esses meios: “... não é mais a ficção que imita o real, mas o real que imita a ficção” (AUGÉ, 1998). Logicamente, a imitação do real de atores e humoristas é definitivamente uma imitação, uma ficção cênica produzida por artistas do riso nos seus espetáculos. E a recorrência a essa temática brega para fazer rir era, então, sinal daquela tendência nacional de considerá-la sob a conotação anedótica (ARAÚJO, 2002).

No mesmo ano de 1989 debutava em Fortaleza, no Festival Bancário da Canção, organizado pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB), Marcondes Falcão Maia, hoje nacionalmente conhecido por seu característico jeito brega de se vestir e por suas músicas jocosas. Falcão também se apresentou diversas vezes no Pirata Bar cantando sua música brega, sempre com muito humor, antes mesmo do Festival de Brega em que Rossicléa e Meirinha concorreram em 1989. Tarcísio Matos, em entrevista concedida no dia 22 de abril de 2013 nas dependências da TV Ceará, local em que trabalhou junto com Falcão na produção do programa de entrevistas Leruaite – programa que está agora em outra emissora local, a TV Diário – apresentou um resumo do início da carreira do *brega star*:

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

Falcão estreou para o público nacional através dos meios de comunicação no início dos anos 1990, cantando com um inglês-cearês a música “I’m not

dog no”, uma versão humorística de “Eu não sou cachorro não”, de Waldik Soriano, lançada em 1972, o que lhe rendeu no início de sua carreira por um tempo o apelido na imprensa, principalmente a do eixo Rio-São Paulo, de Waldik Soriano Cover. Sobre a relação originária entre Falcão e o estilo brega, ele próprio conta que isso ocorreu meio por acaso: “O visual do Falcão aconteceu num festival de música do BNB, onde estreei. Na hora do ensaio, o pessoal da banda sugeriu que eu subisse no palco vestido de brega, com óculos escuros, paletó... [...] e deu certo”³. Vestido de brega (de óculos escuros e paletó) e cantando a música com a qual concorreu nesse festival, Canto Gregoriano II tinha um refrão que dizia: “Aporrinharei o senhor (aporrinharei)/ Perturbarei o senhor (perturbarei, perturbarei)/ Emputarei o senhor (ôôôô)/ Enquanto o senhor não me pagar”, satirizando os cânticos gregorianos da liturgia católica. Falcão, com seu visual brega e música bregoriana, tirou zero de todos os jurados, mas voltou ao final aclamado pelo público, que riu bastante da apresentação, afirma Tarcísio Matos. Depois dessa primeira aparição pública, Falcão foi convidado pelo proprietário do Pirata Bar à época, Júlio Trindade, para cantar seu repertório brega acompanhado de sua banda de nome nada convencional, a Banda Diarreia. Mantendo a tradição, o trio que o acompanha no programa de TV Leruaite, composto exclusivamente por cegos, chama-se Banda Tô nem vendo.

Neste mesmo local, alguns anos depois, Falcão e suas famosas bandas dividiram o palco com outros cantores do estilo brega, fazendo duetos musicais, em forma de desafios, com Genival Santos, Waldik Soriano, Reginaldo Rossi e outros. Raimundinha Jereissati, o *brega star* Falcão, Rossicléa, Meirinha, Lailinho Brega, “passaram a se destacar com personagens construídos a partir de referências semelhantes – o brega, o cafona, o escracho, figurinos e maquiagem exagerados e, obviamente, vocabulário cheio de ‘cearês’, com expressões locais típicas e sotaque acentuado”⁴.

Lailton Rocha Melo, o Lailinho Brega, foi o ganhador do já referido, primeiro e único Festival de Música Brega no Pirata Bar no ano de 1989, concorrendo com outros cantores e bandas e com a dupla Rossicléa e Meirinha. Lailinho cantava com seu visual brega, usando costumeiramente, à época, óculos escuros, paletó xadrez ou brilhante e sapatos bicolores. Lailton Melo conta que, dentre as razões que acredita ter feito ele ganhar esse concurso, foi o fato dele ter se iniciado na carreira artística sendo propriamente o legítimo cantor de brega, diferente de Rossicléa e Meirinha que estavam ali com suas personagens: “... eu realmente sobressaía porque eu era o legítimo cantor de brega mesmo, porque a Rossicléa e a Meirinha eram engraçadas, eram o humor, mas não eram a breguice, eu era a breguice encarando o humor”⁵.

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

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

Considerações finais

Ao longo desta pesquisa pudemos perceber a grande presença do popular local na chamada cultura da molecagem cearense e seu flerte, a partir dos anos 80, com a cultura que se convencionou chamar, primeiro pejorativamente e depois de forma positiva, graças a sua apropriação pelo time de humoristas aqui citado, de brega. Ela encontra-se presente nas canções do *brega star* Falcão compostas em parceria com Tarcísio Matos, bem como no humor escrachado e desbocado de Rossicléa, Meirinha, Lailinho, Raimundinha e outros que são oferecidas largamente pelo mercado de bens culturais da indústria cultural brasileira e tem funcionado como atrativo turístico para a cidade de Fortaleza além de fornecer um tipo de identidade local bem determinado.

Esse humor típico tem suas origens na própria cultura popular, onde muitos desses artistas dizem buscar inspiração para o humor que fazem, observando e convivendo com a população, por bairros da periferia de Fortaleza e ao viajarem para o interior, de onde muitos deles provem. Atualmente, é seguro afirmar que tais discursos que descrevem o humor moleque do cearense são simbolizados no meio social mais amplo, estão na fala e nas práticas cotidianas de maneira difusa, porém apenas a partir de certos lugares de produção cultural, com os aqui apresentados, tornam-se sociologicamente observáveis.

Breguice risível e sinônimo de popular, breguice nacionalizada pelos produtos culturais cômicos e pelos meios de comunicação de massa, breguice como

produto de exportação que, por essas bandas cearenses, fora apropriada como outra expressão da tradicional molecagem do povo. O humor moleque, surgido em finais do século XIX como crítica a uma elite que se queria europeia mas que não deixava nunca de ser brasileira, tornou-se, em finais do século XX, um produto bem elaborado e vendido em pacotes turísticos. O sucesso deste humor brega, produzido pela geração de humoristas dos bares de Fortaleza, que insiste em frescar com as pessoas do próprio Ceará e, agora, de todo o Brasil, mostra que a derrisão e a auto-derrisão, a capacidade de rir de si e de suas próprias mazelas, atributo ancestral presente em todos os povos que fazem piada de si, continua firme e forte na contemporaneidade.

Referências

- ACSELRAD, Marcio e SILVA NETO, Francisco Secundo. A identidade cultural em tempos liquefeitos: o Ceará moleque e a contemporaneidade. *Logos* (Rio de Janeiro), 2009, v. 30, p. 72 a 83.
- ALBERTI, Verena. **O riso e o risível na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed/FGV, 1999. 213 p.
- ARAÚJO, Paulo Cesar de. **Eu não sou cachorro, não**: música popular cafona e ditadura militar. 2ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Record, 2002.
- AUGÉ, Marc. **A Guerra dos Sonhos**: exercícios de etnoficção. Campinas, SP: Papirus, 1998.
- AZEVEDO, Otacílio de. **Fortaleza Descalça**: reminiscências. 2ª ed. Fortaleza: UFC/Casa José de Alencar, 1992. 376 p.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. 4ª ed. São Paulo-Brasília: Edunb, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. 311 p.
- BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna**: Europa, 1500-1800. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- CHARTIER, Roger. “‘Cultura Popular’: revisitando um conceito historiográfico” In **4 Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 8, nº 16, 1995, p.179-192.
- ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador**. vol. II – Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993. 307 p.
- _____. **O Processo Civilizador**. vol. I – Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994a. 277 p.
- FARIAS, Edson Silva de. **Ócio e negócio**: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil. Curitiba: Editora Appris, 2011.
- GADELHA, Marcus **Dicionário de Ceará**: termos e expressões populares do

Ceará, Fortaleza: RBS, 2000

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PROPP, Vladimir. **Comicidade e Riso**. Rio de Janeiro: Ática, 1992. 265 p.

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

SARAIVA, Andréa **Orélio Cearense**: dicionário romanceado e ilustrado de termos e expressões do palavrado do Ceará, Fortaleza: Premium, 2001.

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

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

SOUZA, Francisco José **Quintino Cunha**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002, coleção Terra Bárbara.

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

Nota

- 1 Fala de Waldik Soriano no documentário “Waldik, Sempre No Meu Coração” com produção e direção de Patrícia Pilar, de 2009, duração de 58 minutos. Este filme se encontra completo no *site* de compartilhamento de vídeos, *Youtube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XnuSPkO4EkA>>; acesso em: 15/03/2015.
- 2 Informações colhidas no site *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/brega-chique/trama-principal.htm>>; acesso em: 12/03/2015.
- 3 A fala de Falcão foi extraída da reportagem “O Voo do Falcão”, jornal *O Povo*, caderno B, Vida & Arte, sexta-feira, 10 de julho de 1992, assinada pelo editor Ricardo Jorge.
- 4 Trecho da reportagem “Do teatro amador à criação de um mercado para o humor”, jornal *O Diário do Nordeste*, 26 de janeiro de 2014, matéria assinada pela repórter Adriana Martins.
- 5 Entrevista concedida em 30 de março de 2015, na produtora de Lailton, localizada no bairro Luciano Cavalcante, em Fortaleza.