

O “Ceará moleque” sobe aos palcos: *cearensidade e os shows humorísticos de Fortaleza*

Francisco Secundo da Silva Neto*

Resumo

A idéia de um “Ceará moleque”, desde os fins do século XIX, vem sendo gestada simbolicamente em narrativas ficcionais, relatos memorialísticos, revistas e jornais. *Grosso modo*, tal rótulo pressupõe que o “povo cearense” é irreverente e alegre *por natureza*. A partir de meados dos anos 1980, um grupo de artistas começou a fazer *shows* de humor, em bares e pizzarias nas noites da cidade de Fortaleza. Deste então, esses profissionais são tomados, principalmente pelos meios de comunicação locais, como mais uma forma de expressão de um “Ceará moleque” ou de uma “molecagem cearense”. Uma pergunta cabível é: que “molecagem” é essa que eles fazem? Para ajudar a responder tal questionamento, escolhi como campo de investigação o trabalho do humorista Eddi Lima, o qual figura hoje como um desses profissionais do humor no Ceará, cuja personagem é *Madame Mastrogilda*. Destarte, procuro de modo específico, por meio da observação do *show* humorístico de *Madame Mastrogilda* (Eddi Lima) e de entrevistas com o humorista que a interpreta, descrever e explicar a maneira como este provoca o riso, como faz humor.

Palavras-chave: Imaginário coletivo, humor, identidade cultural.

Abstract

The idea of a “Ceará moleque” has been simbolized through the literature, in brochures, newspapers and magazines since the 19th century. That label means that the people from Ceará are funny and humorous by nature. In the middle of the 1980’s, a group of artists started to present humor shows at bars and *pizzerias* (pizza parlor) in the city of Fortaleza. Since then, these professionals are taken, mainly by the local means of communication, as another expression of a “Ceará moleque” or “molecagem cearense”. So, a possible question is: which is the “molecagem” of those artists? To help answering that question I have studied the humorist Eddi Lima, he is among of those artists that were mentioned. Thus, I’ve searched, in a specific way, through the *Madame Mastrogilda* (Eddi Lima) humor show’s watching and through interviews with the humorist which interprets that character, to describe and explain the way how that artist provokes some laughs, how he deals with this ability to the humor.

Key words: Collective imaginary, humour, cultural identity.



Madame Mastrogilda no palco (arquivo do autor)

Introdução

O caderno *Vida & Arte* do periódico jornalístico *O Povo* do dia 13 de Abril de 2005 comemorava com uma edição especial o aniversário da cidade de Fortaleza que completava naquela data, 279 anos. Nesta edição se trazia um guia intitulado “279 razões para amar Fortaleza” contendo sete itens (entretenimento, gastronomia, etc.). No último deles, denominado *cearensidade*, a “razão” de número 279, era “iiiiih! – A vaia é nossa”. Um trecho do texto a respeito desta “razão para amar Fortaleza” dizia o seguinte:

A molecagem que é própria do povo não deixa passar nada em branco. Da mangaça, ninguém escapa. E não importa o politicamente correto, o decente, as formalidades próprias dos seres educados e civilizados. O cearense,

educado na sua própria cultura, respeita as regras e transforma em humor o excesso. Também não tem lugar escolhido. Na praça, na rua, no teatro. A vaia é um patrimônio imaterial do Ceará, como podem muito bem afirmar os especialistas em patrimônio histórico (*O Povo*, 13 abr. 2005, Caderno Vida & Arte, p. 23).

O motivo do por que a vaia seria um “patrimônio imaterial do Ceará” se deve a um curioso acontecimento ocorrido em janeiro de 1942 em Fortaleza: a “vaia ao Sol”. Herman de Castro Lima (1897-1981), romancista e contista, relatou tal inusitado fato no seu livro de memórias, *Imagens do Ceará*, publicado em 1959 no Rio de Janeiro, e o qualificou como mais uma “expressão de nossa irreverência”. O episódio registrado em jornal da época ocorreu na Praça do Ferreira: havia alguns dias

que chovia constantemente na cidade, e quando o Sol apareceu meio timidamente entre as nuvens os transeuntes que passavam no referido logradouro deram uma vaia no astro rei.

Freqüentemente, encontra-se o uso dos termos gaiatice, irreverência e molecagem para designar um suposto “modo de ser cearense”. À utilização destas palavras ou de outras do gênero, associa-se a idéia segundo a qual, no Ceará, 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”¹.

O riso e o humor, no entanto, 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 pelo sistema cultural de cada grupo ou sociedade. Assim, rir e fazer rir são fenômenos que acompanham a humanidade, desde sempre, mas, são culturalmente circunstanciados. Não quero dizer com isso que existam o *humor inglês*, o *humor judaico* ou o *humor brasileiro*; é preciso tomar cuidado com tais generalizações, uma vez que o humor e o riso dependem de variados referenciais de percepção, classificação e ordenação de mundo de cada organização societária.

¹ Segundo o *Novo Dicionário da Língua Portuguesa* de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (1986), a palavra “moleque” vem do *quimbundo mu’ leke* (menino), idioma *bantu* ou *bantu*, e possui as seguintes acepções: “*S.m.* 1. Negrinho. 2. Indivíduo sem palavra, ou sem gravidade. 3. Canalha, patife, velhaco. 4. *Bras.*, Menino de pouca idade. [...]. 6. *Bras.*, *CE Pop.* v. *diabo* (2). *Adj.* 7. Engraçado, pilhérico, trocista, jocoso: *dito moleque*. 8. Canalha, velhaco” (*ibidem*, p. 937).

Neste trabalho analiso uma idéia que foi histórica, social e simbolicamente construída, buscando conexões de sentidos da sua existência. A proposta é compreender a noção de “Ceará moleque” na perspectiva de uma construção histórica e social com raízes em outros contextos – provavelmente gestada lá pelo século XIX, em romances, narrativas, textos memorialísticos, jornais e revistas –, à qual têm sido incorporados diferentes significados ao longo do tempo. A idéia de um “Ceará moleque”, no geral, pode vir a ser tomada como uma *identidade cultural* – conceito que enfatiza aspectos relacionados ao pertencimento a culturas étnicas, raciais, lingüísticas, religiosas, regionais e/ou nacionais (HALL, 1999)².

Nos dias atuais, a existência de uma espécie de teatro do humor, posta em prática pelos chamados *humoristas do Ceará*, tem sido vinculada a essa suposta “molecagem cearense”, principalmente através da imprensa e dos próprios protagonistas.

Antecedentes literários do “Ceará moleque”

Há uma gama de livros, revistas e jornais que, desde longa data, se referem a um “tradicional espírito irreverente cearense”. Além de uma produção literário-ficcional, textos

² Stuart Hall (1999) analisa aquelas *identidades culturais* referenciadas às culturas nacionais. Para ele, a nação é, além de uma entidade política – o Estado – um sistema de representação cultural. Noutros termos, a nação é composta de representações e símbolos que fundamentam a constituição de uma dada identidade nacional. As culturas nacionais são produtoras de sentidos com os quais podemos nos identificar e constroem, assim, suas identidades. Estes sentidos estão contidos em estórias, memórias e imagens que servem de referências, de nexos para a constituição da identidade da nação.

jornalísticos, crônicas e ensaios indicaram essa idéia. Contudo, uma vez que há diversos textos (e contextos) nos quais aparecem as referências à “nossa decantada irreverência”, é importante ressaltar ser historicamente plausível que os significados atribuídos em cada situação se modifiquem, e isto é preciso se ter em mente.

Marco Aurélio Ferreira da Silva (2003), em seu texto *Uma Fortaleza de risos e molecagens*, se dispôs a “tentar compreender o significado da molecagem em nosso contexto histórico local”. O autor chama atenção para a existência de diferentes significados e que dependem de quem a invoca, qual a sua intenção e o momento em que é enunciada. Noutras palavras, seguindo o seu raciocínio, o sentido do termo precisa ser relativizado: sob que perspectiva é utilizado, como é interpretado e simbolicamente incorporado.

É, ainda, relevante dizer, que não é correto afirmar categoricamente que o apelido “Ceará moleque” tenha aparecido pela primeira vez em um livro ou em qualquer meio escrito. E, se antes tal expressão era popularmente conhecida e difundida em um linguajar cotidiano, ou citado nas conversas de intelectuais do Ceará de outros tempos, também não é lícito afirmar por certo. Porém, o epíteto, até onde pude apreender através de pesquisa, aparece pela primeira vez nas obras *A Afilhada* (1889) de Manuel de Oliveira Paiva (1861-1892) e *A Normalista* (1893) de Adolfo Caminha (1867-1897)³.

³ Manuel de Oliveira Paiva não teve livros publicados em vida, *A Afilhada* saiu em forma de folhetim no jornal *O libertador* de Fortaleza no início do ano de 1889. *A Normalista* de Adolfo Caminha foi escrita em Fortaleza por volta de 1892 e publicada no Rio de Janeiro, em forma de livro, no ano de 1893.

Romances que foram influenciados por uma estética literária realista-naturalista, a qual tinha a característica de criticar os costumes e os hábitos sociais.

O dito apelido surge em tais obras como uma forma de estigmatização dos habitantes de uma antiga capital provinciana. A intenção era demonstrar um tipo de “caráter cearense”, mais propriamente, uma faceta do comportamento dos fortalezenses. O mais importante, no entanto, é notar que o “Ceará moleque”, nesses romances, não apontava propriamente a idéia de um “povo irreverente e alegre”.

O apodo, da maneira como aparece na crítica social que essas produções literárias realizaram, tem significados bem específicos de *não-nobreza* e de *canalhice*. No romance de Oliveira Paiva uma personagem (a Sra. Góis) elogiava tal “chefe da nobreza da província” e, como resposta, o narrador tece o seguinte comentário: *Senhor, que nobreza era aquela no Ceará moleque?! Em A Normalista*, Maria do Carmo (a personagem principal) queixava-se a uma amiga (Lídia) sobre um pasquim que escrevera versos irreverentes acerca de um namorico da “normalista do trilho” e, ao tentar acalmá-la, Lídia diz: - *Ninguém está livre destas coisas no Ceará Moleque*.

Conforme Adolfo Caminha o “Ceará moleque”, nesse caso, seria um rótulo para indicar aqueles que prestavam atenção na vida alheia e que insultavam com os outros. Era no que basicamente se constituía, para o autor, o “canalhismo de Província”. Nos citados livros, o “povo cearense” é visto, então, como *sem nobreza* e *canalha*. Porém, tais alcunhas eram dirigidas, na verdade, a uma parte da população fortalezense daquela época: a parcela que sonhava com uma cidade “moderna e civilizada”, mas que mantinha hábitos

e costumes de uma tradicional vida sertaneja.

Destarte, n' *A Afilhada* e em *A Normalista*, ao citarem o epíteto em foco, os autores não falavam de um “povo alegre e irreverente”; a rigor, se expressavam de forma preconceituosa, na sua interpretação da cidade, classificando como “gentinha atrasada e canalha aqueles que gostavam de bisbilhotar e zombar da vida alheia”, naquela Fortaleza dos anos finais do Império.

É possível induzir que o “Ceará moleque”, até ali, ainda não era visto como um *mito* – no sentido de *relato das origens* de um grupo ou de uma sociedade (AUGÉ, 1998) – para o Ceará; ou seja, não se referia a um passado comum em meio ao qual o “povo cearense” cultivasse desde muito um “jeito moleque de ser”. Tal “relato de origem” da “sina moleque do cearense” aparece em outra obra ficcional, em que aquele apelido passa finalmente a significar que uma “irreverência inata” era própria da população do Ceará.

Em *O Cajueiro do Fagundes* (1911) de Araripe Júnior (1848-1911) a expressão carrega aí os mesmos sentidos de “canalhice” e “atraso” que se encontram nos romances referidos. Mas, aqui há uma diferença crucial: o apelido é entendido como uma “herança” da mestiçagem do “povo cearense”. Nessa obra, Araripe Júnior, além de querer indicar os “canalhas e patifes” que viviam na antiga capitania do Ceará, cava os alicerces do dito epíteto:

Fagundes, pois, pertencia a esse gênero de gente, que, pelos tempos adiante, se alcunhou de **Ceará-moleque**. O Ceará-moleque é a encarnação de todas as qualidades elementares resultantes da mestiçagem, não só física, mas

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

A idéia segundo a qual certa “irreverência inata” se associa ao “povo cearense” desde tempos antigos aparece colada à denominação em foco no romance de Araripe Júnior. N' *O Cajueiro do Fagundes* é, pode-se dizer, fundada a criação do *mito* de que “todo cearense é moleque, gaiato por natureza”. Porém, não quero demonstrar com isso quão falsa ou inverossímil soa essa mitificação. Trata-se, na verdade, de uma interpretação sobre *o que faz ser cearense*. Uma interpretação que foi e é retomada por muitos daqueles que pretendem (ou tentam) descrever uma *cearensidade* ou uma *identidade cultural* do Ceará.

É mister ressaltar ainda, um “Ceará moleque” ou uma “gaiatice inata do povo cearense” teve sua origem associada a um dado lugar social. Segundo Marco Aurélio F. da Silva (2003), em uma antiga cidade de Fortaleza, a “molecagem” era coisa típica do “povo pobre”, da “arraia miúda”, dos “pés-de-poeira”. Nos escritos literários acima assinalados os sentidos de “não-nobreza” e “canalhice”, veiculados com o dito epíteto, corroboram tal assertiva. “Ser moleque”, para Oliveira Paiva e Adolfo

Caminha, era ser “não-nobre” ou “canalha”, e segundo Araripe Júnior, era uma “herança da mestiçagem moral da plebe cearense”.

A molecagem dos humoristas do Ceará

Nos meados dos anos 1980, um grupo de artistas, alguns oriundos do teatro, começou a se apresentar em bares e pizzarias nas noites de Fortaleza. Este foi o início de uma onda de *shows* de humor que, atualmente, 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 movimentam um lucrativo negócio hoje, chegando a se exibirem, em alguns locais, para um público estimado em duas mil e quinhentas pessoas em uma noite⁴.

No início da década de 1990, alguns desses profissionais do humor foram contratados por emissoras de televisão, com veiculação local e de âmbito nacional, para fazerem programas humorísticos. Conforme Flávia Marreiro (2003), esses humoristas contribuíram para a *atualização* e a *permanência* daquela “irreverência cearense” implicando que esta, entre outras consequências, seja simbolicamente interpretada na “construção da imagem nacional do Ceará e a sua auto-imagem”. Ainda segundo esta autora, um “Ceará moleque” foi apropriado “pela indústria cultural e a do turismo” que cresceram em importância econômica ao longo da década de 1990, no estado.

⁴ Informação obtida do humorista Eddi Lima (entrevista concedida ao autor em 21/01/2009). O humorista informou que em um de seus *shows*, no mês de julho de 2008 (período de alta estação turística para o estado), na barraca de praia *Croco Beach*, em Fortaleza, chegou a se apresentar para um público de duas mil e quinhentas pessoas.

A associação entre a idéia de “molecagem cearense” e esses profissionais do humor no Ceará foi feita, principalmente, pelos meios de comunicação locais como, também, pelos próprios humoristas. Numa matéria publicada em julho de 1990, pelo jornal *O Povo*, lê-se, textualmente, que a tal idéia é suscitada pelos jornalistas como uma das razões da existência daquele movimento de humor: “Rir sempre foi um grande programa. O Ceará, aliás, registra na sua história personagens que fizeram da molecagem uma forma de expressão. [...] o certo é que o humor está dando muito trabalho para atores e cantores em Fortaleza”⁵. Como parte da mesma reportagem, o humorista e cantor Marcondes Falcão Maia, o Falcão, assinou um texto intitulado “A molecagem cearense”, no qual tentou fazer um rápido esboço histórico sobre a molecagem e se perguntou por que Fortaleza é uma cidade “tradicionalmente moleque”.

Os artistas que protagonizam as atrações humorísticas se caracterizam, no geral, pela representação de personagens com roupas extravagantes, alguns com o rosto bastante maquiado, por homens travestidos de mulher e pela recorrência a um linguajar que explora os palavrões e um vocabulário⁶ tido

⁵ Matéria intitulada “O Boom do Humorismo de Bar”, jornal *O Povo*, Fortaleza, Caderno B, p. 2, 22 jul. 1990; assinada por Jackson Araújo e Tininha Magalhães.

⁶ Alguns dicionários foram publicados abordando um vocabulário cearense. Cf. Andréa Saraiva, *Órelia Cearense* – dicionário romanceado e ilustrado de termos e expressões do palavrado do Ceará. Fortaleza: Premium, 2001; Marcus Gadelha, *Dicionário de Ceará* – termos e expressões populares do Ceará. Fortaleza: Multigraf, 2000. Lima (2003), no ensaio *Os Dicionários do Ceará*, compreende que os dicionários baseados nos “falares regionais” surgiram com a valorização dos

pelos protagonistas como sendo “próprio do Ceará”, ou integrante de um “jeito de falar cearense” (LIMA, 2003).

Examinando-se com cuidado as encenações, observa-se que, a rigor, ao invés da idéia genérica de “um jeito de falar cearense”, seria mais adequado dizer que tais representações evocavam, sim, imagens de modos particulares, de acordo com os quais se expressam ou se comportam determinadas categorias sociais, várias delas estigmatizadas no meio em que vivem. Dentre outras, incluem-se aí: empregadas domésticas, prostitutas e travestis, para citar apenas alguns tipos representados. De um modo geral, seja qual for a categoria social evocada, no palco, a estigmatização exibida procura acentuar marcas, como: condição de analfabeto ou de baixo nível de escolaridade; condição de migrante ou procedente de áreas periféricas da cidade; condição de ignorante, em relação a certas regras ou etiquetas de conduta, em situações diversas, etc. Enfim, todos esses personagens, diríamos, circulam pelo “mundo dos pobres”, satirizando imagens / situações de um certo universo ou, de algum outro a ele relacionado (exemplos: o trabalhador na sua relação com o patrão; a empregada doméstica na sua relação com a patroa; a mulher na sua relação com o homem, em lugares sociais hierarquizados, etc.).

Entre os chamados *humoristas do Ceará*, atualmente, se encontra Eddi

estudos lingüísticos sobre o “uso efetivo da língua na comunicação cotidiana dos falantes”. Estes dicionaristas querem mostrar um “jeito de ser cearense” a partir de um “jeito de falar cearense”. Contudo, o dicionário é compreendido por ele como um discurso que demonstra um padrão lingüístico-comportamental que “silencia aspectos sócio-históricos e ideológicos relevantes”, um discurso que possibilita, por exemplo, o “preconceito lingüístico”.

Lima que, no palco, incorpora a figura de *Madame Mastrogilda*. A *Madame* possui o seguinte visual: sandálias plataforma, uma saia roxa com bolinhas brancas por sobre uma calça *leg*, também roxa; maquiagem forte, peruca loira, colares, pulseiras e brincos, tudo muito exagerado e bem chamativo. Desse modo, no palco, tem-se ali uma “mulher”, no mínimo, “diferente”.



Madame Mastrogilda em conversa com a platéia (arquivo do autor)

O nome do espetáculo que Eddi Lima apresentava, no período em que realizei a pesquisa, era “Borboleta Roxa” que, aliás, era também título de uma música e do seu segundo CD, lançado à época. A cor roxa, predominante no vestuário e na maquiagem dessa personagem, segundo o próprio humorista, possui um significado místico para ele: “é uma cor transcendental”. Aqui, acredito, que tanto as roupas quanto os acessórios e a maquiagem dessa personagem podem ser compreendidos como o que Umberto Eco (2001) chama de “a estrutura do mau gosto”. Segundo o autor, é o *Kitsch*, definido no campo artístico como a “*prefabricação e imposição do efeito*” (grifos do autor). No seu raciocínio, o “mau gosto” ou o *Kitsch* na arte é uma *mentira estrutural*, é o *falso*, é o que está fora do contexto original em outro que não o suporta ou que o integra de maneira disforme, assim, ele (*obra falsa*) estimula ou

provoca o efeito da *obra original*, é o que ele chama de *Kitsch*.

Dessa maneira, o tipo de vestuário de *Mastrogilda* e os objetos usados na composição da sua indumentária expressam a constituição da linguagem *Kitsch* e esta tenta estimular ou provocar o efeito, a *mentira* ou o *falso*. Entretanto, o que o humorista aqui procura fazer é inventar uma espécie de imitação do real, de modo caricato. Ele procura, de diversas formas e apelando para diferentes performances, alcançar uma resposta do público, expressa no riso, e não propriamente obter algum efeito de fruição artística – isso ao menos em um primeiro plano, já que podemos compreender o trabalho dos atores e humoristas como arte. Quero dizer que o *Kitsch*, aí, é posto de forma proposital; ele faz parte do mote da comicidade, entra na fabricação do cômico. A *Mastrogilda* é uma “mulher”, entre aspas, pois é fictícia; o que se procura propositalmente é imitar disformemente o feminino; tudo é *falso* ou é de “mau gosto”, porque é exatamente o que se procura mostrar, na intenção de chocar ou escandalizar o público para a produção do riso.

Os espetáculos que assisti de Eddi Lima⁷ começavam, no geral, com a *Madame* no palco com um microfone às mãos; a personagem sugere um tema e, com isso, conta piadas e narra situações engraçadas, que teriam acontecido com ela mesma. É uma forma de fazer humor na qual o narrador se coloca como o protagonista de histórias inusitadas ou, mesmo, ridículas, o que também é uma espécie de autoderrisão.

O humor de *Madame Mastrogilda*, no geral, é indecoroso ou despudorado; o gestual e o vocabulário exploram assuntos relacionados às excrescências, ao sexo e aos órgãos genitais de modo freqüente nas suas apresentações. Pode-se mesmo pensar que este tipo de humor é comparável com aquele expresso pela “cultura cômica popular” da Idade Média, descrito por Bakhtin (1999), o qual tinha como mote para o riso o “baixo material e corporal”.

Eddi Lima, assim, com a sua *Mastrogilda*, interpreta uma mulher bastante desbocada e indecente. É preciso atentar, contudo, no *show* de *Madame Mastrogilda*, quais as representações de lugar da mulher na sociedade cearense ou brasileira podem ser encontradas. E mais, que representações da relação homem-mulher esse espetáculo humorístico evoca.

Em uma de suas apresentações, a personagem fala ao público que veio para o *show* em uma “topic lotada”, fazendo alusão à situação do transporte público em Fortaleza e evocando a imagem de uma “mulher de periferia”, a qual circula pela cidade de ônibus e *topics*. A *Madame*, neste espetáculo, contou que, no citado transporte (a “topic lotada”), foi assediada por um homem que “encostou” nela (o humorista aponta para as nádegas) e disse a ele: “- Meu filho saia daí, se não eu vou chamar a polícia; - Calma, Madame, isso aqui é só um momento de fraqueza, disse o homem; - E por acaso meu cu é vitamina baitola?”. Aqui se tem alusão à imagem do homem libidinoso, de um “tarado sexual”, que assedia desrespeitosamente uma mulher, se aproveitando da desconfortável situação dentro de um transporte coletivo com excesso de passageiros. Nesta piada, o humorista, também,

⁷ Assisti a 4 espetáculos de Ed Lima, em 3 estabelecimentos diferentes, e com distantes espaços de tempo entre um *show* e outro na intenção de que as apresentações variassem mais. Foram dois em dezembro de 2007, um julho de 2008 e outro em fevereiro de 2009.

lembra a imagem da mulher que serve como objeto de desejo sexual.

Sobre a relação homem-mulher retratada no *show* do Eddi, percebo que o modo como o humorista abordou tal tema foi “brincando” com o que há de conflituoso nessa relação e deletério para o lado feminino. As representações de homens evocadas nas piadas da personagem de Eddi Lima trazem, geralmente, a idéia do atrevimento e da concupiscência; ou seja, faz alusões às imagens do homem que fica dando “cantadas sem graça” nas mulheres que passam nas ruas, e do homem libidinoso ou indecente que fica se “encostando” nas mulheres em “topics lotadas”.

No referido espetáculo de *Mastrogilda*, o humorista também se refere às imagens da “mulher casada” e da “divorciada”, no entanto, mulheres que são bastante ressentidas com o relacionamento ou que não vêm com bons olhos o “esposo” ou o “ex”. Um de seus bordões, nos espetáculos que assisti, depois de contar as piadas antes citadas, era: “Olha, eu vou dizer uma coisa, é por isso que eu não quero mais saber de marido na minha vida. Marido para mim é igual menstruação, quando chega incomoda e quando atrasa preocupa”. A instituição do casamento não é bem vista na fala da personagem de Eddi; e as representações aludidas por *Mastrogilda* sobre a relação homem-mulher são significativas do por que dessa rejeição ao matrimônio: são as representações da mulher honesta e fiel e do homem concupiscente e infiel.

Destarte, lembrando Roberto Damatta (1999) n’*O que faz o Brasil, Brasil?*, de uma maneira geral, as piadas dos espetáculos de *Mastrogilda* tanto evocam a imagem da “mulher da rua”, não propriamente uma prostituta, mas aquela que pode ser “a comida de

todos”⁸, a qual está “disponível” e, contudo, não serve para o casamento; como, também, evocam a imagem da “mulher da casa”, aquela que estaria à disposição do marido e da família e que seria fonte de virtude na sociedade brasileira, mas que no *show* de Eddi Lima, teria uma relação desgastada com o marido.

No geral, é possível dizer que as imagens do feminino e da sua relação com o gênero oposto, trabalhadas nas piadas em formas de histórias narradas no espetáculo de *Madame Mastrogilda*, expressam algumas interpretações sobre a condição da mulher e do papel do homem nas relações entre os sexos no Brasil.

Depois de contar piadas e narrar suas histórias, a personagem desce do palco e passeia por entre as mesas, parando aqui e ali, para fazer chacota com a platéia e, às vezes, com os garçons do estabelecimento. O mote para as zombarias, geralmente, são os caracteres físico-estéticos das pessoas (gordo, magro, alto, baixo, careca) e as débeis associações como “loira = burra”. O escárnio também pode ser alusivo a certos estereótipos do tipo “o carioca é malandro”, o que ensejou, por exemplo, uma interação como a que presenciei, quando a personagem se dirigindo a um grupo de cariocas que assistia a um dos seus *shows*, fez a provocação: “Ei, meu povo! Esses colar aqui é tudo bijuteria viu, num é de verdade não!”.

⁸ Damatta (1999) trabalha a metáfora da comida na relação homem-mulher no Brasil. Esse autor defende que a associação do ato de comer e a relação sexual, para os brasileiros, indica não apenas um modo de conceber a sexualidade, mas um modo de resolver a relação homem-mulher pela absorção, simbolicamente consentida em termos sociais, de um pelo outro.

Essas brincadeiras ou piadas feitas com as pessoas descambam, às vezes, para o esculacho. Ao ver um menino magro na platéia, por exemplo, *Mastrogilda* disse: “meu filho, vou lhe arranjar uma vaga no IPREDE”⁹. Quando olhou para um garçom, que passava pelas mesas, um tanto apressado para atender a clientela, a personagem, querendo insinuar que se tratava de uma pessoa feia, falou: “meu filho, você parece um chupa-cabra”.

Algumas considerações

Analisando o espetáculo de *Madame Mastrogilda* indiquei alguns aspectos na maneira de provocar o riso que são mais ou menos identificáveis em outras apresentações protagonizadas por outros profissionais do humor no Ceará. O uso de personagens caricatas, a licenciosidade no gestual e no vocabulário, o escárnio com pessoas na platéia e a evocação de certas *representações sociais* do feminino e do masculino na sociedade brasileira, são recursos frequentes nesses espetáculos. A partir de tal constatação, compreendo que, em linhas gerais, essa é a forma de fazer humor desses artistas. Esta seria, de uma perspectiva generalizante, a “molecagem” que eles fazem nos palcos de bares, pizzarias e barracas de praia nas noites de Fortaleza.

Destarte, se há uma “molecagem” no *show* de humor de *Mastrogilda*, as imagens podem evocar tanto a ingenuidade quanto a “porno-malícia”. As histórias e piadas indecentes que, confirmo, são recorrentes na apresentação humorística de Eddi Lima, talvez se constituam em um dos motivos de atração para o público. Apesar, desta pesquisa não ter privilegiado a recepção, esta minha afirmativa resulta da observação, enquanto assistia a tais

espetáculos: além dos aplausos na forma de efusivas palmas, o apoio e a aprovação àquela maneira de fazer humor pareciam evidentes através das risadas ou gargalhadas audíveis, e pelo grande número de frequentadores, a cada apresentação.

À margem de um discurso sentencioso ou acusatório, longe de querer defender “a moral e os bons costumes” e, também, sem a intenção de ser tendencioso, penso, que se for um “Ceará moleque” que sobe aos palcos dos bares de Fortaleza desde meados dos anos 1980, então, ele, às vezes, veste roupas coloridas e usa maquiagem forte, personificando mulheres espalhafatosas e desbocadas; outras vezes, evoca imagens estereotipadas e, por vezes, deletérias sobre a relação homem-mulher; escarnece das pessoas e de seus atributos físico-estéticos; e muitas vezes, conta piadas em formas de histórias que falam sobre excrescências corporais e sexo.

Por fim, à guisa de conclusão, é possível dizer, com base nesta pesquisa, que a discussão indicativa de uma suposta verve humorística do Ceará, essa dita “molecagem cearense”, trouxe-me a percepção de que o bom caminho interpretativo não seria negá-la, nem afirmá-la; e sim, considerá-la como um dado social e simbólico; uma interpretação sobre *o que faz ser cearense* que, ao ser apropriada por aqueles *humoristas do Ceará*, entra na constituição daquilo que Hobsbawm e Ranger (1997) entendem como uma “tradição inventada”.

⁹ Instituto de Prevenção à Desnutrição e à Excepcionalidade de Fortaleza.

Referências

ARARIPE JR., Tristão de Alencar. *O Cajueiro de Fagundes (Episódio Cearense)*. Fortaleza: Editora Henriqueta Galeno/Secretaria de Cultura, Desporto e Promoção Social, 1975.

AUGÉ, Marc. *A Guerra dos Sonhos: exercícios de etnoficção*. Campinas, SP: Papirus, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. *Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. 4ª ed. São Paulo/Brasília: Hucitec/Edunb, 1999.

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

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

DAMATTA, Roberto. *O que faz o Brasil, Brasil?*. 10ª ed. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1999.

ECO, Umberto. "A estrutura do mau gosto" In: _____. *Apocalípticos e Integrados*. 6 ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2001.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. 3ª ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

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

MARREIRO, Flávia. "Irreverência cearense: atualização e permanência" In: CARVALHO, Gilmar de (Org.). *Bonito pra chover: ensaios sobre a cultura cearense*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2003.

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

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

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

PENNA, Maura. *O que faz ser nordestino: identidades sociais, interesses e o "escândalo"* Erundina. São Paulo: Cortez, 1992.

SILVA, Marco Aurélio Ferreira da. "Uma Fortaleza de risos e molecagem" In: SOUZA, Simone e NEVES, Frederico de Castro (org.). *Comportamento*. Fortaleza: EDR, 2003. (coleção Fortaleza: história e cotidiano).



* FRANCISCO SECUNDO DA SILVA NETO é Bacharel em Ciências Sociais (UECE), Mestre em Sociologia (UFC) e pesquisador do LABGRAÇA – Laboratório de Estudos do Humor e do Riso ligado ao curso de Comunicação Social da UNIFOR.