

*Alexandre Barbalho
Mariana Barreto
Organizadores*

Prefácio de Renato Ortiz



Retratos do Ceará moderno

Emergência de um padrão de
modernização cultural nas margens



Reitora Pro Tempore

Josete de Oliveira Campos Sales

Editora da UECE

Erasmo Miessa Ruiz

Conselho Editorial

Antônio Luciano Pontes

Eduardo Diatahy Bezerra de Menezes

Emanuel Ângelo da Rocha Fragoso

Francisco Horácio da Silva Frota

Francisco Josênio Camelo Parente

Gisafran Nazareno Mota Jucá

José Ferreira Nunes

Liduina Farias Almeida da Costa

Lucili Grangeiro Cortez

Luiz Cruz Lima

Manfredo Ramos

Marcelo Gurgel Carlos da Silva

Marcony Silva Cunha

Maria do Socorro Ferreira

Osterne Maria

Salete Bessa Jorge

Silvia Maria Nóbrega-Therrien

Conselho Consultivo

Antônio Torres Montenegro | UFPE

Eliane P. Zamith Brito | FGV

Homero Santiago | USP

Ieda Maria Alves | USP

Manuel Domingos Neto | UFF

Maria do Socorro Silva Aragão | UFC

Maria Lírida Callou de Araújo e Mendonça | UNIFOR

Pierre Salama | Universidade de Paris VIII

*Alexandre Barbalho
Mariana Barreto
Organizadores*

Prefácio de Renato Ortiz

Retratos do Ceará moderno

Emergência de um padrão de modernização
cultural nas margens

1ª Edição
Fortaleza - CE
2020



Retratos do Ceará moderno

Emergência de um padrão de modernização cultural nas margens

© 2020 *Copyright by* Autor

Impresso no Brasil | Printed in Brasil

Efetuada depósito legal na Biblioteca Nacional

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Editora da Universidade Estadual do Ceará – EdUECE

Av. Dr. Silas Munguba, 1700 – Campus do Itaperi – Reitoria – Fortaleza – Ceará CEP:

60714-903 – Tel: (085) 3101-9893 • www.uece.br/eduece – E-mail: eduece@uece.br

Editora filiada à



Coordenação Editorial

Erasmus Miessa ruiz

Capa

Eduardo Freire e Alexandre Barbalho

Foto da capa

Praia de Iracema - [Iracema Plaza Hotel
- vista aérea da cidade] – Todas as fotos
antigas são do Arquivo IBGE

Diagramação

Eduardo Freire

Revisão de Texto

Vianney Mesquita

Revisão Técnica

Alexandre Barbalho e Mariana Barreto

Creative Commons



Esta licença permite que outros remixem,
adaptem e criem a partir do seu trabalho
para fins não comerciais

A publicação desse livro contou com o
apoio do Programa de Pós-Graduação
em Políticas Públicas da UECE

Dados Internacionais de

Catálogo na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Retratos do Ceará moderno [livro eletrônico] :
emergência de um padrão de modernização
cultural nas margens / organização Alexandre
Barbalho, Mariana Barreto. -- 1. ed. --
Fortaleza, CE : Editora da UECE, 2020.
PDF
ISBN 978-65-86445-46-6

1. Ceará - Condições sociais 2. Ciências
sociais 3. Cultura 4. Modernização I.
Barbalho, Alexandre. II. Barreto, Mariana.
20-51313 CDD-918.131

Índices para catálogo sistemático:

1. Ceará : Estado : Descrição 918.131

Aline Grazielle Benitez
Bibliotecária - CRB-1/3129

Sumário

Prefácio • Modernidade/Modernização <i>Renato Ortiz</i>	7
Introdução • Modernização cultural em realidades periféricas: o caso cearense <i>Alexandre Barbalho e Mariana Barreto</i>	11
Capítulo 1 • A publicidade cearense: da voz ao virtual <i>Gilmar de Carvalho</i>	31
Capítulo 2 • Televisão e modernização cultural <i>Mariana Barreto</i>	46
Capítulo 3 • Produção e formação em audiovisual no Estado do Ceará <i>Rodrigo Capistrano</i>	61
Capítulo 4 • Modernidade transnacional: edição de literatura infantil no Ceará <i>Andréa Borges Leão e Ana Cíntia Moreira Sales</i>	78
Capítulo 5 • Desmontagem: da nobreza à rua um mesmo outro corpo dançante <i>Rosa Primo</i>	95
Capítulo 6 • Fotografia autoral no Ceará: tempos de formação <i>Alexandre Barbalho</i>	110
Sobre os Autores	127



Dunas do Mucuri, década de 1950

Prefácio

Modernidade/Modernização

Renato Ortiz

O leitor atual, certamente, não se lembrará de um livro escrito por Jacques Lambert, há algum tempo, cujo conteúdo e título tiveram um êxito enorme nas discussões sobre os rumos da sociedade brasileira: *Os Dois Brasis* (1957). Nele o autor diagnosticava um conjunto de problemas, ao contrastar o arcaico ao moderno, o agrário ao industrial, o subdesenvolvimento ao desenvolvimento. Dentro desta perspectiva, o Nordeste representaria o espaço da tradição, a predominância dos obstáculos em relação aos passos acelerados da Modernidade; os valores arcaicos atuariam como elementos imobilizadores da história, da mudança. Em contrapartida, o Sul conteria virtudes opostas, encerraria as qualidades promissoras de um país em ebulição. A efervescência da vida moderna aí teria encontrado sua razão de existir. *Os Dois Brasis* condensam, de maneira exemplar, a expressão de uma visão dualista na qual o contraste entre estruturas distintas são percebidas como termos incompatíveis. Temos, às vezes, a impressão de que esse dualismo “estrutural” tenha sido algo específico às sociedades da periferia (aquelas fora do eixo da Europa ocidental e dos Estados Unidos, que se industrializaram ainda no curso do século XIX) e, particularmente, ao Brasil. O retrato do “atraso” parece-nos tão evidente que se tornou senso comum, isto é, um saber mineralizado a prova de um olhar crítico. Isso é, no entanto, um entendimento parcial das coisas. Na verdade, a discussão sobre a temporalidade da Modernidade é recorrente em diversas sociedades e nada tem de relacionado com a ideia de centro e periferia. Na França do início do século XIX, discutia-se, justamente a contraposição entre “as duas França”, uma parte “civilizada” do País, o norte industrializado, e o Mediterrâneo “selvagem”, relutante em se adequar ao ritmo do industrialismo. Também na Itália, mas no século XX, a “questione meridionale” estabelecia claramente um dualismo entre o norte industrializado e o agrarismo do sul, no qual as relações tradicionais predominavam na economia e nas relações pessoais. O dualismo do raciocínio exposto ancorava-se numa perspectiva unilinear do progresso, e sua verdade frágil pode talvez ser sintetizada da seguinte maneira: o moderno é sempre posterior e superior à tradição. Neste

sentido, a flecha do tempo apontaria para a superação de um passado que, no fundo, entravaria a marcha do presente em direção ao futuro. O problema é que a ideologia do progresso não mais possui a força de convencimento de que antes desfrutava, dificilmente poderíamos sustentar, filosófica ou historicamente, a existência de uma marcha inexorável na direção do progresso. A Modernidade é, certamente, um processo social que se realiza ao longo do tempo, porquanto ela possui uma história, inicia-se com a Revolução Industrial, ancora-se ainda em um conjunto de inovações e invenções técnicas (eletricidade, barco a vapor, trens, cinema, automóveis, avião, telégrafo etc.), entretanto - disso não se deve esquecer - ela é simultaneamente uma e diversa. Para existir como materialidade, sua realização se faz em sincronia com os contextos históricos (ela é uma na China, outra no Brasil, outra no Japão). Ou seja, não existe um padrão ideal do moderno, pois ele necessariamente se faz e se refaz com procedência na tradição que o antecede. Esta é uma verdade em relação aos países; por exemplo o contraste entre França e Estados Unidos, ou das regiões no interior desses mesmos países (Brasil, Itália, Argentina, etc.).

O livro organizado por Alexandre Barbalho e Mariana Barreto tem, justamente, o mérito de ilustrar a realização deste processo comum e distinto da Modernidade. Ele escolhe um território específico, o Estado do Ceará, na textura de um país específico, o Brasil, para compreender um movimento que se tornou “universal”, isto é, generalizado. Talvez pudéssemos dizer que no interior da espacialidade cearense exista ainda uma considerável diferença entre a capital e o sertão, pois a realização diferenciada desta modernização é patente. A flecha do tempo se quebra, assim, em sua pretensa unilinearidade, sem, no entanto, deixar de existir temporalmente, pois o processo se molda em função do tempo e do espaço. Quais, contudo, seriam os indícios dessa modernidade cearense, isto é, os signos que condensam sua presença? Para apreendê-la, os autores do livro irão trabalhar alguns objetos heurísticos, palpáveis, capazes de revelar ao leitor justamente o que se quer demonstrar. Publicidade, fotografia, televisão, audiovisual, tornam-se, de tal modo, o material expressivo por via do qual essa modernidade se expressa e se constitui. De alguma maneira, tais objetos são ícones do que se convencionou chamar de vida moderna, pois eles não são apenas aquilo que aparentam ser (um aparato tecnológico: a televisão; uma prática de mercado: a publicidade); além dessas particularidades, eles nos remetem a hábitos, crenças e relações sociais. A introdução da TV na vida familiar reorganiza as práticas individuais no interior da moradia; a exposição à publicidade “educa” as pessoas para uma sociedade de consumo. É todo um “mundo” que se cria na esteira de um processo que envolve

peessoas, instituições e valores. Neste sentido, a Modernidade é um “fenômeno social total”, encerrando em suas teias os laços mais diversos da vida em sociedade. Por isso a elucidação do passado é importante. E esta obra faz isso muito bem, ao nos falar da história da televisão ou da fotografia, inserindo-se na duração de um tempo que até então não tinha se realizado. Desvenda ao leitor as hesitações e os passos de uma modernidade em movimento.

Há, ainda, um último aspecto: o livro nos mostra que a modernização econômica da sociedade cearense se faz *pari passu* com as mudanças na esfera cultural. Neste sentido, o processo de industrialização do Estado e o papel das forças políticas são decisivos. Os agentes econômicos e políticos moldam uma base material importante para outras dimensões da vida em sociedade. O que se entende por moderno, entretanto, não coincide simplesmente com o econômico e o tecnológico; há a emergência de todo um mercado de bens simbólicos, e isso é verdadeiro, tanto para a literatura, o surgimento de editoras, críticos literários, público leitor, quanto para a televisão, que incorpora, desde a tradição vinda do rádio, ao teatro, prática até então restrita a uma elite social. É interessante notar que, dentro deste processo de modernização, o papel do Estado, como em âmbito nacional, é fundamental. São os grupos políticos atuantes no seu interior que irão incentivar a instituição de eventos culturais, leis de incentivo fiscal à cultura, criação de instituições - como o Instituto Dragão do Mar de Arte e Indústria de Audiovisual - capacitação de quadros para o novo mercado de bens culturais (a legitimidade das instituições culturais tradicionais será abalada pelas novas legitimidades que surgem na esteira deste processo). A noção de política cultural, isto é, ação racional, visando a determinados fins, implica racionalidade e previsão (valores caros a Weber quando nos fala de Modernidade). Neste sentido, não é apenas a indústria que se transforma, mas todo um modo de vida que se realiza. Encontramo-nos, portanto, distante da imagem inicial dos *Dois Brasis*, eis que a Modernidade como virtude exclusiva de uma parte da sociedade brasileira se desfaz, pois é toda a Nação, com suas particularidades, que importa; totalidade que, hoje sabemos, se encontra atravessada por um processo mais amplo de globalização econômica e mundialização da cultura. Aí, então, deparamos com os Brasis que habitam o mundo.

Praia do Futuro, década de 1950



Introdução

Modernização cultural em realidades periféricas: o caso cearense

Alexandre Barbalho

Mariana Barreto

O Ceará é um estado cujo território situa-se em sua quase totalidade no semiárido, de modo que sua ocupação durante o período colonial é tardia em comparação a outros estados da região, pois, na inexistência da Zona da Mata propícia ao plantio da cana-de-açúcar, atraiu pouca atenção dos colonizadores. Desse modo, só desde finais do século XVII, o território foi ocupado do sertão para o litoral, no passo da expansão da pecuária, como ponto de confluência dos caminhos do “sertão de dentro” (Bahia) e do “sertão de fora” (Pernambuco), segundo a denominação consagrada por Capistrano de Abreu (2000). Conformava-se uma economia quase “amonetária” (GIRÃO, 1994; MENEZES, 1995), onde as fazendas de gado, latifúndios que resultaram da conquista de terras indígenas, constituíram a base social, econômica, política e cultural das famílias que disputavam, recorrentemente por meio de conflitos armados, os limites de suas propriedades.

No início do século XIX, os latifúndios foram ocupados pelo segundo ciclo econômico do Estado, o do algodão, que significou maior circulação de capital, pois era voltado para o mercado externo, principalmente inglês (SILVA, 1994). Este novo contexto beneficiou a sede da Província, Fortaleza, por ser o principal centro coletor e exportador do produto. Como decorrência, a Cidade transformou-se no mais importante polo comercial e, desde o final daquele século, industrial, com as primeiras indústrias têxteis e de óleos vegetais (ARAGÃO, 1989). É quando se pode falar propriamente de elites econômicas, políticas, sociais, culturais e intelectuais urbanas, responsáveis pelo processo de “aformoseamento” da Cidade (LINHARES, 1992; PONTE, 1993).

Ora, tal contexto, ainda marcado por elementos considerados tradicionais ou pré-modernos, passou por transformações profundas com início nos anos de 1950 – alterações que se relacionam tanto com a realidade internacional, em momento de pleno crescimento do capitalismo, quanto com a nacional, época de planejamento estatal e desenvolvimentismo nacionalista.

Nesse período de expansão econômica e de atuação do Estado, em 1952, no governo Vargas, foi criado o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), uma instituição financeira direcionada ao desenvolvimento regional, com sede em Fortaleza. Compondo esse esforço de transformação da economia nordestina, em 1959, foi fundada a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), com sede no Recife, que teria, ao largo das décadas seguintes, uma atuação coordenada com o BNB.

O Ceará foi o terceiro Estado que mais recebeu investimentos da SUDENE, atrás da Bahia e de Pernambuco. Até então, a economia cearense estava basicamente voltada para o setor primário e possuía uma indústria destinada ao aproveitamento da produção agrícola e defasada tecnologicamente desde a primeira fase da implantação industrial no estado (AMORA, 1994). Se os investimentos financeiros e técnicos oriundos do BNB e da SUDENE não transformaram radicalmente a matriz da industrialização cearense, que continuou baseada na transformação de produtos primários, colocaram-na em outro patamar da diversidade, bem como tecnológico e administrativo.

De tal maneira, o segundo surto de industrialização priorizou empreendimentos de médio porte e fomentou o surgimento de uma nova elite burguesa independente das elites políticas tradicionais e da estrutura do Estado autoritário. Assim, a indústria cearense se integrou, competitivamente, aos mercados regionais e nacionais (ABUL-EL-HAJ, 2002).

No que diz respeito à formação intelectual, foi fundamental a instalação da Universidade Federal do Ceará (UFC), em 1955. É relevante, no que diz respeito a esse momento modernizador, o fato de que, em 1975, a UFC crie um mestrado em Sociologia do Desenvolvimento (VIEIRA, 2016). Quanto às elites políticas, os governos de Virgílio Távora (1963-66; 1979-82) exemplificam essa transição de um Ceará eminentemente agrário para um Estado com população cada vez mais urbana e economia dirigida para a indústria e o serviço. Em ambos os governos, Virgílio teve como principal meta a industrialização e, para tanto, introduziu na gestão pública estadual a ideia de planejamento com os Planos de Metas Governamentais (PLAMEGs), com três eixos principais: para as zonas urbanas, a industrialização, com base na vinda de empresas do Sudeste e do Sul;

para o campo, um projeto de irrigação dirigido às propriedades privadas; para a população, uma política de assistência social (CARVALHO, 2002; PARENTE, 2000; VIDAL, 1994).

Outro momento fundamental desse processo modernizador foi o dos governos autodenominados de “mudancistas”, que implementaram um novo ciclo político no Estado, cujos valores permanecem hegemônicos até o momento, ainda que tenham ocorrido alterações nos grupos políticos dominantes. O núcleo inicial da “geração das mudanças” veio dos jovens empresários que, em 1978, assumiram a Presidência do Centro Industrial Cearense (CIC). Desse grupo de agentes, dublês de empresários e políticos, surgiu a liderança de Tasso Jereissati, governador do estado por três vezes (1987-1991; 1995-1998; 1999-2002).

Para Washington Bonfim, o projeto mudancista tomou forma no programa de obras estruturantes e nos mecanismos de incentivo fiscal, representando o que denomina de “singularidade cearense”, ou seja, a “[...] antecipação de uma agenda de modernização do Brasil, não mais pela via do Estado, mas pelo mercado”. (BONFIM, 2002, p. 36). Na avaliação de Linda Gondim, por sua vez, este modelo gestor “[...] caracteriza-se por uma proposta de modernização política que configura um novo paradigma nas relações entre Estado e sociedade civil” (GONDIM, 1998, p. 35), tendo por base os eixos: equilíbrio orçamentário, eficiência da máquina administrativa, probidade no trato com a coisa pública e indução de investimentos.

Com amparo no pressuposto explicitado, qual seja, o de que o Ceará passa por um processo de modernização desde os anos de 1950, procede-se à seguinte indagação: como este fenômeno se deu no campo cultural em seus diversos setores - publicidade, televisão, edições de livros, audiovisual, dança e fotografia, por exemplo?

O interesse pela matéria funcionou como ponto de partida para a elaboração de nosso livro. Reunimos uma série de especialistas capazes de interpretar como cada um destes espaços refletiu, e repercute hoje, o processo de modernização cultural cearense. Na história da moderna tradição brasileira¹, o Ceará ocupa um lugar relevante, atestado pela presença de profissionais cearenses distintos, na produção de expressões identificadas a uma cultura brasileira². Tais

1 Definição de Renato Ortiz (1988) para compreender como Modernidade e tradição se mesclaram, conformando nosso processo de modernização cultural.

2 Para um breve exemplo, se tomarmos o caso da música popular brasileira, veremos que de 1940 a 1950, os estúdios da Ceará Rádio Clube formaram quase todos os grupos de vocalistas mais representativos de um tipo de música popular identificado às formulações da identidade nacional. *Quatro Ases e Um Coringa, Vocalistas Tropicais, Trio Nagô e Trio Guarani*, com reputações artísticas reconhecidas dentro e fora do Brasil, consagraram-se dentre os mais expressivos conjuntos de intérpretes e instrumentistas da tradição musical popular brasileira. Ver BARRETO; ANDRÉ (2018).

contribuições decorreram da existência de uma estrutura interna, constituída na esteira das primeiras tentativas de modernização econômica e cultural do país, ainda nos anos de 50 e 60 do século XX. Foi constituída por estações de rádio, emissoras de televisão, editoras, estúdios fotográficos, agências de publicidade, que funcionaram como escolas de profissionalização e instâncias regionais de avaliação e consagração para muitos trabalhadores cearenses, intermediários destacados na produção de uma cultura essencialmente brasileira, ideia cara aos artífices da identidade nacional em distintos períodos (ORTIZ, 1994).

Neste processo, o Estado cumpriu um papel primordial na organização daqueles mercados. Assim como em todo o País, no Ceará, a experiência da produção da cultura como bem simbólico foi indissociável das políticas públicas para o setor; valor que, em tempos distintos, permeou as ideias e mentalidades dos dirigentes públicos e privados, produtores intelectuais e artísticos, e demais agentes, conformando entre nós, no âmbito da cultura, nossa moderna tradição.

O papel do Estado e o incremento das condições materiais para a produção simbólica da cultura

O Ceará foi o primeiro Estado do País a criar uma secretaria voltada para a cultura. Tratou-se, antes, do resultado da articulação de um grupo de intelectuais integrantes de instituições consagradas (Academia de Letras e Instituto Histórico) e próximos ou mesmo atuantes no domínio político, do que consequência de um campo cultural estruturado e demandante de políticas públicas na área (BARBALHO, 1998). A Secretaria de Cultura (Secult) pode ser vista, dessa maneira, como uma estratégia destes agentes para entrar no aparelho estatal e impor sua visão de mundo, marcada pelo eruditismo, com amparo na nomeação oficial (BOURDIEU, 1989).

Braga Montenegro (1967), discursando em nome do Conselho Estadual de Cultura (CEC) na solenidade de instalação da Secult, observou que a iniciativa era consequência do ambiente propício criado pelos intelectuais cearenses em “mais de um século de atividade cultural, no plano erudito”. A ideia de uma secretaria de cultura surgiu publicamente pela primeira vez no I Congresso Cearense de Escritores, realizado em setembro de 1946. Uma das dezenove teses discutidas e aprovadas no evento foi a apresentada por parte de Raimundo Girão (1967) intitulada “*A Necessidade de uma Secretaria de Cultura*”. A tese se justificava pela ausência de espaços culturais públicos e pela necessidade de sistematização da produção cultural cearense.

Somente ao final do primeiro do governo de Virgílio Távora, o órgão foi criado pela Lei Nº 8541, de agosto de 1966. Integravam a Secult o Arquivo Público Estadual, desmembrado da Secretaria de Justiça, o Museu Histórico e Antropológico do Ceará, a Biblioteca Pública, o Theatro José de Alencar, a Casa de Juvenal Galeno e o Setor de Turismo, antes vinculados à Secretaria de Educação. Em 1967, foram criados o Centro de Artes Visuais Casa de Raimundo Cela e o Museu de Aquiraz, ao passo que o Instituto do Ceará uniu-se ao órgão como responsável pelas atividades científicas

O governador seguinte, Plácido Castelo, membro do Instituto e autor de pesquisas sobre assuntos regionais, assessorado por Mozart Soriano Aderaldo, participante do Congresso de Escritores, nomeou o primeiro secretário de Cultura - Raimundo Girão. Quando ainda era candidato, Castelo anunciava que seu governo daria aos “homens de cultura” os recursos possíveis para “realizar seus estudos e pesquisas, editar seus livros, manter seu intercâmbio de ideias (...) porque povo culto é povo feliz e eufórico”. A cultura, no seu entendimento, era a do “espírito”, a “integral” – “científica, envolvendo a técnica, a cultura literária, a filosófica e a artística” –, que “ao lado do poderio econômico, é básica na projeção e prestígio de um povo no concerto dos outros povos”. (CASTELO *apud* NOBRE, 1979, p. 18-19).

As funções da nova pasta foram definidas como aquelas relacionada às atividades de proteção do patrimônio cultural do Ceará, difusão da cultura e aprimoramento cultural do povo cearense, inclusive através do estímulo à iniciativa particular no campo da cultura e amplo incentivo às ciências, letras e artes”³. No Plano de Atividades Culturais que norteou a atuação da Secretaria e elaborado pelo CEC, o conceito de cultura aparece como expressão de uma “Inteligência” criadora da ciência, da literatura e das artes:

I - Área de Trabalho. 1 - a cultura, no momento *estrito* de expressão aprimorada da Inteligência através das mensagens de sua capacidade criadora nas variadas manifestações científicas, literárias e artísticas, ou seja, a Cultura de conteúdo acentuadamente espiritual, diferente, portanto, do conceito *lato* de progresso ou civilização de um povo, traduzido nas conquistas de um bem-estar material e, assim, de conteúdo nitidamente temporal⁴.

Em seu discurso de posse como secretário, Girão qualificou a cultura como “função eterna do espírito”, “refinamento superior do espírito”, “realização

3 ASPECTOS, 1967, p. 232.

4 ASPECTOS, 1967, p. 247.

do espírito”. Em sentido próximo, estão as palavras de Montenegro ditas na instalação da Secretaria: “Do ponto de vista da Região, ela (a cultura) se manifesta na unidade e na diversidade, ao mesmo tempo; a família, a classe, a lealdade e a paz sociais são esteios que se suportam uns nos outros”. (MONTENEGRO, 1967, p. 230).

Coube a Raimundo Girão iniciar o processo de legitimação da Secult perante a sociedade cearense, processo possível em razão do prestígio que o intelectual desfrutava em amplos setores sociais. No conceito de Geraldo Nobre, Girão era o intelectual mais ativo no Ceará desde 1935. Membro de instituições consagradas de cultura no Estado, exerceu diversos cargos na Administração Pública municipal e estadual, tendo sido prefeito de Fortaleza.

Contudo, apesar de mobilizar seus recursos sociais, políticos e culturais, Girão não conseguiu obter um consenso em torno de sua gestão. Como expressou o jornalista Carlos Dália, o problema da Secult não era só financeiro, mas da própria concepção de cultura ali defendida, uma concepção elitista que privilegiava os salões de arte afastados do povo. Como contraponto, Dália defendia a elaboração de um plano, tendo como principal finalidade levar ao povo o que é “genuinamente” dele⁵. Em outro artigo, defendeu uma campanha para repensar a tradição cultural cearense e favorecer o desenvolvimento artístico, que estaria cansado de imitar elementos não condizentes com a realidade local. Dessa maneira, estaria sendo feito algo pelo que chamou de “ceararentismo”⁶.

Mesmo quando a Secult voltava sua atenção para a cultura popular, era a partir de uma visão acadêmica e elitista. A revista *Aspectos*, publicação oficial do órgão, tinha como objetivo ser:

... uma larga resenha panorâmica da história da cultura cearense, no plano erudito, sem desdenhar, contudo, as nossas atividades culturais de ordem tradicional e popular (...) no sentido de uma melhor interpretação das raízes formadoras de nossa vida cultural (...) Essa tarefa ficará confiada a nomes dos mais representativos da nossa inteligência em todos os aspectos⁷.

Se Girão não conseguiu valorizar e popularizar o «ceararentismo», estas metas foram assumidas como prioritárias no governo seguinte, de César Cals, e

5 O POVO, 7.mar.1968, p. 05.

6 O POVO, 16/17.mar.1968, p. 05.

7 ASPECTOS, 1967, p. 09-10.

determinaram a escolha do novo secretário de Cultura, Ernando Uchoa Lima. Antes mesmo de assumir, o futuro governador discutiu as questões culturais de sua gestão na imprensa. O editorial do jornal *O POVO* comentou a declaração de Cals de que as atividades culturais se relacionariam com as exigências mais gerais de desenvolvimento social e econômico. A cultura, continua o editorial, não poderia valorizar e se restringir às manifestações de puro diletantismo e à “vida de cenáculos” e sim oferecer aos artistas os meios indispensáveis para desempenharem a missão de levar cultura ao povo⁸.

Formado em Filosofia e em Direito, Ernando Uchoa Lima, ao contrário de Raimundo Girão, não pertencia a nenhuma instituição cultural consagrada. Exerceu, contudo, o cargo de Secretário de Educação de Fortaleza e recebeu substancial votação para Senador, ficando como suplente. Uchoa era também auditor do Tribunal de Contas do Ceará, o que lhe deixava à vontade no trato com as leis e com a burocracia. Além desses predicados, o novo secretário, como revela Geraldo Nobre (1979), era habilidoso em conciliar interesses de pessoas e grupos.

No seu discurso de posse, Uchoa Lima anunciou como meta o esforço sistemático para popularizar e interiorizar a cultura. Dentre as atividades a serem implementadas, o secretário destacou as “jornadas culturais”, caravanas de artistas que saíam de Fortaleza para as cidades do interior, permitindo “incontestável intercâmbio entre os valores culturais da capital e do sertão cearense” (*O POVO*, 15.dez.71, p.50). De fato, as jornadas se tornaram a maior e a mais importante promoção da pasta, sempre valorizando a “prata da casa”, ou seja, os artistas locais, e o “cearentismo”. Segundo o editorial de *O POVO*, todos os que antes eram contra a Secult e pregavam sua extinção deveriam estar convencidos de que o órgão poderia “desenvolver ampla gama de atividades de natureza cultural em harmonia com as linhas gerais do desenvolvimento”, dentre as quais “aquelas que visam identificar o povo com as raízes de sua própria cultura” (*O POVO*, 20.out.1971, p. 03).

Indicador da boa recepção da política cultural de interiorização e popularização é o fato de Uchoa Lima ser considerado um dos melhores secretários do Governo e ter seu trabalho reconhecido pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC), órgão responsável na época pela política cultural. O jornalista Edmundo de Castro, ao comentar a administração de Girão, afirmou que a Secult era pouco atuante, com alguns “literatos” se reunindo à tarde para um bate-papo informal em recinto fechado, sem proveito para os “pobres mortais situados na periferia”⁹.

8 *O POVO*, 20.nov.70, p. 03.

9 *O POVO*, 30.ago.73, p. 13.

Já a marca da gestão de Uchoa Lima, mais político do que intelectual, era a do dinamismo.

O prestígio conquistado por Uchoa Lima garantiu sua permanência na mudança de governo, ainda que o novo governador, Adauto Bezerra, não tenha prestigiado a área como fez Cals. De todo modo, o secretário procurou manter sua linha de trabalho. Na exposição que fez à Assembleia Legislativa sobre seus planos na nova administração, reafirmou sua política de “irradiação cultural” junto às classes populares e de fortalecimento da cultura cearense por meio do estímulo ao folclore. A segunda administração de Uchoa Lima se beneficiou, por outro lado, do período de maior investimento do regime militar na cultura, ou seja, a partir de 1975, quando foi lançada a Política Nacional de Cultura e se ampliou o apoio do MEC aos órgãos estaduais.

Em setembro de 1977, Uchoa Lima deixou a Secult para assumir a função de membro do Tribunal de Contas do Estado. Foi substituído por Denizard Macedo, membro do Instituto do Ceará, da Academia Cearense de Letras e do CEC. Macedo, quando assumiu, fez questão de ressaltar a continuidade do plano administrativo desenvolvido por seu antecessor, mas, até pela filiação a entidades consagradas, não deixou de trazer de volta para o órgão aquela concepção “palaciana” de cultura. Deste modo, a Secult passaria a década seguinte, a despeito de seu gestor, atuando na promoção de expressões da cultura erudita e da popular, guiada pelo esforço de valorizar a identidade do povo cearense.

Este paradigma só seria quebrado com o início de um novo ciclo da política cearense, autointitulado de “mudancista”, que ascendeu ao poder por meio da eleição de Tasso Jereissati ao Governo do Estado em 1987. Jereissati representava o grupo de jovens empresários que participou do debate político-econômico cearense no período de distensão do regime militar e defendia a modernização dos setores produtivos e da gestão pública estaduais.

Em seu primeiro governo, Jereissati optou por priorizar secretários de perfil técnico, em detrimento de indicações dos aliados, o que não significou o total insulamento da máquina administrativa às demandas da classe política. Algumas secretarias e cargos do segundo escalão foram ocupados pela base de partidos, caso do então deputado estadual Barros Pinho, do PMDB, nomeado secretário de Cultura. Pinho foi vereador, prefeito de Fortaleza e duas vezes deputado estadual. Além de político, era professor no ensino secundário, poeta e membro da Academia Cearense de Letras.

Negociada dentro dos pactos políticos, a Secult tinha pouco prestígio no governo Tasso. Seis meses após o seu início, o jornal *O Povo* cobrou em editorial

que a área também fosse beneficiada com as mudanças em curso nas outras áreas da administração estadual: “Há um setor da administração pública estadual que se constitui em autêntico desafio aos propósitos mudancistas apregoados pelo gov. Tasso Jereissati – a seara cultural. Sempre às traças, sem recurso, desprestigiada (...) Falta ânimo, falta ação”¹⁰.

Esta situação só começou a mudar quando o “Governo das Mudanças” rompeu com parte de sua base política - em outras palavras, com algumas lideranças do PMDB. O intuito era centralizar ainda mais a máquina estatal nas mãos do núcleo afinado com o ideário mudancista, transformando-o em um grupo autônomo. Sintomática foi a passagem de Tasso Jereissati e dos políticos ligados a ele ao recém-criado PSDB. Com isto, a permanência de Barros Pinho no cargo ficou sem sustentação.

Para substituí-lo, Jereissati indicou Violeta Arraes, irmã do então governador de Pernambuco Miguel Arraes. Morando em Paris há muitos anos, Violeta foi, durante o regime militar, uma espécie de porto seguro para políticos, intelectuais e artistas brasileiros exilados pela ditadura e recém-chegados à cidade. Com efeito, mantinha um bom trânsito com a classe intelectual e artística nacional, além de contatos na estrutura pública de cultura da França. Por meio de seus contatos nacionais e internacionais, a Secretária implementou um conjunto de ações de grande visibilidade interna e com repercussões no resto do País. Em editorial, o jornal *O Povo* avaliou a possibilidade de uma nova era na cultura cearense:

A posse da Secretária de Cultura, Violeta Arraes, foi um acontecimento marcante pelo seu aspecto político e cultural (...) o Governo resolveu dar à Secretaria todo apoio financeiro e político de que a Pasta é merecedora (...) Certamente, o peso político da Sra. Violeta Arraes será uma garantia de que essa situação mudará e ela contará com os recursos que faltaram a seus antecessores. Mas muito mais alentador ainda será o seu empenho para transformar o Ceará num dos polos culturais do país¹¹.

De fato, sua passagem pela Secult foi um período de ebulição, mesmo enfrentando, em seu último ano da gestão, o desmonte da política cultural federal promovido pelo governo Collor, com extinção do MinC, bem como de inúmeros

10 *O Povo*, 16.ago.87.

11 *O Povo*, 26.jul.88.

órgãos e a redução de verbas para o setor. É possível reunir as ações da Secretaria nesse período em três linhas. A primeira, e a principal delas, foi a recuperação dos espaços físicos pertencentes à Secult, com destaque para o Theatro José de Alencar (TJA), que se encontrava em estado de quase ruína. A Secult promoveu a reforma estrutural do equipamento de 1989 a 1991, que passou a abrigar o Centro de Artes Cênicas com salas de ensaio e de exposição, biblioteca, oficina cênica etc, transformando-se em um dos mais modernos teatros do País.

A segunda linha de atuação da Secult foi a promoção de eventos de grande porte que, inevitavelmente, ganhavam a atenção da imprensa: a vinda do *Theatre du Soleil*, a realização do FestRio em Fortaleza, a apresentação do *Concerto Ruidística* sob a regência de Hans-Joachim Koellreutter, entre outros. Por fim, a tentativa de instalação de um polo de cinema no Ceará, o Complexo Industrial de Produções Cinematográficas e Áudio-Visuais do Nordeste, com assessoria de Luís Carlos Barreto, na época, o mais importante produtor audiovisual do País, projeto que acabou não se concretizando.

Com o fim do governo Tasso, seu sucessor foi o então prefeito de Fortaleza Ciro Gomes. Quando tomou posse, em 1991, Gomes nomeou como secretário de Cultura o publicitário Augusto Pontes, que ocupou a presidência da Fundação Cultural de Fortaleza durante sua administração na Prefeitura. Pontes era considerado um mestre por alguns dos melhores publicitários cearenses e participou, como letrista, da geração de intérpretes, músicos e compositores que saiu do Ceará nos anos 1970 e alcançou projeção nacional, como Fagner, Ednardo, Belchior, Amelinha, Fausto Nilo e Manassés.

Anunciando a continuação dos trabalhos oriundos do governo Tasso, Augusto Pontes, na realidade, não se revelou um bom gestor. Sua passagem pela Secult foi marcada por constantes conflitos com os intelectuais, artistas e com os próprios funcionários da Secretaria. No início de 1993, Gomes anunciou a reforma do secretariado, procurando impulsionar as secretarias avaliadas como deficitárias, nas quais incluiu a Secult. Pontes acabou substituído pelo também publicitário e jornalista Paulo Linhares.

Ao assumir o cargo, Linhares afirmou que sua gestão se basearia no tripé criação-difusão-animação. Ao contrário de seus antecessores, apresentou um Plano de Ações Culturais, que sinalizava a preocupação com a indústria cultural que se tornou, posteriormente, a marca de sua gestão (BARBALHO, 2005). De fato, a Secult viveu um período intenso com os projetos de formação artística, a construção do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura e os eventos sistemáticos como a Feira do Livro e o Festival de Cinema e outros pontuais.

Em agosto de 1993, a Secult lançou o projeto “Luz, Câmera e Imaginação”, cujo objetivo era realizar uma série de cursos para capacitar profissionais nas diversas áreas ligadas ao audiovisual. Na parte de realização, o projeto selecionou roteiros de vídeos para serem produzidos com apoio técnico e financeiro da Secretaria. O mesmo formato de cursos específicos e de curta duração foi adotado nas artes visuais por meio do projeto “Criação” e nas artes cênicas com o “Encenação”.

No ano seguinte, saiu a segunda edição do “Luz, Câmera e Imaginação”. Naquele momento, o projeto foi anunciado como o primeiro passo para a instalação de uma futura Escola de Cinema do Ceará. Um dos envolvidos com a proposta, o cineasta Orlando Senna, escreveu um artigo onde defendeu que o “Luz, Câmera e Imaginação” não se comparava em dimensão e qualidade a qualquer outro existente no restante do País. Com a união dos empresários aos esforços comandados pelo Governo estadual junto aos cineastas e à Universidade Federal do Ceará, “o Ceará abrirá as portas do novo século como um Estado exportador de produtos audiovisuais. O que significa, como sabem todos, uma vanguarda cultural e econômica”¹².

No novo governo Jereissati (1995-1998), Linhares permaneceu à frente da Secult e deu prosseguimento à sua política cultural. A meta do secretário era transformar Fortaleza em uma metrópole cultural. Para isso, fazia-se necessário romper com o que qualificava de provincianismo do campo cultural local, o que só ocorreria com o investimento público, em especial nos setores de ponta da produção cultural, ou seja, na indústria cultural. Para tanto, propôs um Plano de Desenvolvimento Cultural (1995-1996) que estabelecia as estratégias gerais da Secult, bem como seus objetivos específicos e táticas a serem utilizadas. Esta foi a primeira política de cultura elaborada no Ceará que se tornou pública e que norteou por muitos anos a política cultural estadual.

Outra importante medida de Linhares foi a adoção de uma política de incentivo fiscal à cultura por via da Lei No. 12.464, conhecida como Lei Jereissati, sancionada em junho de 1995. A lei permitia aos contribuintes do ICMS que apoiassem financeiramente os projetos aprovados pela Secult com a dedução de até 2% do imposto pago mensalmente. As áreas abrangidas pela Lei Jereissati eram: 1. Música; 2. Artes Cênicas; 3. Fotografia, Cinema e Vídeo; 4. Literatura, inclusive de cordel; 5. Artes Plásticas e Gráficas; 6. Artesanato e Folclore; 7. Pesquisa Cultural ou Artística; 8. Patrimônio Histórico e Artístico; 9. Filatelia e Numismática; 10. Editoração de Publicações. O apoio podia ser direto ao proponente ou em favor

12 O Povo, 17.nov.94.

do Fundo Estadual de Cultura (FEC), instituído pela mesma lei. Por meio do FEC, a Secult se habilitava a captar recursos junto ao empresariado, podendo, assim, aumentar sua dotação orçamentária.

Sua principal ação, nesse período, contudo, foi a criação em, 1996, do Instituto Dragão do Mar de Arte e Indústria de Audiovisual para atuar na formação e capacitação de profissionais para “o mercado da emergente indústria cultural cearense”. O Instituto tinha como Diretor Executivo o cineasta Maurice Capovilla¹³ e era formado por três centros: o Centro de Estudos de Dramaturgia, o Centro de Estudos Básicos e o Centro de Design. O objetivo do Centro de Estudos de Dramaturgia, coordenado por Orlando Senna¹⁴, era suprir a carência de bons roteiristas no mercado brasileiro de cinema, vídeo, teatro, rádio, televisão e publicidade. O curso durava dois anos e seu currículo incluía os Cursos de Formação I – iniciação e capacitação de roteiristas para cinema, vídeo e televisão – e de Formação II – capacitação especializada em cinco opções: ficção, documentário, publicidade, rádio e teatro – além das Oficinas, de caráter prático, e dos Seminários, de caráter teórico. Os professores dos Cursos, das Oficinas e dos Seminários vinham, em sua maioria, de outros estados ou mesmo de fora do país.

Posteriormente, foi criado o Colégio de Direção Teatral dentro do Centro de Dramaturgia. O Colégio, dirigido por Antônio Mercado, ofertava uma “macro-oficina” com um ano de duração, destinada a encenadores e atores, que, além das aulas teóricas e práticas, deveriam montar exercícios cênicos. O Centro de Dramaturgia promoveu diversas outras atividades, afora o curso principal, como, por exemplo, o Laboratório de Roteiros, um evento que reuniu roteiristas do Nordeste durante cinco dias para discutirem seus trabalhos com profissionais de reconhecimento nacional e internacional.

O Centro de Design, coordenado por Eduardo Barroso, oferecia o Curso Técnico em Design com duração de dois anos. A grade curricular do Curso era formada por: primeiro semestre - formação básica e identificação e análise de problemas relacionados ao *design*; segundo semestre - formação conceitual e desenvolvimento de projetos de design gráfico; terceiro semestre - cultura

13 Maurice Capovilla, além de sua carreira como cineasta, tendo realizado mais de 50 filmes, e diretor de TV, tinha experiências na área do magistério. Ele fundou o Curso de Realização Cinematográfica da ECA-USP e lecionou na Escuela de San Antonio de los Baños.

14 Tal como Capovilla, Orlando Senna trazia em seu currículo tanto experiências de realizações em cinema e TV, quanto no magistério. Ele foi diretor da Escuela de San Antonio de los Baños de 1991 a 1994, além de ser vice presidente da Federación de Escuelas de Imagem e Sonido da América Latina e membro do Conselho Superior da Fundación Del Nuevo Cine Latino-Americano.

tecnológica e projeto de produto; quarto semestre - gerenciamento de *design* e projetos de conclusão.

O Centro de Estudos Básicos era composto de cinco subprogramas, cada um com seu coordenador: Cinema e Vídeo; Design em Artesanato; Artes Plásticas; Gestão Cultural; e Artes Cênicas. O Centro de Estudos Básicos oferecia cursos profissionalizantes sequenciais de curta duração nas diversas áreas de atuação dos cinco subprogramas como, por exemplo: Gestão Cultural – Produção de Eventos Culturais; Leis de Incentivo, Formatação de Projetos e Captação de Recursos; Fotografia de Cena (*still*); Técnica de Som; Direção de Produção; Cenotécnica e Carpintaria Teatral; Figurino; Design em Artesanato – Design de Embalagens.

O público-alvo desses cursos, oferecidos em Fortaleza e noutras cidades do estado, era a população de baixa renda que poderia, por meio deles, se capacitar para atuar nas empresas de serviços culturais e de entretenimento. Com esse perfil de capacitação para o trabalho, o Centro de Estudos Básicos contou com financiamento do Fundo de Apoio ao Trabalhador (FAT), mantido pelo Ministério do Trabalho. É importante assinalar que todos os cursos oferecidos pelo Instituto, desde os mais curtos, como os do Centro de Formação Básica, até os de maior carga horária, eram gratuitos. Após um semestre de atividades, o Instituto, segundo divulgou a imprensa, ofertou mais de 200 cursos na capital e no restante do estado, por onde passaram 3 mil alunos. Ao final do primeiro ano de atuação, foram 313 cursos e 7.639 vagas. A partir desses números, Capovilla avaliava que havia uma indústria cultural emergente no Ceará¹⁵.

Experiências da modernização cultural cearense

Para Renato Ortiz (1988), a modernização cultural brasileira se concretiza conservando uma tradição, o tradicional e o moderno se penetraram neste processo. O advento de uma sociedade de consumo de massa e a consolidação de um mercado de bens simbólicos, nos anos de 1960 e 1970, operados numa articulação entre Estado autoritário e mercado, fez deste último agente definidor do campo da produção da cultura. Numa conjunção política que lhe foi favorável, não só o Estado, mas uma série de importantes intermediários do trabalho cultural (vinculados às companhias transnacionais, alinhadas às políticas discricionárias) tomou para si e realizou a tarefa da integração nacional, aproximando os consumidores, intensificando a oferta e o consumo de produtos em todo o Território Nacional, internacionalizando a produção

15 O Povo, 30.jul.96.

cultural e inscrevendo o transnacional na formação de uma nacionalidade dita “periférica”¹⁶.

Na verdade, a questão nacional foi tomada como ideologia pelo mercado mundial, pelas indústrias culturais capazes de produzir a mais “autêntica” cultura brasileira para consumo interno e exportação. As questões relativas à identidade nacional, à integração nacional e à cultura nacional-popular, vinculadas a outras tradições brasileiras, passaram a ser equacionadas em novos termos, transpondo os limites internos da nação, definiram-se no âmbito de uma cultura internacional-popular, mobilizada pelas ações de grupos empresariais inseridos num mercado mundial (ORTIZ, 1988).

Noutros termos, as questões do nacional e do popular que marcaram as discussões sobre o processo de modernização da cultura brasileira, implicando classificações e hierarquizações da produção cultural associadas à problemática da formação da identidade nacional, alteraram-se após a consolidação de uma indústria cultural no país. O incremento da produção, distribuição e circulação dos bens simbólicos ultrapassou o espaço social brasileiro, tanto em termos práticos, quanto teóricos, inserindo as discussões sobre a cultura brasileira em um novo e mais alargado patamar (MIRA; BARRETO, 2018).

A circulação do “internacional-popular” colocou em xeque a ficção bem fundada das formações eminentemente nacionais das identidades nacionais, na medida em que destacou sua heterogeneidade, levada a efeito pela inexorável marcha do processo de racionalização capitalista, que efetivamente jamais conheceu os limites entre as fronteiras nacionais. Gradativamente, com a intensificação sucessiva da mundialização da cultura, irrompeu a história transnacional que subentendia as formações nacionais, tantas vezes encoberta pelos nacionalismos (SAPIRO, 2013; BOSCHETTI, 2010; THIESSE, 1999).

Explicar a constituição dos campos da produção da cultura nestes termos significa considerar a existência dos campos em escala mundial - realidade atestada pela circulação dos bens simbólicos no mercado global, pelos distintos graus de nacionalização, desnacionalização e internacionalização de determinados produtos em seus mercados nacionais, pelas posições dos campos nacionais no espaço internacional, pelas redes de colaborações que se estendem além fronteiras nacionais, pela participação de seus agentes em instâncias específicas internacionais, supranacionais ou transnacionais. Fez-se ver que eventos de circulação, trocas e transferências entre espaços culturais assimétricos são

16 É figurativa deste processo a criação de instituições públicas como a Embratel (1965), Embrasil (1969) e Funarte (1975), Radiobras (1976), por exemplo (ORTIZ, 1994).

insígnias estruturantes das dinâmicas de funcionamento destes campos (SAPIRO, 2013; ROUEFF, 2013; LIZÉ *et al*, 2011; BOSCHETTI, 2010).

É, portanto, um novo contexto que aponta para a necessidade de discutir como se consolidou um mercado de bens simbólicos no Ceará, reflexo de seu processo de modernização cultural, tendo como base duas condições de heteronomia experimentadas pelo Estado que, antes de inviabilizarem a constituição de seus campos de produção da cultura, estruturaram suas experiências mais autônomas: a condição periférica dos campos artísticos regionais, na constituição dos campos nacionais da produção simbólica, e sua posterior posição simétrica, conquistada com suporte nas tentativas de internacionalização de sua produção cultural.

No primeiro caso, o Ceará e seus campos artísticos, malgrado sua incipiência, a forte dependência do Estado e o altruísmo da elite nativa, foram parte constitutiva das trocas, transferências e redes de colaborações culturais que concorreram para a conformação de uma cultura nacional-popular¹⁷. Todos os capítulos deste livro retêm partes desta discussão, isto é, evocam os princípios de oposição estrutural que regem a atividade e a competição específica entre os estabelecidos e os grupos que ocupam posições dominadas, provocam, de alguma maneira, as ideias de uma dependência unívoca dos últimos em relação aos primeiros. Os dois capítulos que abrem este livro dedicam-se a interpretar as contribuições da publicidade e da televisão, feitas no Ceará, para os projetos de territorialização da cultura nacional.

Em *A publicidade cearense: da voz ao virtual*, Gilmar de Carvalho recupera os primórdios da produção publicitária, dos esforços de profissionalização, faz ver como vai se firmando uma racionalidade comercial nas empresas publicitárias. O rádio, os impressos e a televisão cumpriram um papel primordial na consolidação e especialização do mercado publicitário. O autor manifesta como o pioneirismo dos realizadores e o amadorismo técnico e administrativo do início fomentaram a base técnica especializada, o que, posteriormente, assegurou o fluxo contínuo da produção e circulação dos produtos. A história das práticas publicitárias, da maneira como é aqui expressa, nos permite hipotetizar sobre as relações assimétricas entre centros e periferias. Hoje, uma competitividade global parece re-graduar as marcas das territorialidades (dos regionalismos) na produção publicitária, reordenando aquelas relações de dependência.

As vinculações entre “princípios atávicos” e “manifestações modernas” são igualmente examinadas, em *Televisão e modernização cultural* de Mariana

17 Além do exemplo já citado, mencionamos o inaugural e mais emblemático de todos, O *Guarani*, de José de Alencar, mito fundador da brasilidade, parte representativa de uma identidade nacional (ORTIZ, 1992).

Barreto. A perspectiva trabalhada ultrapassa uma polarização mecânica entre ambos; diferentemente, o regional é discutido como fonte essencial para uma influência nacional e internacional da produção. A rede de colaborações entre as emissoras matrizes e afiliadas, exportando recursos humanos e consumindo produções importadas, por exemplo, designam a “dependência simbólica”¹⁸ existente nos arranjos entre metrópoles e províncias.

No segundo caso, com as tentativas de mundialização das formações regionais, provocando alterações na morfologia das relações entre os campos centrais e periféricos para além dos limites territoriais nacionais, observou-se uma diversificação das atividades culturais, das profissões artísticas, das redes de intermediários do trabalho artístico, revelando uma diferenciação social, prenúncio da existência de uma relativa autonomia dos campos da produção simbólica no Estado.

A discussão levada a efeito há pouco, sobre as mútuas dependências entre cultura e Estado, as políticas públicas de internacionalização da produção cultural cearense, arregimentadas pelos secretários de cultura, desde meados dos anos de 1990, como “recurso” contra as defasagens e marginalizações experimentadas pelo Ceará no campo nacional, não se fizeram sobre terra arrasada; as condições de possibilidades reais e práticas de uma internacionalização das produções culturais regionais estavam estritamente vinculadas às formações de uma cultura nacional-popular, da qual o Ceará, mesmo em condição periférica, havia contribuído sobremaneira para sua consolidação, na medida em que a região era parte da diversidade que definia a unidade nacional.

De certo modo, o segundo conjunto de capítulos deste livro atualiza e reforça a necessidade de reconhecimento dos vínculos entre estes dois momentos da produção da cultura como bem simbólico no Ceará. Ele permite que percebamos, na formação cultural cearense, a força do processo de realização da “moderna tradição brasileira” e de sua etapa de mundialização, sem recusar o debate com seu passado autoritário e conservador, tão modernizador quanto as políticas públicas de integração da cultura num mercado ajustado aos padrões nacionais e internacionais.

A discussão empreendida por Rodrigo Capistrano, em *Produção e formação em audiovisual no Ceará*, percorre uma breve história da produção

18 De acordo com Bourdieu, a defasagem estrutural entre centros e periferias é artifice e reprodutora da “dependência simbólica” de uns em relação aos outros, operando mudanças de posição entre dominantes e dominados nas classificações específicas de cada campo. A “dependência simbólica” dos centros em relação às províncias encontra nos “exotismos literários” um exemplo fecundo do incremento destas relações. Para uma introdução à discussão, ver BOURDIEU (1985) e BARRETO (2020).

cinematográfica no Estado. O autor mostra como se fomentaram produtores e públicos, marca a indissociabilidade entre formação e realização em audiovisual e cinema, notando o crescimento de redes colaborativas de execução, estabelecendo variados modelos de negócios transpondo os padrões “mercadológicos do modelo industrial”; não sem antes enfatizar a questão do audiovisual como objeto de um debate sobre políticas públicas capazes de contrabalançar os poderes das convergências das mídias, atuando, ainda que intermitentemente, como mediador no jogo de poder, no qual se inserem os produtores de imagem.

Numa outra visão sobre as intermediações, Andréa Borges Leão e Ana Cíntia Moreira Sales mostram como um mercado editorial assume a função de mediador privilegiado entre a sociedade e a formação escolar de leitores (as), tomando o desenvolvimento da edição de livros infantis e juvenis, como objeto heurístico para o exame do processo de profissionalização do trabalho literário no Ceará. *Modernidade transnacional: edição de literatura infantil no Ceará* denota que as relações de heteronomia, móveis das disputas no campo da edição de livros, não chega a configurar-se como obstáculo intransponível para as estratégias de autonomização; as posições ocupadas pelos agentes, pelas práticas e instituições, são apreendidas pelas autoras em movimentos tendenciais, deixando ver as estratégias que combinam inovação e a aplicação de fórmulas conhecidas como recurso para o reconhecimento.

Rosa Primo, em *Desmontagem: da nobreza à rua um mesmo outro corpo dançante*, apresenta um objeto pouco discutido no âmbito da formação e consolidação de um mercado de bens simbólicos entre nós. A dança é examinada pela autora numa perspectiva ampliada, que toma o “corpo” como representação de um ofício que se fez entre a denúncia da inexistência de uma tradição e o elogio ao voluntarismo, dualismo estrutural identificado às modernidades periféricas. A autora mostra como as lacunas impostas por tais “regras de excelência”, invariavelmente oriundas dos centros hegemônicos, mobilizaram agentes, práticas e instituições, na modernização do espaço da dança no Ceará ao longo do século XX.

Por fim, Alexandre Barbalho, em *Fotografia autoral no Ceará: tempos de formação*, mapeia a formação do campo da fotografia autoral, atendo-se ao exame da trajetória de Chico Albuquerque, fotógrafo que, parafraseando Bastos (2018, p. 26-27)¹⁹, tomou sua periferia como desafio metodológico, o que deu a sua obra

19 Segundo a autora, na obra de Florestan Fernandes, a periferia pode ser vista como um método, isto é, se existem interpretações dos processos sociais como um *continuum*, tais análises ganhariam plausibilidade somente se “[...] as duas pontas do *continuum* se encontrassem e esse encontro gerasse ao mesmo tempo o objetivo, a unidade empírica de pesquisa, a busca do suporte teórico e o

um caráter simultaneamente nacional e cosmopolita. As articulações entre o moderno e o tradicional, o velho e o novo, a cidade, o campo e litoral não foram tomadas numa linearidade que as polarizou; as apresentações do litoral em sua obra, por exemplo, desarrumam os esquemas de percepção sobre as dualidades fixadas entre as cidades e “o campo”. Numa seara de natureza marcadamente internacional, a obra do fotógrafo, seus métodos, ganharam em universalidade, modelando o que seria a moderna fotografia cearense e brasileira.

É a força destes processos, as alterações que são capazes de empreender entre as hegemonias regionais, nacionais e internacionais, a partir da formação dos campos nacionais e transnacionais, objeto deste projeto. Como ressalta Sapiro (2013), as estratégias de atuação entre campos nacionais dominantes e dominados têm no espaço internacional um lugar privilegiado para a subversão das dominações. Escrutinar tais relações com suporte nas formações regionais, sem encerrá-las em suas fronteiras regionais e/ou nacionais; considerar os trânsitos de empréstimos e intercâmbios de produtos das indústrias culturais que se realizam nos espaços transnacionais onde também participam, é romper com a crença de que só há o que dizer sobre a heteronomia dos campos da produção cultural se comparada à autonomia de outros, cujos padrões de dependência presumivelmente nunca existiram.

Nos capítulos que compõem este livro, ainda que tal debate esteja mostrado de maneira introdutória, presumimos que seu mérito consiste justamente em abrir caminho aos novos estudos sobre a produção da cultura no Ceará, preenchendo os silêncios sobre estes temas. Ao final da leitura, acreditamos que cada leitora e cada leitor concordarão conosco: há muito a ser dito, pesquisado e reexaminado sobre esta temática e seus objetos, sobre as “dependências simbólicas” que marcam as relações nada mecânicas entre metrópoles e províncias no mundo da cultura.

Referências bibliográficas

- ABREU, Capistrano de. **Capítulos de História colonial**, 1500 – 1800. São Paulo: Publifolha, 2000.
- ABUL-EL-HAJ, Jawdat. Classe, poder e administração pública no Ceará. In: PARENTE, J., ARRUDA, J. M. (orgs.). **A era Jereissati**. Modernidade e mito. Fortaleza: Fund. Demócrito Rocha, 2002. p. 83-106.
- AMORA, Zenilde Baima. Aspectos históricos da industrialização no Ceará.

método de investigação”. (BASTOS, 2018, p. 27). Retenho desta ideia o fato de Chico Albuquerque, em seu método, não ter feito concessões às crenças de linearidade que marcavam as relações entre centros hegemônicos autônomos e periferias dependentes.

- In: SOUZA, Simone de. (org). **História do Ceará**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1994. p. 121-128.
- ARAGÃO, Elizabeth. **A trajetória da indústria têxtil no Ceará: o setor de fiação e tecelagem (1880-1950)**. Fortaleza: UFC, 1989.
- BARBALHO, Alexandre. **A modernização da cultura**. Políticas para o audiovisual nos governos Tasso Jereissati e Ciro Gomes. Fortaleza: UFC, 2005.
- _____. **Relações entre Estado e cultura no Brasil**. Ijuí: Unijuí, 1998.
- BARRETO, Mariana. Fronteiras nacionais, fronteiras literárias e as metamorfoses da dominação simbólica. **Revista Pós Ciências Sociais**, v.17, n. 34, 2020. Disponível em: <http://www.periodicosoletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/14698>, acesso em 03/08/2020.
- _____; ANDRÉ, Gabriella. Artistas cearenses e circulação da música popular. **Teoria e Cultura**, Vol. 13, Nº. 2, Dezembro de 2018, Disponível em: <https://periodicos.ufrf.br/index.php/TeoriaeCultura/article/view/13924>, acesso em 28/06/2020.
- BASTOS, Élide R. Uma sociologia local e cosmopolita. In: CHAGURI, Mariana e MEDEIROS, Mário (orgs.). **Rumos do Sul**. Periferia e pensamento social. São Paulo: Alameda, 2018.
- BONFIM, Washington. De Távora a Jereissati: duas décadas de política no Ceará. In: PARENTE, J., ARRUDA, J. M. (orgs.). **A era Jereissati**. Modernidade e mito. Fortaleza: Fund. Demócrito Rocha, 2002. p. 35-62.
- BOSCHETTI, A. (dir.). **L'Espace Culturel Transnational**. Paris: Nouveau Monde, 2010.
- BOURDIEU, Pierre. Existe-t-il une littérature belge? Limites d'un champ et frontières politiques. **Études de Lettres**, Nº 4, 1985, p. 3-6.
- _____. **O poder simbólico**. Lisboa: Ed. Difel, 1989.
- GIRÃO, Raimundo. Discurso. **Aspectos**, Fortaleza, no 1, Ano 1, p. 224-228, 1967.
- GIRÃO, Valdelice. As charqueadas. In: SOUZA, Simone de. (org). **História do Ceará**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1994. p. 25-44.
- GONDIM, Linda. **Clientelismo e modernidade nas políticas públicas**. Os "Governos das Mudanças" no Ceará (1987-1994). Ijuí: Unijuí, 1998.
- LINHARES, Paulo. **Cidade de água e sal**. Por uma antropologia do litoral do Nordeste sem cana e sem açúcar. Fortaleza: Fund. Demócrito Rocha, 1992.
- LIZÉ, W.; NAUDIER, D.; ROUEFF, O. **Intermédiaires du Travail Artistique: à la Frontière de l'Art et du Commerce**. Paris: Département des Études, de la Prospective et des Statistiques, 2011.
- MENEZES, Djacir. **O outro Nordeste**. Ensaio sobre a evolução social e política do

- Nordeste da “civilização do couro”. Fortaleza: UFC, 1995.
- MIRA, C.; BARRETO, M. *O claro assombro de nossa moderna tradição*. **Revista Ciências Sociais Unisinos**, N. 54, Vol. 2, Maio/Agosto 2018. P. 148-154.
- MONTENEGRO, Braga. Discurso. **Aspectos**, Fortaleza, no 1, Ano 1, p. 228-231, 1967.
- NOBRE, Geraldo da Silva. **Para a história cultural do Ceará**. O Conselho Estadual de Cultura (1966-1976). Fortaleza: Henriqueta Galeno, 1979.
- ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- _____. **Românticos e Folcloristas**. Cultura popular. São Paulo: Olho d'Água, 1992.
- _____. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. 4ª Edição. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- _____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- PARENTE, Josênio. **A fé e a razão na política**. Conservadorismo e modernidade das elites cearenses. Fortaleza: UFC, 2000.
- _____. O Ceará e a modernidade. In: PARENTE, J., ARRUDA, J. M. (orgs.). **A era Jereissati**. Modernidade e mito. Fortaleza: Fund. Demócrito Rocha, 2002. p. 125-144.
- PONTE, Sebastião. **Fortaleza Belle Époque**. Reformas urbanas e controle social (1860-1930). Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1993.
- ROUEFF, O. Les homologues structurales: une magie sociale sans magie? La place des intermédiaires dans la fabrique des valeurs. In: COULANGEON, P. *et al.* 2013. **Trente Ans Après La Distinction, de Pierre Bourdieu**. Paris: La Découverte, 2013.
- SAPIRO, G. Le champ est-il national? La théorie de la différenciation social au prisme de l'histoire globale. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, Théorie du Champ, n. 200, p. 71-85, Décembre 2013.
- SILVA, José B.. *O algodão na organização do espaço*. In: SOUZA, Simone de. (org). **História do Ceará**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1994. p. 81-92.
- THIESSE, A. M. **La Création des Identités Nationales**. Europe XVIIIe – XXe siècle. Paris: Seuil, 1999.
- VIDAL, Márcia. **Imprensa e poder**. O I e II Veterados (1963/1966 e 1979/1982) no jornal *O Povo*. Fortaleza: Secult, 1994.

Capítulo 1

A publicidade cearense: da voz ao virtual

Gilmar de Carvalho

Os pregões ecoavam nos becos e travessas, feiras e mercados dos lugarejos, e estabeleceram uma cumplicidade entre consumidores e mascates.

Os sons se confundiam com as parlendas (“Hoje é domingo / do pé do cachimbo”), as cantigas de roda (“Senhora Dona Sancha / coberta de ouro e prata”), os acalantos (“Dorme, menino/ Que eu tenho o que fazer / Vou lavar e engomar/ camisinha pra você”).

Também se alternavam com os motes das cantorias (“Nem todo pau dá esteio”), os aboios (ê boi!!!), as loas dos maracatus (“Eu vou, eu vou/ e você não vai / apanhar macaúba / no balaio”) e o torém dos Tremembés (“Aratiu pirariquê/ Arati pirá verama / Aídi Boiquê”). Tudo isso formava um grande texto oral, a partir do qual se articularam o escrito e o impresso.

Uma publicidade e / ou propaganda institucionalizada passou a ser feita a partir da instalação da imprensa no Ceará, em 1824. O “Diário do Governo do Ceará”, que dava sustentação à Confederação do Equador, e circulava duas vezes por semana.

Foi preciso esperar por outras publicações, que trouxessem, em suas caixas de tipos, clichês de garrafas de vinho do Porto ou Bordeaux; de bacalhau e salmões; de produtos de toucador; de casas, que ilustrariam anúncios de aluguel e venda, e da sórdida propaganda escravagista, com seus *negros fujões*, que nos davam as pistas das torturas às quais os cativos e as cativas eram submetidos (as).

Dizia o anúncio de “O Sol”: “A 50 dias desapareceu de Mecejana Cláudio, cabra, cabellos de carrapicho, idade de 50 annos acima, quebrado, estatura regular, grosso de corpo, tocador de gaita, levou camisa de madapolão, muito prosista, e bebe bastante: quem o aprehender o leve naquella povoação a sua Sra. Viúva D. Roza, que será generosamente recompensado” (21 de dezembro de 1862).¹

1 Eduardo Campos fez levantamento destes anúncios no livro “Revelações da Condição de Vida

Os anúncios eram, na maioria das vezes, com exceção dos educativos e os de interesse público, índices de um consumo de qualidade, por parte das elites econômicas. Por outro lado, acentuavam o fosso entre a cidade que se urbanizava, ganhava “boulevards”, sobrados, água encanada, teatros, iluminação pública e a Fortaleza do areal, com seus casebres de palha e as pessoas que consumiam peixes, farinhas e rapaduras.

Podem ser feitas várias leituras a partir dos anúncios: dos pontos de vista da alimentação, das modas, do lazer. O objetivo era compreender o desejo das pessoas, os sonhos, e o esforço feito pelo comércio para atender a estas expectativas, com promoções, e a veiculação de anúncios em prosa e versos. Algumas chamadas se aproximavam do que o varejo promete hoje, como “preços sem concorrência”².

“O Cearense”, na sua edição de 24 de dezembro de 1896, trazia o anúncio que diluía os referenciais da poesia, e acenava com os códigos de sedução aos leitores, às vésperas do Natal: “Vende o amável Severo: / Presunto, paio e cuminho, / Patê, foie, grão de bico,/ Farinha d’água e cravinho, / Tapioca do Pará / O queijo do Ceará !/ Venha ver, oh meu freguez, / Preto e do branco o feijão / Muito fresco macarrão ,/ Batatas e toucinho inglez”.

À medida que a cidade se reforçava como capital, e tornava esta condição irreversível, o consumo se diversificava. Bom lembrar que tudo isso era muito recente, fruto da «abertura» dos portos do Brasil para as nações amigas, com a chegada da Corte, em 1808. O Ceará ganhou as primeiras linhas regulares de navio para Londres, em 1810, apesar de toda a precariedade de nosso porto.

Antes, tínhamos de nos contentar com a indústria de bens de consumo brasileira, o que não exigia a briga dos “reclames” e esta agressividade que o frágil capitalismo instalava entre nós.

Atravessamos o século XIX embalados pelos anúncios dos jornais. Estes estimulavam as querelas entre conservadores e liberais, partidos que se alternavam no poder, interferindo na formação dos gabinetes, e na nomeação dos dirigentes das províncias, depois de 1822.

Boa parte destes jornais foi microfilmada, o que nos permite uma leitura dos anúncios com um certo conforto, e uma chance de releitura, que nos possibilitará descobertas, foco nos detalhes, outras angulações, e a certeza de que tentaram fazer a coisa certa, de acordo com o que seria, tempos depois, chamado

dos Cativos do Ceará” (CAMPOS, 1984).

2 “Vende tudo por menos que em qualquer outra parte”, “pelo diminuto preço”, “Por baratíssimo preço” foram alguns dos pontos de vendas dos anúncios deste período. A recolha foi feita por mim, na primeira metade dos anos 1980, na Hemeroteca da Biblioteca Pública Menezes Pimentel.

de discurso sedutor, com recurso à retórica, argumentação consistente, ilustrações marcantes, à medida em que se libertava da caixa de tipos e ousava, recorrendo à xilogravura, depois aos clichês de metal, à fotografia, e, por fim ao *offset*, que possibilitou uma revolução nos anúncios da mídia impressa.

A Padaria Espiritual, uma das mais barulhentas e performáticas associações de letras e artes do Brasil de todos os tempos (1892/ 1896), tinha seu jornal, e prometia, no seu “Programa de Instalação”, a publicação de “um almanaque ilustrado do Ceará, contendo: indicações úteis, e principalmente inúteis, primores literários e anúncios de bacalhau”. O jornal talvez não tivesse sobrevivido sem anúncios, que não eram exatamente de bacalhau, mas do empório Estrella do Oriente, do Salão Isidro, da Casa Confúcio, da Phoenix Caixeiral, do agente de leilões Oliveira Rola, do Estaminet Europeu que prometia “boa mesa e preços módicos”.

Este periódico marcou a cena cultural cearense deste período, e apontou na direção do futuro, levando irreverência, alegria, ironia, e ruptura, onde antes só havia diluição, conformismo, e estética do colonizador.

A fotografia surgiu em meados do século XIX e custou a chegar aos jornais, só o fazendo na virada para o século XX. O cinema, do finalzinho do século XIX, só vai ser apropriado pela publicidade, de forma convincente, na segunda metade do século XX, com o advento da televisão. O disco, que impulsionaria a indústria dos jingles, e levaria à “idade de ouro” do rádio, começa a cumprir seu papel depois de 1922, com as experiências das emissões por conta do centenário da Independência, e chegaram ao seu auge no período Vargas (1930/ 1945).

A incubação destas linguagens e suportes de anúncios levava a um grande número de pessoas envolvidas. Os anúncios impressos, por exemplo, recorriam a poetas, escritores, e bacharéis em Direito, que ganhavam algum dinheiro prestando este serviço “menor”, enquanto buscavam espaços nos jornais para publicar artigos ou sonetos e alavancar suas carreiras políticas ou literárias.

Os jornais tentavam atualizar equipamentos e se tornar menos confusos. Não existiam as editorias, e as notícias se embaralhavam na mesma página. Um crime podia ficar ao lado de um jogo de futebol, os comentários sobre um filme dividiam a atenção do leitor com um informe político, e assim por diante.

O “Correio do Ceará”, fundado em 1915, por A.C. Mendes, é tido pelos historiadores da imprensa como uma tentativa de atender ao leitor mais exigente deste período. Bem humorado, o jornal acolhia os “ineditoriais” de Manezinho do Bispo, que gestava no jornal o material que iria para seus folhetos de “Máximas e Pensamentos”, publicados até sua morte, em 1923.

O teatro de Carlos Câmara levava os bondes a circular até mais tarde, para possibilitar a volta para casa dos que iam participar dos espetáculos do Calçamento de Messejana (hoje Avenida Visconde do Rio Branco), nos anos 1920. As lojas ganhavam protagonismo, e se transformavam em personagens, na medida em que pagavam para que estes espetáculos fossem produzidos, numa antecipação do chamado “merchandising”.

Cantava uma atriz: “Eu sou a Casa Jayme / A melhor da Capital / De escolhida freguesia / Não há outra igual / Por todas sou procurada / Do sertão ao litoral / Sou a mais afreguesada / Não há, não há outra igual”.

Tecidos com logomarcas das Casas Pernambucanas e da indústria de têxtil Paulista (do mesmo grupo Lundgren), eram usados como “panos de boca” das caixas cênicas do teatro de Carlos Câmara. Também eram suportes para os cenários pintados das peças do Mestre, que conseguiu contagiar Fortaleza com suas burletas e se divertir com personagens matutos, inadaptados ao contexto de uma cidade que sonhava em ser metrópole.

O “Cordão das Coca-Colas”, bloco formado de rapazes que debochavam, de modo machista e ciumento, das moças que namoravam norte-americanos da Base do Cocorote, desfilou no carnaval de rua de Fortaleza, no pós-guerra. Não era publicidade do refrigerante, mas uma forma de revidar o fato de terem sido preteridos, no jogo amoroso, pelas moças que preferiram a companhia dos “gringos”.

Os rapazes vestidos de mulher teriam pouco espaço, hoje, em um contexto com ênfase no feminismo e no respeito aos gêneros, como passou a advertir, décadas depois, o “politicamente correto”, um conjunto de normas que levou à valorização da linguagem como suporte de ideologias, nas últimas décadas do século XX.

O rádio chegou ao Ceará, em 1934, com o modelo de rádio sociedade, onde os ouvintes eram também “donos” da emissora, e trouxe forte impacto na mídia, antes dominada pelos jornais.

“Ceará Rádio Clube”, a velha PRE-9, dava vazão ao que a indústria fonográfica lançava, e a presença cearense era tímida. Mário Pinheiro já gravava, na Casa Edison, canções de Ramos Cotôco, sem dar os créditos ao poeta, compositor, pintor, desenhista, autor dos “Cantares Bohêmios”. Cotôco deixou uma obra marcada pela ironia, pelo mal-estar com a pequena burguesia da cidade, e debochava dos padrões de comportamento hipócritas, com os quais não estava de acordo.

O rádio veio trazer os “spots”, nos quais o locutor lia textos das promoções de vendas, do prestígio de lojas, da publicidade de um modo geral.

As emissões eram uma febre, e a emissora pioneira passou para o controle dos Diários Associados, a maior rede de comunicação que o Brasil já teve, em 1944. Nossa segunda emissora, a “Rádio Iracema”, veio apenas em 1948. Toda concorrência é, em tese, interessante para o mercado, e conveniente para os consumidores.

Neste período, o mercado publicitário era dominado pelos chamados “corretores de anúncios”. Eram profissionais que valiam por uma agência. Eles iam negociar patrocínio, voltavam para os jornais ou emissoras de rádio com anotações, redigiam os textos dos anúncios ou “spots”, produziam o material, acompanhavam as gravações ou a montagem das peças publicitárias para a mídia impressa, voltavam para lutar pela aprovação pelos clientes, depois pelo recebimento do dinheiro. Faziam a ponte entre o que estava sendo oferecido como mídia, e as expectativas e exigências dos anunciantes.

Surgiram e se fixaram os “slogans”. “Casa das Máquinas” era “o maior crediário do Ceará”. A loja de Gontram Nascimento trazia o moderno dos eletrodomésticos, e a forma de pagamento que fazia o comercio deslancar. “Flama” era “símbolo de distinção”, com seus perfumes e itens de maquiagem. “Casa Bicho” era “o rei dos chapéus Cury e Ramenzoni, o camiseiro da cidade, o gravateiro dos elegantes”.

Depois da “Rádio Iracema”, abriu-se a possibilidade de novas emissoras: “Verdes Mares” (1956), “Uirapuru” (1958), “Dragão do Mar” (1958), “Assunção Cearense” (1962).

Tínhamos nossos cantores e cantoras do rádio, nossos elencos de radionovelas, nossos auditórios para programas musicais, audição de calouros, e gincanas com os participantes. Tínhamos até uma publicação chamada “Folha do Rádio” (1953/ 1962), editada por Selma Lobo, pseudônimo de Neuza Colares, esposa do cronista Ciro Colares.

O mercado se tornava mais complexo. A cidade crescera e alcançara a cifra de meio milhão de habitantes, no Censo de 1960. As dificuldades dos corretores de anúncios eram cada vez maiores.

As eleições de 1958 trouxeram uma novidade para a mídia impressa: “O Jornal”, dos irmãos Pinheiro Maia, que contou com prédio projetado para o funcionamento de um jornal, assinado pelo arquiteto Enéas Botelho, à Praça do Coração de Jesus. O futuro editor (Carlos d’Alge) estagiou na Europa. Uma das inovações foi a diagramação, com técnico vindo do jornal “Última Hora”, e o recurso à fotografia. “O Jornal” durou apenas nove meses, mas deixou outro padrão de qualidade para o leitor.

Tínhamos muitos jornais, poucos leitores, e ainda menos anunciantes: “Unitário”, “Correio do Ceará”, “O Nordeste”, “Gazeta de Notícias”, “O Povo”, “Tribuna do Ceará”. “O Diário do Povo”, de Jäder de Carvalho, deixou de circular em 1961.

A “Rádio Dragão do Mar” se destacou por conta de coberturas emocionais, para não dizer sensacionalistas. O arrombamento do açude Orós, em 1960, foi uma delas. Comoveu o Ceará, que se ligou nas narrativas dos locutores, e torceu por um final feliz. De todo modo, o pior não aconteceu.

Outro momento importante da “Rádio Dragão do Mar” foi a campanha pela libertação do escritor norte-americano Caryl Chessman, morto na câmara de gás, em 1962. Foi feito um abaixo-assinado para poupar a vida do sentenciado. Em vão.

Ficaram, no entanto, as lições de mobilização, mais efetivas que as feitas pelo radialista Paulo Cabral de Araújo, na “Ceará Rádio Clube”, que o levaram à Prefeitura de Fortaleza, sem militância partidária, nas eleições de 1950.

A cidade era ainda bem provinciana. Peixes eram vendidos de porta em porta, dentro de caixões de madeira, e os vendedores os evisceravam e cortavam as postas das cavalas, as preferidas dos cearenses de então, nas calçadas dos clientes. Vísceras de bois também eram vendidas nas ruas, dentro de caixões, com o mantra que tomava conta dos quarteirões: “Panelada e figo (*sic*) gordo”. Os picolés eram os prosaicos “doces gelados”. Um “kit” com vassouras diferentes justificava o apelo: “Vassoura de espanar, vassourinha e espanador”.

Hoje, os apelos são amplificados. Uma bicicleta, uma carroça, uma moto se transformam no “carro”, pilotado pelo vendedor, cujo precário sistema de som repete a gravação: “Está passando na sua rua o carro da tapioca. Tapioca fesquinha, com leite de coco” e depois vem o preço. Temos carro das vassouras, dos bolos, dos ovos, dos pães. Vale tudo para chegar ao consumidor das áreas periféricas da cidade.

A televisão chegou ao Ceará em novembro de 1960, com a “TV Ceará-Canal 2”, emissora dos Diários Associados. Primeiramente, Assis Chateaubriand atendeu o sudeste, com a inauguração das tevês de São Paulo, do Rio de Janeiro e de Minas Gerais, para então cobrir todo o Brasil, por meio de uma rede de televisão. Depois dos canais de Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, foi a vez de Fortaleza.

O sucesso dos jornais (“Unitário” e “Correio do Ceará”) e da “Ceará Rádio Clube” assegurava uma experiência que tinha tudo para ser bem-sucedida. Péricles Leal veio implantar o novo empreendimento. O local escolhido para a sede da televisão foi um terreno em meio aos coqueirais da Avenida Antonio Sales, no bairro Estância Castelo, hoje Dionísio Torres.

Foram vendidas ações da nova emissora, o que levava a uma empatia maior com o público, porque os adquirentes passavam a se considerar “donos” do novo empreendimento.

A incipiência do mercado publicitário cearense não foi levada em conta, menos ainda o inevitável começar do zero. Quase todos tinham experiência de rádio, mas a televisão era algo de novo que precisava ser enfrentada com muita disciplina, determinação e fôlego.

Foram treinados vários jornalistas e radialistas e escolhidos, no final, seis produtores, então chamados de “realizadores”. A cidade acompanhava a construção das instalações. A ereção da torre foi um espetáculo registrado pelas lentes do fotógrafo Leocácio Ferreira.

A televisão ocupava muitos espaços na mídia. A expectativa era contagiante e a cidade fazia a contagem regressiva para a inauguração.

Como aconteceu em São Paulo, onde Chateaubriand teve de adquirir televisores, para fazer com que a televisão se consolidasse, ela seria inaugurada em Fortaleza contando a cidade com cerca de 500 aparelhos receptores. Apesar de tudo, valeram a pena o investimento, a espera, e a programação que iria ao ar.

Com vivas, rojões, a presença de autoridades e convidados, como o governador da Bahia, o cearense Juracy Magalhães, a televisão foi inaugurada com um espetáculo na Concha Acústica da Universidade do Ceará, à Avenida da Universidade, esquina com Avenida Treze de Maio.

Curiosa a imbricação destas duas “agências” da modernização do Ceará: a Universidade e a televisão. Fundada em 1954, a Universidade não apenas formaria quadros, mas daria as bases para um crescimento do Ceará. A palavra-chave do “primeiro veterado” (Governo Virgílio Távora, 1963/ 1966), era planejamento.

O Banco do Nordeste do Brasil tinha sido criado, em 1952, como uma forma de dar um basta às desigualdades regionais, sempre agravadas pela incidência das secas e pela exploração que as elites econômicas faziam destes flagelos. A sede do BNB foi Fortaleza, desde sempre. A SUDENE viria, em 1958, atuar, a partir do Recife, para impulsionar este quadro de euforia desenvolvimentista. No papel, tudo funcionava muito bem. A prática evidenciou muitos problemas, sem solução até hoje.

Com uma programação ao vivo, onde se inseriam alguns “enlatados”, a “TV Ceará” fez história. Teve um teleteatro competente e bem produzido “O Contador de Histórias”, que chegou a ganhar um prêmio de televisão em Barcelona, Espanha, com “Os Deserdados”, a partir de um roteiro de Eduardo Campos, nome importante na renovação do teatro cearense, nos anos 1950/ 1960.

Jornalista, dramaturgo, folclorista, Campos era um dos homens mais poderosos do Ceará de então.³

A programação incluía telenovelas: uma mais “açucarada”, a “TV de Romance”, às segundas, quartas e sextas, e outra mais realista, com textos sobre cangaço, secas, messianismo, às terças e quintas, o “Videorama”. Eram espaços de criação, mas, principalmente, de adaptação de textos da dramaturgia, testados pela televisão.

“TV de Mistério” trabalhava com crimes, suspense, emoções mais fortes. Os musicais passavam pela musa Ayla Maria, que tinha uma emissão só dela todos os domingos, e os programas de auditório avançavam pelas gincanas, *shows* de perguntas, calouros, tudo o que uma televisão já tinha àquela época.

As crianças eram o público-alvo do “Clube do Bom Companheiro”, apresentado por Mattos Dourado. Até lutas ocupavam espaços na programação.

O humor ganhava espaços com o “Vídeo Alegre”, do Renato Aragão, e com o “sitcom” intitulado “Dois na Berlinda”, sucesso de público, graças às peripécias de Praxedinho (Marcus Miranda) e Anicetinha (Maria Luiza Moreira).

Os noticiários eram apresentados com os poucos recursos dos quais a televisão dispunha. Vale registrar a eficiência e criatividade da direção técnica, comandada pelo Polion Lemos, para levar gravações em película para ilustrar algumas (poucas) cenas dos telejornais.

Merece elogio o esforço dos “câmera-men” para lidar com equipamento tão pesado. O trabalho de Rinauro Moreira na cenografia (auxiliado por Audifax Rios), recorria à tinta xadrez, e às várias nuances do cinza, do preto e do branco, com as quais tudo era pintado. Vale ressaltar a qualidade da luz, os ajustes dos sons, a continuidade, os figurinos, e a direção dos atores e atrizes.

Tínhamos de pôr tudo para funcionar a contento, mesmo com a consciência de que aprendíamos ao fazer. Foi uma escola para muita gente, e uma educação do olhar para toda Fortaleza.

Quem não tinha televisão em casa batia palmas, pedia licença, e ia ver os programas na casa dos vizinhos. Muita gente se sentava no chão. Era tão bom que ninguém se cansava.

As fofocas tomavam conta da cidade. Alguns dos que trabalhavam na emissora formavam casais de namorados. A orientação sexual das “celebridades” gerava muitas maledicências. O jornal “O Nordeste”, da Arquidiocese de Fortaleza, enxergava imoralidades e sugestões ao sexo em tudo, e pedia censura. Eram outras formas de convívio e sociabilidade que se instalavam em um contexto conservador.

3 Eduardo Campos foi um dos líderes civis do golpe de 1964, no Ceará.

Do ponto de vista da publicidade, a emissora ganhou um estúdio apenas para os comerciais, contava com uma câmera especial (Vidicom TK-15/ TK 35), e foi a primeira a ganhar uma lente “zoom”, em razão das proporções reduzidas do estúdio (6 x 8 m), tomado pelo material a ser “vendido” pelos anunciadores. Era preciso assegurar a qualidade do que iria ao ar.

Uma das opções ao pequeno anunciante era um conjunto de “dálías”, folhas de cartolina, afixadas em sequência, acompanhadas pelo “travelling” das câmeras, nas quais constavam os pontos de vendas, as fotos, as logomarcas, os endereços, os telefones, e algum apelo. O locutor ficava “em off” (fora de cena) e transmitia a mensagem.

Outra forma, mais sofisticada e mais cara, envolvia as garotas e garotos-propaganda. Homens e mulheres decoravam os textos dos “spots”, ensaiavam, exaustivamente, para evitar erros e ganhar uma familiaridade com os textos, e se posicionavam no estúdio, ao lado dos produtos. Podia ser uma geladeira, um fogão, uma miniatura de avião com adesivos de uma companhia aérea, roupas, o que estivesse lá para ser vendido. Valiam a fotogenia, a desenvoltura, a dicção clara, o sorriso e a capacidade de convencer o telespectador das qualidades do produto anunciado.

Estas garotas e estes garotos-propaganda eram ensaiados por alguém do núcleo das telenovelas. Revezaram-se nesta função Emiliano Queiroz e Karla Peixoto. Shirley, Stelinha, Rita Angélica e Adalgisa formaram o primeiro “cast” das jovens vendedoras de sonhos.

O grande destaque dos comerciais ao vivo no Ceará foi, inegavelmente, Antonio (Toinho) Mendes. Com cara de gente do povo e um jeito espontâneo de improvisar, superava os clichês de beleza, elegância, e se insinuava nas entrelinhas do texto que dizia, tornando-se alguém conhecido, confiável e que merecia ser ouvido. Criou situações hilárias e inesquecíveis, entrando nas casas dos telespectadores segurando uma penca de bananas (para sugerir preços baixos) ou uma galinha morta (mesma ideia). Toinho era sempre uma surpresa que desconcertava nossos códigos de expectativas e se afirmava como o grande vendedor do Mercantil São José, a rede de supermercados cearense vendida para o Pão de Açúcar, em 1974.

Multinationais podiam se dar o luxo de exibir seus filmetes, a partir deste estúdio dos comerciais.

Com a chegada do “videotape”, em 1966, tivemos o barateamento dos custos de produção de um comercial com imagens em movimento, e o desmanche desta experiência, com a concentração dos núcleos de produção no sudeste.

A “TV Ceará” se tornou mera repetidora, com poucos espaços para a produção local, como os noticiários e alguma emissão de interesse do departamento comercial ou político, que justificasse o investimento e a mobilização.

A “Rádio Dragão do Mar” ganhou um canal de televisão concedido pelo governo João Goulart. O equipamento chegou a desfilar pelas ruas da cidade. Com o golpe militar de 1964, embaralhou-se o xadrez do tabuleiro político brasileiro. A “Rádio Dragão do Mar” foi lacrada, depois do golpe. Ele participara da Rede da Legalidade, que lutava pela manutenção da ordem constitucional. Muitos jornalistas e radialistas foram detidos. O canal de televisão foi transferido para o Grupo Edson Queiroz, e inaugurado em janeiro de 1970, com o nome de “TV Verdes Mares”.

O mercado reagiu bem a este avanço da chamada “Indústria Cultural” entre nós. Os anunciantes passaram a ter mais cuidado com a aplicação das suas verbas. Elas teriam de dar o retorno esperado, e não poderiam ser apenas “filantrópicas” em relação à nova mídia. As pesquisas estavam longe de ser implantadas e tudo acontecia ainda de modo bastante amador.

Os corretores de anúncios foram “atropelados” pelo novo ritmo e pelas exigências do que passou a vigorar. Isso deu margem à reorganização do mercado em torno das agências de publicidade.

A posse de Virgílio Távora no Governo do Estado levou à organização da “VPI- Vitória, Publicidade e Investimentos”, que englobava empreendimentos e agência de publicidade. O comando era de Aécio de Borba. Fazia parte da equipe o homem de rádio e publicitário Heitor Costa Lima, e o jornalista e escritor Juarez Barroso era o redator da agência por excelência do Primeiro Veterado.

A “Publicinorte”, criada em 1964, teve entre seus fundadores o mais importante corretor de anúncios cearense de todos os tempos: Eduardo Brígido Monteiro, conhecido como “seu” Dudu. Ele teve como sócios seu filho Maninho Brígido e Tarcísio Tavares, e a agência foi uma referência da publicidade cearense, no que se referiu ao varejo, em todos os tempos.

A constituição de outras agências mostrou a maturidade do mercado e a necessidade de dar respostas aos problemas que surgiriam neste novo contexto.

A entrada em cena da “Ilka”, de Almir Pedreira, se deu em 1964. Com boa qualidade de mídia impressa e a ousadia de encomendar a um estúdio paulista o filme de lançamento da Carta GIS, um seguro de saúde infantil.

Em 1965, Barroso Damasceno lançava as bases da “Scala Publicidade”, em conjunto com Hélio Catunda e Walter Catunda. Esta agência fugiu do varejo e optou pela atuação junto à indústria e serviços. Barroso inovou ao se associar,

pouco depois, a dois jovens jornalistas formados pela UFC; Braz Henrique Marçal Teóphilo, redator, e Maurício Silva, diretor de arte.

A partir daí, apesar da publicidade não exigir diploma para os que se dedicam a ela, tornou-se visível que seria mais confortável, mais viável e produtivo, não perder tempo treinando quadros, geralmente improvisados, e sim recrutar pessoas com formação universitária.

Publicinorte e Scala sinalizaram duas tendências do mercado. O varejo era mais “apelativo”, podia recorrer ao lúdico, ao humor. O reverso da moeda exigia pesquisa, informação, e uma criação que não fosse apenas paródica.

Outras agências se somaram a estas: “SG Propag”, do publicitário Assis Santos e hoje de seu filho Bob Santos atuou, desde sempre, no varejo, com clientes fiéis e os resultados esperados no que se refere às vendas. A “Metas” tinha como titular o jornalista Eduardo Augusto Cortez Campos, A “Terraço”, do publicitário Chico Teóphilo e seus sócios Isaac do Carmo, Glice Sales, José Leite Sobrinho, mantinham um padrão criativo. Anastácio de Souza era o titular da “AS Propaganda”.

“Mark Propaganda”, na trilha do prestígio, competindo com a Scala, ganhando prêmios era capitaneada por Nazareno Albuquerque e Rubens Frota. A “Slogan”, de Sérgio e Gina Fiúza, fazia um mix de criatividade e resultados e tornou-se longaeva, como a “Promosell”, de Bosco Carbogim e Marcelo Lavor, que antes fora CBC&A. Este era um panorama do mercado nos anos 1970/ 1980.

Certo é que neste contexto, a televisão era a mídia mais importante, na qual todos acreditavam e queriam investir. Foi ela quem deu o atestado de maturidade de nossa publicidade e de nosso mercado. O Ceará passou a se inserir, ainda que timidamente, na chamada “Indústria Cultural”, conceito dos teóricos alemães Theodor Adorno e Horkheimer, da Escola de Frankfurt, que propunham uma compreensão e análise dos mecanismos de produção em série, na área do entretenimento e lazer, no pós-guerra.

Antes, nos anos 1950, Antonio Girão Barroso e Otacílio Colares fundaram uma agência no prédio da Sul América, a “Propeg”. Girão, poeta, professor da Faculdade de Direito da UFC, vinha de uma temporada no Rio de Janeiro, onde estagiou em uma agência de publicidade. Um dos introdutores do modernismo no Ceará, pensou que poderia dar uma guinada no mundo dos corretores de anúncios. Não estava ainda na hora deste salto, justificado pela entrada em cena do primeiro canal de televisão. Ficou, no entanto, a atitude inovadora, antecipatória e que chegaria na hora certa.

Não interessava às agências apenas o domínio do mercado. Televisão e discurso publicitário formaram uma dobradinha que foi longe, por conta da

performance e de muito daquilo que foi considerado “lixo”, ficou impregnado, por um tempo, na alma do receptor. Bordões, personagens, situações, casos, a televisão ganhava cada vez mais audiência e cada vez mais ajudava a vender.

Chegou um momento (final dos anos 1970) em que era preciso ajustar o discurso aos receptores, falar como eles falavam, com o mesmo sotaque, incorporando visões de mundo da terra, valores, conceitos, o que fizesse diferença na hora da negociação e também trouxesse prêmios.

Vale ressaltar que o contexto brasileiro era outro, depois da morte de Wladimir Herzog, nas dependências do DOI-CODI, em São Paulo. A campanha pela Anistia aos Presos Políticos contagiou o País com seu ideal libertário. As Diretas-Já evidenciaram o desgaste do aparelho autoritário, e a Constituição de 1988 “costurou” um novo pacto, que traria iguais oportunidades para Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Foi quando veio a adoção dos referenciais da cultura cearense, adotada pela “Scala Publicidade”, em decorrência da Carta da Prainha, documento firmado depois de um fim de semana de discussões e deliberações, na praia próxima a Fortaleza. Deve-se muito dessa adesão a novos parâmetros à atuação de Augusto Pontes, ideólogo do Pessoal do Ceará, um dos grandes pensadores do Ceará, que não teve ainda seu valor devidamente reconhecido, ficando, lamentavelmente, como “frasista”, autor de trocadilhos, e criador de situações curiosas e engraçadas.

Pontes (1935/ 2007) foi diretor de criação da Scala e fez os profissionais “perderem” tempo com a leitura e discussão semanal de textos que aprofundavam o que tinha sido proposto pela Carta da Prainha.

Com o novo posicionamento, entraram em cena o pastoril (comercial da Coelce), cordéis (uma forte tendência neste período), xilogravuras, cerâmica, vaqueiros, rendeiras, sem a “pegada” do folclore, mas da tradição que poderia levar ao novo.

Neste mesmo esforço, Augusto Pontes levou para a Scala compositores que criaram jingles aqui, em parceria com os redatores da agência. Estas peças eram finalizadas no sudeste. Rodger Rogério, Calé Alencar, Lúcio Ricardo, Eugênio Leandro e Mona Gadelha estavam dentre os que passaram pela sede da agência.

Antes, em 1974, quando da inauguração do Center Um, na Aldeota, Guto Benevides fez dupla com Ednardo e isso rendeu um jingle que antecipava o esvaziamento do centro e mostrava que o comércio da cidade se expandia para o leste:

“Depois que derrubaram a Coluna da Hora / Depois que acabaram com o Abrigo Central? o centro da cidade / Mudou pra outro local”, cantava o jingle.

O novo local seria o centro de compras inaugurado na Aldeota, empreendimento do futuro governador Tasso Jereissati.

Uma tendência interessante da chamada “linguagem cearense de publicidade” foi a encomenda de vários cordéis publicitários que promoviam lojas, produtos e serviços. Esta tendência, forte no Ceará e no Nordeste brasileiro, levou à pesquisa para mestrados, doutorados e chegou a muitos artigos acadêmicos e livros.

A eficácia do cordel era comprovada pela tradição, e o recurso foi muito utilizado, desde multinacionais, passando por grandes grupos nacionais, até chegar a pequenas empresas de cidades do interior. Em quase todos os folhetos, a magia do cordel, as rimas, a métrica e a linguagem de fácil decodificação por parte dos leitores. O volume mantinha a sedução do folheto de feira, geralmente com ilustrações em xilogravuras, o que assegurava sua circulação, ao mesmo tempo em que levava à juntada, à formação de coleções.

Este choque aparente do embate entre um produto da tradição, vinda das poéticas da voz, com a sofisticação da publicidade, um conjunto de técnicas para alavancar vendas, levou a folhetos muito curiosos, instigantes, e que permanecem, cumprida sua função inicial e primordial de “vender” produtos, serviços e lojas.

“A incrível e fantástica briga contra o satanaz da inflação”, encomendado pela Mark Propaganda ao poeta Abraão Batista (Juazeiro do Norte, 1935), para a campanha junina, de 1979, do Jumbo Mercantil (fusão da marca paulista com a rede cearense). O folheto de doze páginas trazia o poema e receitas deste ciclo. Cantava: “Na zona da elegância/ num bairro da beira-mar / Existia um casal nobre / que não é fácil contar / justamente na Aldeota / como o verso denota / na tentativa de explicar”.

Com a entrada no novo milênio, a publicidade cearense virou a página, e rompeu o pertencimento a uma cultura rejeitada por ser “matuta”, provinciana e pobre.

Conseguimos manter um bom número de agências competentes, criativas, bem organizadas, mas não temos uma mega agência, o que é bom para o mercado. “Verve” (Fernando Costa e Chico Gualbernei), “Register” (Tom, Barbosa), “Acesso” (Ana Celina), “Bolero” (André Mota), “Síntese” (Eduardo Odécio), “Íntegra” (Paulo Fraga), “Promosell” (Bosco Carbogim e Marcelo Lavor), “Advance” (Evandro e Eliziane Colares), “Delantero” (Pádua Sampaio, André Miyasaki e Marcel Pinheiro), disputam espaços com pequenos escritórios criativos. Das mais antigas, ficaram a “Slogan” e a EBM Quintto (Maninho Brígido).

As mídias avançaram e hoje todos querem ser produtores e não meros consumidores de conteúdos. Lojas, indústrias, prestadores de serviços têm contas no Facebook, Twitter e Instagram, seus “sites”, e estão atentos a todas as oportunidades de fazer negócios.

As lojas virtuais são cada vez mais ágeis. Como no tempo do Reembolso Postal, o segredo do negócio também depende da eficiência das entregas.

A palavra-chave voltou a ser “inventiva”. Pode ser a coisa mais banal, desde que caia nas graças dos milhões que acompanham as redes sociais e “viralize”. Mas não é só isso, a mensagem precisa impulsionar não apenas a decisão da compra, mas dar ao consumidor a sensação de conforto, segurança, e de ter atingido seu “sonho” e chegado a um ponto ideal de “saciedade”.

Entre a voz “anônima” do século XIX e o virtual das primeiras décadas do século XXI, continuam a força dos apelos, o jogo de sedução e o desejo da saciedade.

O que significa hoje o novo fazer publicitário? Perdemos o prazer de tocar os objetos antes de adquiri-los? Onde fica a Ética? Mais perguntas do que respostas. Vamos ver o que vão nos mostrar os próximos capítulos. O futuro está longe de começar.

Referências bibliográficas

- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **A Embalagem do Sistema**. São Paulo: Duas Cidades, 1985.
- BENJAMIN, Walter. **Rua de Mão Única**. São Paulo: Brasiliense, 1987 (Obras Escolhidas, v.2).
- BARTHES, Roland. **O Prazer do Texto**. Lisboa: Edições 70, 1976.
- _____. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1980.
- _____. **O Óbvio e o Obtuso**. Lisboa: Edições 70, 1984.
- _____. **A Aventura Semiológica**. Lisboa, Edições 70, 1985.
- BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- _____. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.
- SILVA, José B.. *O algodão na organização do espaço*. In: SOUZA, Simone de. (org). **História do Ceará**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1994, p. 81-92.
- CAMPOS, Eduardo. **Revelações da Condição de Vida dos Cativos do Ceará**. Fortaleza: Secult, 1984.
- CAMPOS, Eduardo. **A Fábrica de Sonhos**. Fortaleza: UFC - Casa de José de Alencar- Programa Editorial, 1999.

- CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L& PM, 1982.
- CARVALHO, Gilmar de. **A Televisão no Ceará**. 3ª edição. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2010.
- _____. **O Gerente Endoidou** - Ensaios sobre a Publicidade Cearense. Fortaleza: Unifor, 2018.
- _____. **Publicidade em Cordel**. São Paulo: Annablume, 2002.
- ECO, Umberto. **A Estrutura Ausente**. São Paulo, Perspectiva, 1987.
- LAGNEAU, Gérard. **A Sociologia da Publicidade**. São Paulo: Cultrix, 1981.
- LEAL, Péricles. **Iniciação à Televisão**. Belém: Gráfica Falangola Editora, 1964.
- NOBRE, Geraldo. **Introdução à História do Jornalismo Cearense**. Fortaleza: GRECEL, 1976.
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- SODRÉ, Muniz. **A Comunicação do Grotesco**. Petrópolis: Vozes, 1983.
- STUDART, Barão de. **Para a História da Imprensa no Ceará (1824/ 1924)**. Fortaleza: Typ Moderna- F. Carneiro, 1924.

Capítulo 2

Televisão e modernização cultural

Mariana Barreto

Introdução

Este capítulo resulta da recente revisão de meu artigo *TV Ceará: processo de modernização da cultura local*, publicado em 2008, e de meu trabalho de dissertação intitulado *TV Ceará e o processo de modernização da cultura local*¹, defendido em 2003. Agora, os revisito de modo a incluí-los nesta coletânea que pretende apresentar o processo de modernização cultural do Ceará em diferentes áreas da produção simbólica. Da minha parte, faço alguns ajustes necessários nos textos originais, não creio que seria proveitoso reescrever parte de minha pesquisa original, cujo material foi coletado e sistematizado há mais de uma década.

Meu objetivo será apresentar como se deu, numa sociedade periférica, em 1960, por meio da TV Ceará, sucursal dos Diários Associados e primeira emissora de televisão do estado, a introdução de um bem de consumo como a televisão. Situo ainda sua importância no interior do processo de modernização cultural do Ceará. Para muitos intérpretes da cultura cearense, a criação da TV Ceará representou o momento de consolidação de um mercado de bens simbólicos no estado, e sua evidência correlata seria a inserção de sua produção no âmbito de uma indústria da cultura em formação. De modo genérico, parte-se de uma perspectiva que, de certo modo, reproduz a dos estudiosos do processo de modernização da cultura brasileira quando os acontecimentos ocorridos, no Rio de Janeiro ou em São Paulo, são uniformizados para o resto do País. O problema aqui constituído apontará para aspectos que convergem com tal perspectiva, mas estará, sobretudo, orientado a discutir os pontos divergentes, isto é, ele denota em que medida tal modernização cultural foi arrematada, tendo a implantação da TV Ceará como caso heurístico, mas sob quais condições ela se fez e se reproduziu.

O advento da TV Ceará se deu num contexto político, social, econômico e cultural em descompasso àquele que remete à existência de um ampliado mercado produtor e consumidor de bens simbólicos. Na verdade, somente quando se consolida

1 Ver BARRETO (2008; 2003).

o chamado capitalismo de tipo tardio em todo o País, desde uma intervenção do Estado autoritário, objetivando adensar seu projeto de integração nacional iniciado nas décadas anteriores aos anos de 1970, observa-se o incremento de um mercado de bens simbólicos no Ceará. A modernização cultural identificada ao surgimento da TV Ceará representou, antes, os anseios de uma elite ávida pela inserção regional num cenário nacional, onde as ideias de progresso, avanço econômico e enriquecimento cultural, vinculavam-se mais aos meios em si e menos às mediações, para retomarmos uma expressão cara a Martín-Barbero (2001).

Economia, desenvolvimento e modernização

É após a segunda metade do século passado que se observam no Ceará as tentativas mais eficazes de modernização econômica do estado. O incremento de uma economia urbanizada procurava fazer dos efeitos deletérios de uma economia marcadamente agrícola parte de um passado, a fim de alinhá-la ao espírito nacionalista e desenvolvimentista empreendido por Juscelino Kubitschek (1956 – 1960) às suas políticas de criação de uma indústria nacional, de incremento ao desenvolvimento de um mercado interno e de realização de uma internacionalização da economia brasileira (IANNI, 1965).

De acordo com os ideólogos do desenvolvimentismo, estas políticas, expressas em práticas efetivas, seriam responsáveis pela superação do atraso brasileiro; concretizadas, elas iriam internacionalizar a economia brasileira (ORTIZ, 1994). A região Nordeste inseria-se como parte importante neste projeto. Com a criação da Superintendência para o Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), em 1959 (OLIVEIRA, 1998), a extinção do Brasil “arcaico” estaria assegurada pelos projetos de aceleração da integração nacional, capazes de equacionar conflitos e desequilíbrios regionais causados pelo descompasso da industrialização do Sudeste em relação ao predomínio da economia agrícola no Nordeste no País². O desenvolvimento da região apoiou-se em uma instituição que,

... detinha entre outras funções a capacidade de criar *empresas mistas*, combinando capitais da União, dos Estados e até do setor privado. Tal capacidade é inteiramente inédita no quadro político administrativo do país; e o objetivo era precisamente o de tornar o Estado *também*

2 Deve-se lembrar que esses conflitos ou desequilíbrios regionais remetiam antes a uma “herança histórica”, a uma “re-divisão regional do trabalho” comandada pela expansão capitalista na região Sudeste. O “pacto populista” nessa região fez com que uma hegemonia burguesa se firmasse sem liquidar a oligarquia agrária cafeeicultora. No Nordeste a situação foi distinta, não houve imposição de uma hegemonia burguesa, a ausência do Estado como produtor direto não criou um segmento de qualquer classe social dominada (OLIVEIRA, 1998).

produtor no Nordeste, dissolvendo sua antiga ambiguidade, que era a marca estrutural do populismo. Praticamente qualquer ramo das atividades econômicas poderia a SUDENE implantar essas empresas estatais, como de fato as implantou, desde empresas destinadas ao abastecimento d'água nas cidades até uma unidade de produção industrial tão inequívoca quanto a USIBA – Usinas Siderúrgicas da Bahia. (OLIVEIRA, 1998, p. 116).

No início da década 1960, a economia cearense tem uma base eminentemente agrícola. Seu salto para a industrialização, voltada para a geração de renda interna, se dará tardiamente e terá como eixo de acumulação os setores industriais de comércio e serviços (TEIXEIRA, 1995). Os anos de 1960 representam um ponto de inflexão em seu desenvolvimento, na medida em que todas as economias regionais são ajustadas de modo a acompanhar o processo de consolidação do Brasil moderno sob a égide do Estado autoritário.

Antes disso, para alguns autores, sobretudo quando associam Modernidade e consumo, já nos anos de 1940, senão em todo o Ceará, pelo menos em Fortaleza, a Modernidade se realizava materialmente, por meio do consumo de mercadorias importadas (SILVA FILHO, 2002)³. O aparecimento de produtos estadunidenses nas lojas e demais estabelecimentos comerciais da Cidade representava, para seus habitantes, a configuração de uma nova realidade, ratificando a ideia da realização da Modernidade pelo consumo de produtos que circulavam em territórios nacionais e internacionais. A ilusão modernizadora das elites locais estava profundamente marcada pelo desejo de realização do avanço tecnológico, da aceleração da dinâmica urbana e da incitação ao consumo de objetos importados, embora houvesse uma debilidade estrutural pouco favorável à concretização destes anseios⁴. Segundo Silva Filho, nesse momento, em Fortaleza,

3 O autor relaciona as características da Modernidade em Fortaleza, já nessa década, com a forte influência da base ianque estabelecida na Cidade desde o advento da Segunda Guerra. Ele acredita que, desde então, há uma transição “de um paradigma civilizatório inspirado na cultura francesa, mais ligado ao universo das belas artes e da erudição de círculos de elite, em direção a uma vertente calcada no progresso material e no poderio técnico, representado pela sociedade norte-americana”. (SILVA FILHO, 2002, p. 9).

4 Escreveu Silva Filho: “durante os anos 40, não faltaram experiências com o fetiche dos objetos. Ao olhar as vitrines, sorver as mercadorias pelas telas de cinema, adquirir um artefato pouco importando qual sua utilidade prática, os habitantes exprimiam fascínio por uma modernidade precária, eivada de sonho e fabulação. Sua própria fragilidade compelia à tomada de efígies cristalizadas do mundo moderno, ganhando destaques algumas obras públicas e certos objetos importados”. (SILVA FILHO, 2002, p. 11).

(...) se assomam cada vez mais inovações técnicas e ensejos de modernização, persistem ainda traços de uma temporalidade doravante estigmatizada como arcaica, atávica, rural, provinciana, porque mais refratária aos apelos da velocidade e da tecnologia. (SILVA FILHO, 2002, p. 128-129).

Esta temporalidade provinciana que marca a vida social cearense, assim como o sentimento de atraso em relação à realização de seu processo de industrialização, funcionaram como marcas indeléveis sobre a forma como se organizaram os meios de comunicação em toda a Região, em termos de significado e amplitude social. A questão do atraso sempre justificou a realização naturalizada do moderno. Moderno era tudo o que se opunha ao velho, ao estagnado, à pobreza (material e simbólica) e ao obscurantismo.

Em fins dos anos de 1950, é que se efetivam as políticas de modernização da região Nordeste e, conseqüentemente, do Ceará. Vale ressaltar que, nesse momento, além da criação da SUDENE, destaca-se, um pouco antes, a instituição do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), em 1954 (PARENTE, 2000). A importância da instituição pode ser verificada tanto no que se refere aos incentivos financeiros à industrialização, quanto à acumulação de capital, mas, sobretudo, no que diz respeito à formação de um quadro técnico do qual, várias vezes, o poder público e, especificamente, os governos estaduais fizeram uso para incrementar os processos de racionalização da economia, bem como o incentivo à modernização das estruturas burocráticas estatais. Como em todo o País, a industrialização do Ceará enfrentou um quadro econômico e político marcado pelas relações patrimonialistas, clientelistas, além de ter se consolidado num período crítico para o País como um todo, ou seja, em meio à ditadura civil e militar, iniciada em 1964.

Arrimadas pelos chamados “coronéis”⁵, as forças produtivas do Ceará foram radicalmente transformadas. Virgílio Távora, governador do Ceará por dois mandatos, deu início a estas mudanças em 1962. No rescaldo de suas intervenções modernizadoras, acentuam-se os seguintes avanços,

... do ponto de vista material, é no governo Virgílio Távora que o Estado do Ceará é rasgado por rodovias de norte a sul, de leste a oeste. É ainda sob este governo que a energia de Paulo Afonso chega ao Ceará e possibilitará a arrancada do

5 Vários autores acreditam que no Ceará não existiram coronéis “no sentido sociológico do termo”. Dos três que permaneceram no poder, durante o regime militar, nenhum deles veio de oligarquias rurais. Todos eram coronéis de formação militar (PARENTE, 2000).

processo de industrialização do estado. Na verdade a partir dos anos 60, o Ceará se torna o terceiro maior absorvedor de recursos da SUDENE para o desenvolvimento industrial. É ainda sob o comando de Virgílio Távora que se implanta o terceiro pólo metal – mecânico do estado, bem como o sistema de telecomunicações. E o que pode parecer espantoso: é sob a administração desse governo que se dá a universalização do ensino médio .(TEIXEIRA, 1995, p. 08-09).

As transformações verificadas não se restringiram à esfera das relações de produção. Elas a extrapolaram, alcançando a própria maneira de administrar a burocracia estatal. O desenvolvimento das novas relações capitalistas de produção exigiu uma transformação do Estado, de modo a cumprir os requisitos básicos que estabelecessem correspondências com uma sociedade produtora e consumidora de mercadorias. Além de modernizar as instituições, a máquina administrativa estatal adquiriu um jeito de ser desenvolvimentista. Numa economia periférica, que conservava relações de trabalho pré-capitalistas, com uma força de trabalho pouco qualificada, com um diminuto setor financeiro e a existência de um lasso setor produtor de bens de capital, a acumulação de capitais dependeu fundamentalmente dos recursos públicos. Como afirmam alguns estudiosos, a exemplo do que aconteceu na história do capital mundial, também no Ceará o mercado de capitais nasceu da dívida pública⁶.

Assim como no restante do País, as bases para a plena realização de uma economia de mercado e para seu processo de internacionalização foram autoritariamente estabelecidas. O desenvolvimento econômico promovido pelo Estado autoritário em sua modalidade mais avançada trouxe para a esfera da cultura os imperativos da ordem econômica; a consolidação de um mercado de bens simbólicos, abrangendo todo o Território Nacional, representava o valor da cultura como um bem comercial, arranjando os proveitos do Estado aos interesses globais, dos empresários da cultura (ORTIZ, 1994).

6 Segundo Teixeira, os anos 60 e 70 do século XX “foram marcadas por profundas transformações estruturais na economia cearense. Com efeito, em 1950, o setor agrícola que respondia por 43% de toda renda gerada e absorvia 74,13% da população economicamente ativa (PEA), em 1980, passa a responder somente por 17% da renda produzida no Estado e a ocupar apenas 44,38% da PEA. Como se pode notar, antes de 1960, a economia cearense era predominantemente agrícola. Entretanto, ao chegar a década de 80, a economia local assume uma configuração predominantemente urbana, com a indústria despontando como um dos setores chave do processo de acumulação de capital”. (TEIXEIRA, 1995, p. 9).

A televisão e o mercado de bens simbólicos no Ceará

No âmbito da produção cultural cearense, após a primeira metade do século XX, uma das manifestações artísticas mais duradouras, cujo surgimento estribava-se nos anseios pela modernização do teatro cearense, deu-se com a criação do grupo teatral Comédia Cearense, em 1957. A companhia destacou-se no cenário local e nacional pela qualidade de suas encenações e escolha de textos, transformando a modernização autodeclarada em tradição, legitimada pelo reconhecimento de críticos nacionais e regionais (COSTA, 1972).

Constituído por jovens oriundos dos estratos médios da sociedade cearense, o grupo desejou fazer teatro permanente, sem maiores preocupações com algum formato teatral específico, num momento em que a modernização do teatro nas capitais paulista e carioca, por meio de alguns poucos grupos, reclamava a ruptura com as deslocadas “formas dramáticas” que caracterizavam as produções das companhias teatrais mais bem-sucedidas⁷. A Comédia Cearense, por sua vez, encenou tanto os dramas clássicos, mesmo que já rechaçados naqueles centros produtores como um estilo que nada dizia sobre o teatro moderno, quanto montou e apresentou peças que romperam com certo aristocratismo que a caracterizou em seus primeiros anos, inovando tanto a maneira de encenar quanto ampliando sua ação sobre públicos de classes sociais distintas.

Ao contrário das encenações fundamentadas nas teorias do teatro moderno, sobretudo aquelas identificadas ao teatro épico, a Comédia Cearense consagrou-se e consolidou uma tradição artística no Ceará que combinou o clássico e o moderno, fazendo com que a elite e o público em geral testemunhassem a atualidade do teatro cearense frente ao processo de modernização teatral observado no Sudeste do País. Uma vez conquistados o reconhecimento e a notoriedade, o grupo - atores, autores, produtores, figurinistas etc. - passou a defender novos projetos, linguagens inovadoras, mercados profissionais abrangentes, tais como aqueles vistos quando da fundação da TV Tupi.

Foi com a TV Tupi que a televisão chegou ao Brasil, nos anos de 1950, como novidade tecnológica incorporada às empresas de comunicação de Assis Chateaubriand. Numa sociedade de consumo incipiente, a televisão, como

7 Para Iná Camargo (1998), a compreensão do que seria teatro moderno está vinculada à ideia de teatro épico, ou seja, o teatro brechtiano observado no começo do século XX na Europa. No Brasil, ela acredita que esse tipo de encenação, ao contrário do que afirma grande parte dos críticos teatrais, como Décio de Almeida Prado, foi visto somente em 1960 com as encenações realizadas pelo Centro Popular de Cultura. Foi com base na concepção de teatro moderno dessa autora que analisei o trabalho da Comédia Cearense, que se encontra, numa discussão mais elaborada e consistente, em BARRETO (2000).

expressão genuína de um desenvolvido mercado de bens culturais de massa, assumiu formas e funções que lhe eram estranhas. Produção improvisada, escassez de profissionais especializados e consumo restrito dos aparelhos receptores foram as marcas da distinção do mais significativo empreendimento dos Diários Associados em seus primeiros anos.

Em 1960, a TV Ceará foi criada, trazendo consigo elementos e fórmulas que começavam a ficar obsoletas no Sudeste do Brasil. Naquele momento, como expresso há pouco, o Ceará possuía uma incipiente sociedade de consumo; a recepção do novo equipamento técnico repetia em certa medida as práticas que haviam feito funcionar, na década anterior, as emissoras do Grupo no Rio de Janeiro e em São Paulo. Com uma tradição artística consolidada pela produção teatral e radiofônica, produzir uma programação televisiva local representou a modernização desta tradição. Para a realização do empreendimento, foi fundamental a expertise dos Diários e Emissoras Associados, estabelecidos no Ceará desde o final dos anos de 1930, precisamente desde 1937, quando Chateaubriand adquiriu o jornal *Correio do Ceará*, em 1940, o jornal *Unitário* e, em 1944, a Ceará Rádio Clube.

Em 1960, mesmo passando por crises financeiras, em função de problemas quanto à sucessão, intrigas internas, surgimento de concorrentes marcando uma nova fase da televisão no Brasil, os Diários Associados seguiam inaugurando canais de televisão ao longo do país. Com um diferencial: ao contrário das redes modernas que centralizavam a programação e retransmitiam por fitas para suas afiliadas, as emissoras Associadas tinham, para cada sucursal, uma direção, uma política e programação próprias. Bem distante do processo de modernização e reestruturação pelo qual passavam as emissoras em São Paulo e no Rio de Janeiro, a sucursal da TV Tupi no Ceará funcionava baseada em um modelo de negócios que se esgotara. Por aqui, assim como nos primórdios da TV Tupi, rádio e teatro funcionaram como provedores importantes para a produção de conteúdo para a televisão. O prestígio e amplitude do alcance das emissoras de rádio, a notoriedade de seus profissionais, assim como a daqueles vinculados à Comédia Cearense, contribuíram para reproduzir no Ceará uma marca da debilidade da sociedade de consumo brasileira, isto é, a interpenetração da esfera de bens eruditos com os bens de massa, produzindo atividades vinculadas à cultura popular de massa, marcadas por uma *aura* identificada à esfera da cultura erudita (ORTIZ, 2001). O que se observa no início da programação televisiva produzida pela TV Tupi, nos anos de 1950, e na TV Ceará, nos anos de 1960, é a não antecedência de conteúdo em relação ao meio. Isto pode ser verificado, sobretudo, na longa vida dos teleteatros ou teatros na tevê.

Sua distinção contrastava com a lógica interna da televisão, ou seja, o intuito puro e simples de divertimento e maximização da audiência⁸.

Ainda que as emissoras de rádio tivessem prestígio e, também, legitimidade no mercado, expressos pelo sucesso publicitário e pela audiência de seus programas de auditório, musicais, radionovelas, elas ainda não se caracterizavam como veículos de comunicação expressivos de uma cultura popular de massa, uma vez que inexistia um mercado consumidor em larga escala. Em 1960, a população do Ceará era de 3.337.856 habitantes, dos quais 66% estavam no campo e 34% na Cidade. O número de aparelhos receptores era de 58.846; se compararmos com o número de geladeiras elétricas, 15.576, o segundo bem mais consumido, notaremos uma diferença significativa⁹. Situação semelhante observamos ao nos deter nos números de salas de cinema e teatro existentes. No mesmo período, eles expressam nitidamente a fragilidade do consumo de bens culturais no Ceará, o número das salas de cinema, que poderia tipificar a existência de um mercado consumidor ampliado, apresenta números pouco expressivos para tanto.

QUADRO I¹⁰

(Casas de espetáculos, lotação, sessões e espectadores – 1960)

Unidades da Federação e capitais	Total de Informantes		Lotação	
	Teatros	Cinemas e Cine-teatros	Teatros	Cinemas e Cine-teatros
Ceará	1	73	826	26.646
Fortaleza	1	20	826	12.157
São Paulo	19	84 5	11.729	643.855
São Paulo (Capital)	15	18 5	8.861	224.393

8 Klagsbrunn e Resende (1991) mostram que, nesse momento inicial da televisão, a programação começava a transitar entre a cultura de elite e a cultura popular. As tentativas de inovar observadas, nesse período, vão desde programas como “Medicina pela TV” até “Colégio no Ar”.

9 Censo do Ceará – 1960. IBGE/CE. Arquivos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística do Ceará – IBGE/CE.

10 Anuário Estatístico do Brasil – 1962. IBGE-CE., p. 311. Arquivos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística do Ceará – IBGE – CE. Importante é ressaltar que a metodologia por “informantes” não aponta alguns outros teatros que existiam no Ceará, como os das cidades de Sobral, Iguatu etc., assim como exclui os outros existentes na cidade de Fortaleza no mesmo período.

Como se observa, o que se tem no Ceará, até o início dos anos de 1960, é uma sociedade eminentemente rural que procurava modernizar-se acompanhando o processo de integração nacional. A modernização política e econômica veio acompanhada da cultural, e o advento das novas tecnologias para o desenvolvimento e incremento dos meios de comunicação representavam para a população um modo de mensurar o grau de modernização da vida cultural cearense. A ideia de progresso associada a esta medida ajudava as elites locais a delinear um espaço social alinhado a uma racionalidade capitalista moderna, ignorando suas especificidades econômicas, políticas, sociais e culturais. A TV Ceará encarnava o bem cultural que parecia conter em si o progresso, representando a possibilidade de pôr fim às desvantagens regionais, de consolidar um mercado de bens simbólicos no Ceará.

A realidade cearense nos anos de 1960, não era muito diferente da nacional nos anos de 1950. A TV Ceará foi ao ar em 26 de novembro de 1960 com uma programação ao vivo, tal como a primeira emissão da TV Tupi levada ao ar em 1950. A direção da emissora estava nas mãos de Eduardo Campos, jornalista e dramaturgo cearense, à frente dos veículos dos Diários Associados no Ceará desde 1940. A programação da emissora cearense baseava-se nos programas de auditório que, assim como acontecera nas emissoras do Rio e de São Paulo nos anos de 1950, aqui igualmente foram produzidos por agências de publicidade, braços importantes para erguer a televisão no Brasil e no mundo¹¹. Como os programas com auditório, os teleteatros e os teatro de novelas representavam a efetiva possibilidade de uma televisão autônoma e criativa, afastava-a de uma lógica puramente comercial, atribuindo-lhe um caráter erudito. Eduardo Campos expressa bem esta perspectiva,

O Sr. Péricles Leal, que veio aqui com ‘carta branca’ para nos ajudar na estruturação da TV Ceará, mais propriamente na programação, não era só um exímio conhecedor de televisão. Nossa programação foi feita exatamente numa criação dele, sem cópias ou exigências de seguir padrões preestabelecidos, eventualmente pela direção da cadeia no sul. E ele era um intelectual muito bem lido, mais bem lido do que muitos intelectuais do Ceará à época. Ele lia toda a literatura elizabetana, conhecia todo o

11 Segundo José Mário Ortiz (1989), as agências de publicidade desempenharam importante papel na consolidação da indústria televisiva no Brasil, na medida em que se constituíram em unidades de produção, possibilitando o estabelecimento da televisão como veículo de massa, mesmo sem capital para se autonomizar como fonte produtora (P. 72).

teatro europeu, francês. Então, ele era um homem *up to date*, que chegou com um conhecimento de todas as obras modernas, do romance americano, inglês e francês. Ele chegou aqui, trouxe Maupassant, Cocteau, Shakespeare, trouxe tudo para o Ceará. E toda essa cultura na televisão... . Você já imaginou? Cultura, viu?! Grandiloquência, não (alguns desses professores daqui têm o hábito de usar essa palavra ao se referirem aos espetáculos que montávamos. Me desculpe mas essa é um mau uso da palavra e percebo um tom de crítica não construtiva quando ela é usada)¹².

Os programas considerados mais legítimos, por ampliarem o acesso da população cearense à cultura erudita, davam continuidade aos modelos testados e consagrados pelas emissoras de rádio. Ainda que na televisão tenham assumido determinada aura de refinamento, certo caráter elitista, a realidade social desfazia esta ilusão, ao confrontá-la com dois dados objetivos: o insignificante número de aparelhos de televisão existentes no Ceará ao longo de quase todos os anos de 1960 e a presença das classes populares como espectadoras dos programas com auditório. A popularização da televisão só viria a acontecer depois de 1966, com o intensivo uso do videoteipe no Ceará, embora já estivesse em utilização nas emissoras paulista e carioca desde 1962. A título de exemplo, no Ceará, ainda no fim dos anos de 1960 e começo dos anos de 1970, o número de aparelhos de televisão era pouco significativo, o rádio continuava a sobrepujá-la em termos de popularidade. O censo demográfico de 1970 apresentou os seguintes números para a cidade de Fortaleza e para os dois municípios economicamente mais desenvolvidos do Estado:

QUADRO II

(Domicílios particulares, por instalação e utilidades existentes segundo microrregiões e municípios)¹³

Município	Pop.	Rádio (Unid.)	%	Geladeira (Unid.)	%	Televisão (Unid.)	%	Automóvel (Unid.)	%
Fortaleza	857.980	90.733	10,5	48.973	5,7	40.067	4,6	14.920	1,7
Sobral	102.197	6.864	6,7	1.932	1,8	1.350	1,3	648	0,63
Juazeiro do Norte	96.047	7.586	7,8	1.755	1,8	1.548	1,6	489	0,50

12 Entrevista com Eduardo Campos, julho de 2002, Fortaleza-Ceará.

13 Censo Demográfico do Ceará – 1970. IBGE – CE. Arquivos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística do Ceará – IBGE – CE. As colunas com percentuais foram acrescentadas por mim.

O prestígio do rádio no Ceará fez com que a televisão atraísse para seus programas ao vivo as plateias habituadas a ouvirem as emissões do rádio. Embora o Quadro II aponte para uma maior popularidade do rádio, se levarmos em conta o conjunto da população de Fortaleza, por exemplo, não podemos nem mesmo considerá-lo como expressão da existência de um consumo massivo para seus produtos, tendo em vista que somente 10,5% da população possuía os aparelhos receptores. Uma hipótese que daí deriva ganha força com os dados, isto é, a introdução da televisão no Ceará se deu no momento em que nem mesmo o rádio havia mobilizado um público ampliado de ouvintes, de consumidores.

A utilização do equipamento de videoteipe e posteriormente a integração do País via satélite puseram fim à programação feita localmente na TV Ceará. Nos anos de 1970, se assistiu a pouca coisa feita por profissionais cearenses na TV Ceará e, se havia, a audiência já não compensava tamanho esforço para sua manutenção. Diferentemente do incentivo inicial ao desenvolvimento das emissoras regionais, o pensamento autoritário, estimulando controladamente o “desenvolvimento cultural”, criou, no período pós-64, as principais instituições estatais que organizaram e administraram a cultura, em suas diferentes expressões, tais como a Embratel (1965), a Telebrás (1972), a Radiobrás (1976) etc., no modelo de uma cultura de mercado. Era o passo que faltava rumo à integração nacional, que recebia novos incentivos a partir de 1975, quando as ações governamentais se intensificaram, dando à televisão importância capital neste processo¹⁴. Desde então, a TV Ceará enfrentou a concorrência da TV Verdes Mares, que fez sua primeira transmissão em 1969 e foi ao ar oficialmente em 1970. No início, o canal exibiu programas de várias emissoras, sendo grande parte da TV Globo. Somente desde 1974, porém, se tornou afiliado à Rede Globo, estabelecendo muito claramente o que seria a televisão no Ceará dali para a frente.¹⁵ Em seus últimos anos, a TV Ceará apresentou os seguintes números de audiência em relação à sua maior concorrente, a TV Verdes Mares:

14 Ver CAPARELLI (1982; 1986) e BORELLI; PRIOLLI, G. (2000).

15 Além da TV Verdes Mares, surgiram, também, no Ceará, a TV Educativa, em 1974, e a TV Uirapuru, em 1976. Nenhuma, porém, exerceu tanto impacto sobre a TV Ceará quanto a TV Verdes Mares, reflexo do que vinha ocorrendo no País como um todo, após a criação da TV Globo.

QUADRO III

(Audiência entre canais de televisão de jan/1978 a junho/1979)¹⁶

Ano / Canal	Número médio de Assistentes Total %		Número de Aparelhos Ligados Total %	
	1978	1979	1978	1979
TV Ceará	2,56	2,48	13,54	6,0
TV Verdes Mares	2,68	2,76	84,62	89,0

A TV Ceará, assim como quase toda a Rede Tupi, chegou ao fim em 1980. Desde a inauguração da TV Verdes Mares, em 1970, a TV Ceará debateu-se para enfrentar a fragilidade de sua estrutura, a debilidade de seus métodos administrativos e os efeitos deletérios de sua heteronomia dentro da estrutura dos Diários Associados. Era tarde demais, entretanto, para recuperar o tempo perdido e, mesmo que fosse possível, não havia autonomia da emissora local ao ponto de se esquivar e sobreviver à crise que abalava a cúpula da rede.

TV Ceará, como se moderniza uma tradição

Se a Comédia Cearense havia criado e consolidado uma tradição artística, não seria exagero afirmar que a TV Ceará, por suas especificidades, tal como discutido aqui, conserva e moderniza esta tradição. É com seu surgimento que se colocam as bases para a formação e posterior fortalecimento de um conjunto de especializações até então inexistentes, ou fragilizadas, como, por exemplo, o incremento dos mercados publicitário, editorial, musical etc. As condições de heteronomia experimentadas pelo Ceará, antes de inviabilizarem a constituição de seus campos de produção da cultura, estruturaram suas experiências mais autônomas, na medida em que sua condição periférica, como campo artístico regional, foi fundamental para a constituição dos campos nacionais da produção simbólica. O Ceará e seus campos artísticos, malgrado sua incipiência, a forte dependência do Estado e o altruísmo da elite nativa, serão parte constitutiva das trocas, transferências e redes de colaborações culturais que concorreram para a conformação de uma cultura nacional-popular e sua posterior internacionalização.

16 Número de domicílios com aparelhos receptores é de 174.603. Cada 1% = 1.746 domicílios. Os dados são os mesmos para os dois anos. Acervo IBOPE/Televisão, primeiro semestre de 1978, Arquivo Edgar Leuenroth – AEL/UNICAMP, e Acervo IBOPE/Relatório de TV, segundo semestre de 1979, Arquivo Edgar Leuenroth – AEL/UNICAMP.

O fim da TV Ceará, para aqueles que a realizaram e a vivenciaram, é justificado pela disposição desfavorável do Estado para reverter a crise generalizada que abatera as emissoras Associadas, pelo surgimento da Rede Globo e sua posterior política de intensificação de atuação regional. Na interpretação de Eduardo Campos, ocorreu da seguinte maneira:

... nós fomos punidos pelo governo, fomos cassados pelo governo, perdemos a concessão. Foi um ato intempestivo, um ato canalha de um autoritarismo do Presidente da República. Nós, porque devíamos, perdemos. Devia e deve, e no Brasil, deve é todo mundo, isso não é motivo. E outras empresas nossas que também não deviam nada, também foram cassadas, porque o Presidente da República não simpatizava com o senador (João Calmon) que era o atual presidente dos Associados, se sentiu incomodado com as greves do pessoal de São Paulo, que estava ruim. Aqui, nós não tínhamos greve, não tínhamos questões trabalhistas, não tínhamos questões com ninguém, nem com esse governo federal. Nós devíamos aqui ao governo do estado, como estamos acabando de pagar. Então, nós fomos é cassados mesmo, e nós já ingressamos em juízo e estamos cobrando indenização de perdas e danos do governo Não havia um motivo para cassar a estação, a estação não se revoltou contra o governo, nem nada. A estação devia e dever não é crime ¹⁷.

Em termos gerais, observa-se que o advento da nova tecnologia, sua introdução na sociedade, naturalizou a ideia de modernização, a fez funcionar como atributo que, por si, expressava a Modernidade, sem confrontar essa desfiguração às características particulares do espaço social onde se inseria. Não seria difícil refletir sobre a introdução de um bem de consumo de massa numa sociedade que prescindia da formação de massas urbanas. O processo das migrações, na formação das massas urbanas, que trazem consigo a “hibridação das classes populares” e afetam o conjunto da sociedade urbana, as formas de vida e pensamento, fazendo surgir um novo modo de existência do popular, só foi observado a partir de 1970. Neste sentido, a modernização cultural do Ceará acompanha a modernização cultural brasileira, isto é, o atributo do moderno foi naturalizado, da mesma maneira que naturalizamos uma racionalidade

17 Depoimento de Eduardo Campos, em 17/07/1986, ao Núcleo de Documentação do Ceará – NUDOC/UFC. Acervo *Entrevistas/Personalidades do Ceará*. Arquivos do Núcleo de Documentação do Ceará – NUDOC/UFC., p.16.

administrada para a produção simbólica sem uma cultura de mercado, sem produção e consumo em largas escalas.

Será somente quando da realização do capitalismo de tipo tardio no País, no momento de intervenção do Estado, no sentido de integrar todas as regiões por meio de um sistema de telecomunicações, investindo maciçamente na concretização de um mercado de bens culturais, de uma sociedade de consumo de massa, que será possível pensar na consolidação de um mercado de bens simbólicos no Brasil como um todo. Será desde então, igualmente, que se acentuarão as relações de mútua correspondência entre campos centrais e campos periféricos, certa dependência simbólica dos primeiros em relação aos segundos. Explicar a força simbólica das culturas minoritárias torna inteligíveis as formas como os povos reagem à dominação, ajuda a entender que as relações entre metrópoles e províncias perdem em valor heurístico se apreendidas como regidas por via de regularidades (leis) mecânicas, e não tendenciais. Por outras palavras, as relações entre metrópoles e províncias não são redutíveis à dualidade independência x dependência. Esta polarização é enganosa porque desconsidera os efeitos das relações que uns mantêm com os outros. A TV Ceará, assim como a história do processo de diferenciação e de constituição da autonomia relativa de outros espaços da produção simbólica no Estado, denota a força deste argumento. Caberá a outros(as) interessados(as) na temática a continuidade de seu teste, na qualidade de hipótese.

Referências bibliográficas

- BARRETO, Mariana. TV Ceará: processo de modernização da cultura local. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 5, n. 9/10, p. 155 – 176, 2008.
- _____. **TV Ceará**: processo de modernização da cultura local. (Dissertação de mestrado). Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, 2003. 192 p.
- _____. **Comédia Cearense**: O Moderno entre a Ruptura e Continuidade. Monografia de Graduação. Fortaleza: Universidade de Fortaleza – UNIFOR, 2000.
- BORELLI, Sílvia Helena Simões; PRIOLLI, Gabriel. (coords.). **A Deusa Ferida** – Porque a Rede Globo não é mais a Campeã Absoluta de Audiência. São Paulo: Summus Editorial, 2000.
- CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: LPM Editores, 1982.
- _____. **Comunicação de Massa sem Massa**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

- CARVALHO, Gilmar de. **História Viva** – A Televisão no Ceará. Fortaleza: Secretaria de Comunicação Social, 1985.
- COSTA, Iná Camargo. **Sinta o Drama**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- COSTA, Marcelo Faria. **História do Teatro Cearense**. Fortaleza: Imprensa Universitária – UFC, 1972.
- IANNI, Octavio. **Estado e capitalismo** – Estrutura Social e Industrialização no Brasil. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.
- JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. O Lazer em Fortaleza. **Cadernos do NUDOC**, Nº 18. Fortaleza: UFC/NUDOC, 1996.
- KLASBRUNN, Marta; RESENDE, Beatriz (coords.). A Telenovela no Rio de Janeiro 1950 – 1963. **Quase Catálogo 4**. Rio de Janeiro: CIEC – Escola de Comunicação da UFRJ e MIS – Fundação Museu da Imagem e do Som – RJ, 1991.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios às Mediações** – Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- OLIVEIRA, Francisco de. **Elegia para uma Re(li)gião**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- ORTIZ, Renato. (org.). **Pierre Bourdieu**. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1994.
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela – História e Produção**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- _____. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- _____. Sociedade e Cultura. In SACHS, Ignacy; WILHEIM, Jacob; PINHEIRO, Paulo Sérgio. **Brasil: Um Século de Transformações**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- SILVA FILHO, Antônio Luiz Macêdo e. **Paisagens do Consumo** – Fortaleza no Tempo da Segunda Grande Guerra. Fortaleza: Museu do Ceará, 2002.
- SOUSA, Simone de. (org.). **Uma Nova História do Ceará**. Fortaleza: Ed. Demócrito Rocha, 2000.
- TEIXEIRA, Francisco José Soares. CIC: A Razão Esclarecida da FIEC. **Propostas Alternativas**, Nº 4, Fortaleza: IMOPEC, ADUFC, CUT-CE e CPT-CE, 1995.
- WILLIAMS, Raymond. **Television – Technology and Cultural Form**. Nova Iorque: Schocken Books, 1975.

Capítulo 3

Produção e formação em audiovisual no Estado do Ceará

Rodrigo Capistrano

Essa nova articulação de possibilidades e de desejos inaugura, por sua vez, um processo de experimentação e de criação. [...]. Um acontecimento não é a solução de problemas, mas a abertura de possíveis. (LAZZARATO, 2006, p. 12-13).

Introdução

Em junho de 2006, Gilberto Gil esteve em Fortaleza participando do encerramento do 16º Cine Ceará, Festival Ibero-Americano de Cinema. Além de ter sido um dos homenageados da edição, o então Ministro da Cultura divulgou o encaminhamento do Projeto de Lei que seria responsável pela criação do Fundo Setorial de Audiovisual (FSA), importante mecanismo de fomento ao setor para os próximos anos¹. Dentre outras novidades, aquele festival também anunciou a implantação da Vila das Artes e a abertura das inscrições para os interessados em participar da seleção da Escola Pública de Audiovisual de Fortaleza — primeira atividade permanente desse novo equipamento cultural da cidade.

Nesse transcurso de aproximadamente quinze anos, a produção e a formação em audiovisual no Ceará se desenvolveu bastante, podendo ser mapeadas atividades de cineastas, coletivos, produtoras e cineclubes, que desenvolvem sistematicamente ações voltadas para a produção, exibição e reflexão

1 Criado em 2006 como uma categoria específica do Fundo Nacional de Cultura, o FSA garante recursos arrecadados pela Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel). Sua gestão é formada por integrantes da Agência Nacional de Cinema (Ancine), representantes da indústria audiovisual e do Ministério da Cultura (MinC), que, dissolvido em 2019 pelo governo de Jair Messias Bolsonaro, se transformou em uma secretaria especial de cultura, passando a integrar, inicialmente, o Ministério da Cidadania e, depois, o Ministério do Turismo.

do audiovisual no estado. Muitos filmes realizados no Ceará têm se afirmado no cenário nacional e internacional, fazendo com que, aos poucos, o estado atinja um patamar de considerável destaque na produção cinematográfica nacional.

Esse poder de alcance está ancorado na própria diversidade das obras. É de toda uma pluralidade de realizadores jovens e veteranos que surgem caminhos e interesses distintos, em filmes dirigidos e produzidos no Estado que englobam desde obras de maior apelo comercial até filmes autorais e de maior experiência de linguagem. Muitos desses avanços só foram possíveis em razão do investimento na área de formação, especialmente em políticas públicas. Este capítulo pretende demonstrar a verdadeira indissociabilidade de tais experiências formativas e os processos de realização em audiovisual no Estado.

Até meados dos anos de 1980, era praticamente inexistente o investimento em formação e produção de cinema no Ceará. As iniciativas de realização fílmica foram esparsas e, geralmente, estiveram associadas aos espaços de cinefilia, onde alguns apaixonados foram buscar condições necessárias para impulsionar — ou pelo menos tentar estimular — a incipiente produção. A formação dos cineastas cearenses surgiu da ação de assistir e debater os filmes, fazendo fluir uma cultura cinematográfica capaz de alavancar realizações locais. Com efeito, o movimento cineclubista, pequenas mostras, festivais e sessões de algumas salas comerciais de cinema podem ser elencados como os primeiros espaços para a formação dos realizadores do Estado.

Apenas na segunda metade dos anos de 1980, com a chegada ao poder do grupo dos jovens empresários ligados ao Centro Industrial Cearense (CIC), a política de modernização do Estado e a ênfase na área do audiovisual tentaram ser executadas (BARBALHO, 2005). O grande “divisor de águas” desse cenário foi a criação do Instituto Dragão do Mar de Arte e Indústria Audiovisual (IDM) em 1996. Nesse período — apesar da existência de espaços como a Casa Amarela da Universidade Federal do Ceará,² em Fortaleza, da atuação de algumas organizações não governamentais no meio audiovisual, as quais se destacaram na formação básica na área³, assim como das atividades organizadas pelo Centro Cultural Banco do Nordeste (CCBNB) e pelo Serviço Social do Comércio (SESC), que empreenderam e/ou ainda têm empreendido esforços voltados para o audiovisual

2 Criada em 1971, na condição de parte integrante da Universidade Federal do Ceará, o lugar foi, inicialmente, batizado de Cinema de Arte Universitário. Posteriormente conhecido como Casa Amarela, durante muito tempo foi o principal campo de formação de cinema na Capital cearense.

3 Foram muitas as ONGs que atuaram em Fortaleza nessa convergência entre arte e educação. A partir da segunda metade dos anos 1990, as que mais se destacaram na área do audiovisual foram o Encine, a Fábrica da Imagem e o Alpendre.

— a criação do IDM foi definidora para os futuros rumos do cinema realizado na capital cearense e no estado do Ceará como um todo.

O chamado Instituto Dragão do Mar encerrou suas atividades de formação continuada nos primeiros anos do século XXI. Outros equipamentos públicos também voltados para o audiovisual foram criados posteriormente, especialmente a Vila das Artes e o Porto Iracema das Artes, assim como o curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal do Ceará⁴.

Considerando que os momentos mais significativos da produção cinematográfica do Estado estiveram associados a essas experiências de formação, notadamente ligadas à execução de políticas públicas, este texto intenta fazer um apanhado histórico das principais iniciativas que nortearam o setor, além de refletir sobre algumas tentativas de modernização que contribuíram para gerar transformações no referido segmento cultural no Estado do Ceará.

Breve histórico da produção de cinema no Ceará, com amparo nas experiências de formação

Apesar de o Ceará desde muito cedo ter sido utilizado como cenário para algumas produções cinematográficas internacionais, como no caso de Orson Welles, que documentou a atividade dos jangadeiros cearenses em seu filme inacabado, intitulado *It's All True* (1942/1993), e Marcel Camus, que filmaria parte da sua película de aventura *Os bandeirantes* (1959) em terras cearenses; ou mesmo algumas obras emblemáticas da história do cinema brasileiro, como no caso de *A morte comanda o cangaço* (1959), de Carlos Coimbra, e alguns documentários da Caravana Farkas, em trabalhos como *Viva Cariri* (1969), de Geraldo Sarno, acentuamos que a produção cinematográfica local foi muito incipiente durante o século XX.

Os registros das primeiras iniciativas de produção cinematográfica no Ceará estiveram associados aos esforços individuais de alguns realizadores e alicerçados nos apoios de empresários locais que estimularam e investiram na produção, cabendo esse pioneirismo a Adhemar Bezerra de Albuquerque, fundador da *Aba Film*, empresa de destaque no ramo fotográfico da cidade de Fortaleza. Em 1939, uma importante entidade na história do audiovisual cearense seria criada: a Sociedade Cearense de Fotografia e Cinema (SCFC). Ela promoveu atividades recreativas e trocas de ideias sobre cinema e fotografia durante quase trinta anos. Desses encontros, despontariam algumas iniciativas de realização

4 O curso da UFC foi criado em 2010. Um pouco antes, em 2008, a Universidade de Fortaleza (Unifor) montou o curso Audiovisual e Novas Mídias, posteriormente rebatizado de Cinema e Audiovisual.

audiovisual⁵, além da exibição de filmes, numa ação independente do circuito comercial. Aproximadamente uma década depois, um grupo de cinéfilos criou uma instituição própria, o Clube de Cinema de Fortaleza (CCF), que desencadearia uma trajetória marcante na história do cineclubismo brasileiro (PEREIRA, 2017). Ali, entre as exibições de clássicos do cinema mundial e debates com a constante presença de críticos e realizadores, também seriam gestadas iniciativas para algumas realizações cinematográficas, como *Rede de dormir* (1964), de João Maria Siqueira, e *Gênese* (1966), de Frota Neto e Roberto Benevides.

Nesse mesmo período, vale mencionar a atuação da TV Ceará Canal 2 inaugurada em 1959 e afiliada local da TV Tupi, que promoveu cursos técnicos na área e formou cinegrafistas, “[...] pois a emissora, além de produzir documentários jornalísticos em película, filmava em 16mm partes de suas telenovelas que não podiam ser feitas ao vivo”. (BARBALHO, 2005, p.165). Em 1966, durante o governo de Virgílio Távora, foi criada no Ceará a primeira secretaria estadual de cultura do País, tendo como titular na pasta o historiador Raimundo Girão. O cinema, no entanto, não encontrava ressonância nas suas instâncias de atuação⁶, que estavam direcionadas especialmente para “[...] as Jornadas Culturais, a atuação do Centro de Artes Visuais Casa de Raimundo Cela, a intervenção na área teatral, as políticas de ‘preservação’ do folclore, do artesanato e do patrimônio histórico e artístico estadual”. (BARBALHO, 1998, p. 213).

A primeira instituição pública dirigida ao cenário de formação em cinema no Ceará foi a chamada Casa Amarela, ligada à Universidade Federal do Ceará (UFC). Mesmo que de maneira incipiente, muitos entusiastas que permaneceram vivendo e produzindo audiovisual na Capital cearense tiveram ali o principal veículo aglutinador para a realização de variadas atividades, e desenvolveram, sistematicamente, ações para a produção, exibição e reflexão do audiovisual em Fortaleza. O equipamento público — criado em 1971 na condição de Cinema de

5 Segundo afirmação do pesquisador Ary Bezerra Leite, “A mais efetiva realização da sociedade fica expressa em produções fílmicas, com destaque para o filme silencioso *Caminhos sem fim* (1944), em 8 mm, dirigido por Heitor Costa Lima e fotografado por José Maria Porto; a iniciativa inacabada do documentário sobre Antônio Bandeira, em 16 mm, a cargo de João Maria Siqueira; as realizações de Nelson Moura, *Canindé* (1952), nossa primeira película sonorizada, realizada durante os festejos religiosos de S. Francisco de Canindé, os documentários *Vaquejada* e *Iguatu* (1954); e a iniciativa documental do artista plástico Anquises Ipirajá sobre o *Carnaval Cearense* (1953)”. (LEITE, 2011, p. 249).

6 Apenas desde a segunda metade dos 1970, identificamos algumas iniciativas de produção audiovisual dentro das ações do Centro de Referência da Cultura do Ceará (CERES), órgão associado à Secretaria de Cultura e Desporto. O artesanato e a cultura popular foram documentados especialmente com base em entrevistas, registros fotográficos e alguns documentários. O acervo do CERES hoje se encontra sob a tutela do Museu da Imagem e do Som do Ceará (MIS) (NOGUEIRA, 2010).

Arte Universitário da UFC — nasceu de uma demanda dos próprios cineclubistas. Em julho de 1967, foi realizada em Fortaleza a VI Jornada Nacional de Cineclubes, onde se discutiu, prioritariamente, a relação entre cinema e educação:

Os poucos e insatisfatórios cursos de cinema no país são produtos de esforços pessoais e pioneiros. [...]. Uma das principais sugestões da VI Jornada, com referência ao ensino do cinema, foi a de ser pleiteada, do Conselho de Reitores das Universidades e Conselho Federal de Educação, a criação oficial de cursos de cinema nas Faculdades de Filosofia, Ciências e Letras, além de cursos técnico-profissionais nas Escolas Industriais da rede mantida, em todo o Brasil, pelo MEC. (PEREIRA, 1967, p. 52-53).

As ações de aproximação com a Reitoria da Universidade, apresentando projetos de um cinema universitário e execução de cursos de formação em audiovisual na cidade, foram capitaneadas por Eusélio Oliveira, realizador cinematográfico, ex-aluno do curso de Direito da UFC, e bastante assíduo nas sessões organizadas pelo Clube de Cinema de Fortaleza. Antônio Martins Filho — que na época das primeiras negociações do espaço estava encerrando seu terceiro mandato de reitor — firmou o compromisso de criar a instituição, a qual ocupou as dependências de um antigo depósito de pedras e rochas do curso de Geologia, localizado no bairro Benfica, bem próximo à sede dos principais cursos de humanidades da Universidade. A Casa Amarela, especialmente nos anos de 1970 e 1980, organizou os principais cursos, festivais e mostras de cinema do Estado, além de debates e encontros do pessoal da área⁷.

Após a geração de cineastas “superoitistas”, surgiu uma produção mais sistemática no Ceará. O barateamento do custo de produção e a vontade de exercitar a linguagem do universo cinematográfico passaram a mobilizar jovens de Fortaleza e de várias cidades do estado, especialmente na região do Cariri. Nesse sentido, despontariam realizadores que permaneceram, durante anos, fazendo seus filmes no próprio Estado e/ou mantendo atividades constantes ligadas à

7 Com início em 1990, a instituição também ficou marcada como uma referência de formação para os realizadores ligados ao cinema de animação do Estado, na criação do Núcleo de Animação do Ceará (NACE). Ali foram desenvolvidos importantes trabalhos cearenses de animação, tais como: *Campo Branco* (1997), de Telmo Carvalho; *O nordestino e o toque da lamparina* (1998) e *Patativa* (2001), de Ítalo Maia; *Guerra dos Bárbaros* (2001), de Júlia Manta; *O santo compadre* (1999) e *Lenda Azul* (2003), de Ricardo Juliani; *Uma odisseia no sertão* (2006), de Josimário Façanha; *De Repente* (2006), direção coletiva do NACE, dentre outros.

atividade audiovisual. Dentre estes, destacamos o próprio Eusélio Oliveira, além de Firmino Holanda, Francis Vale, Rosemberg Cariry, dentre outros.

Para o cinema cearense, os anos de 1970 e 1980 também são considerados ocasiões de reflexão a respeito dos novos rumos a serem trilhados. Com as poucas oportunidades de formação e condições de realização, muitos dos nossos cineastas foram morar em outros estados ou em outros países. Nesse sentido, destacamos a experiência vivida por André Parente, Hermano Penna, Jefferson de Albuquerque Júnior e Pedro Jorge de Castro, sem perder de vista a migração ainda anterior de nomes que marcaram a história da cinematografia nacional, como Luiz Carlos Barreto e Renato Aragão. Na segunda metade dos anos de 1980, um grupo de quatro cearenses foi estudar cinema em Cuba: Amaury Cândido, Jane Malaquias, Marcus Moura e Wolney Oliveira, que compuseram o quadro discente da Escola de Santo Antônio de Los Baños, importante centro mundial de formação cinematográfica que recebeu alunos, prioritariamente, da América Latina, África e Ásia.

Esses realizadores sempre retornavam ao Ceará para desenvolver alguns trabalhos. *Tigipió* (1984/85), de Pedro Jorge de Castro, e *Luzia Homem* (1987), produzido por Luiz Carlos Barreto e dirigido por seu filho Fábio Barreto, foram obras que contaram com a participação de um grande número de pessoas e instituições na sua realização, alimentando o sonho da montagem de um polo cinematográfico no Ceará. Naquele momento político de redemocratização do País, também começava a ser gestado um projeto modernizador para a cultura, fazendo com que o Ceará passasse a despontar como rico em possibilidades para o setor audiovisual. Nas memórias do cineasta Francis Vale, temos a descrição de um seminário sobre cinema e literatura realizado em 1984:

O encontro aconteceu no auditório Benjamin Abraão, da Casa Amarela Eusélio Oliveira, da UFC. Tinha por objetivo discutir as experiências de adaptação literária no cinema brasileiro e lançar as bases para criação de um Polo de Cinema no Ceará. Estiveram presentes: Alex Viany, Nélson Pereira dos Santos, Joaquim Pedro de Andrade, Walter Lima Jr., e os cearenses Pedro Jorge de Castro (de Brasília), Luiz Carlos Barreto (do Rio) e Hermano Penna (de São Paulo). Como ponto de partida no rumo do polo, foi criado o Festival de Fortaleza do Cinema Brasileiro. (2008, p. 55).

A passagem mostra os nomes dos comentados realizadores que haviam migrado para outros estados e de cineastas de peso nacional que colaboraram

com o referido evento. A ideia de um polo de cinema no Ceará parecia dar seus primeiros passos com a finalização de *Tigipió*, e tentou ganhar impulso com a produção de *Luzia Homem*. Além disso, em 1985, ocorreu o I Festival de Fortaleza do Cinema Brasileiro, mesmo ano em que Rosemberg Cariry finalizava seu primeiro longa-metragem, *O Caldeirão da Santa Cruz do Deserto* (1985/86). Todo esse cenário favorável de produção aqueceu um grande debate⁸ sobre a possibilidade de um polo audiovisual em terras cearenses. O projeto, no entanto, só ganharia corpo efetivamente em 1988, com a adesão do Governo do Estado do Ceará e a nomeação de Violeta Arraes para o posto de secretária de Cultura da gestão comandada por Tasso Jereissati.

A posse de Violeta Arraes, com todo o seu histórico de militância e renome na política e cultura do País, foi cercada de expectativas. A sua gestão acabou demonstrando pouco diálogo com artistas locais e uma grande preocupação com a vinda de eventos grandiosos de repercussão nacional. Apesar de conduzir importantes reformas estruturais no Theatro José de Alencar, Biblioteca Pública, Museu do Ceará e parte do Palácio da Abolição, Arraes ficou mais lembrada como a secretária de Cultura que trouxe para a cidade de Fortaleza o Festival de Cinema do Rio de Janeiro:

O FestRio-Fortaleza realiza-se no Ceará graças ao empenho de Violeta Arraes Gervaiseau, Secretária de Cultura do governo Tasso Jereissati, que entendendo as dificuldades que a organização deste evento vinha enfrentando para sua realização no Rio de Janeiro - onde aconteceu entre 1984/88 as cinco primeiras edições - propôs a sua transferência para o Nordeste. (MILLARCH, 1989).

Entre a classe artística cearense, o FestRio-Fortaleza teve uma repercussão controversa, não logrando êxito nem garantindo continuidade em edições futuras. Os cursos de formação em audiovisual na gestão de Violeta Arraes também foram poucos e esparsos. Sua política cultural — que visava atrair realizadores de renome nacional para o Ceará — garantiu a existência de projetos apenas pontuais em cursos de curta duração. Ademais, com a precária situação que o cinema nacional viveu na primeira metade dos anos 1990 e a saída de Violeta Arraes do cargo

8 Barbalho (2005) descreve algumas visões conflitantes que ocorreram durante esses debates. Enquanto Luiz Carlos Barreto defendia uma lógica mais industrialista e mercadológica para o futuro polo audiovisual, cineastas locais como Eusélio Oliveira e Rosemberg Cariry defendiam maior investimento numa produção autoral que garantisse experimentação estética e valorizasse as particularidades e culturas locais.

em julho de 1991, constata-se que a primeira tentativa de criação de um polo de cinema no Ceará naufragou em pouco tempo. A retomada desse projeto assumiu ares bem mais robustos com a criação, anos depois, do Instituto Dragão do Mar de Arte e Indústria Audiovisual.

Os primeiros anos 1990 ficaram marcados pela grave crise da indústria cinematográfica brasileira, após o fechamento da Embrafilme, e os anos de governo Collor (1990-1992). Apesar de uma tímida tentativa de superação dessas adversidades durante o governo de Itamar Franco (1992-1993), a chamada “retomada” do cinema nacional só aconteceu nos anos iniciais do primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso (1994-1998), especialmente com a consolidação da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual. Mesmo diante de um cenário nacional quase inexistente para a produção em longa-metragem, foram realizados no Ceará *A saga do guerreiro aluminoso* (1993), de Rosemberg Cariry, e *O calor da pele* (1994), de Pedro Jorge de Castro.

O início dos anos de 1990 também marcaria o nascimento do Cine Ceará. Surgindo em 1991, a partir do “Festival Vídeo Mostra Fortaleza”, ele se transformaria, posteriormente, num Festival de Cinema Ibero-Americano. Destacando-se pela sua longevidade e regularidade, completando sua 30ª edição em 2020, o Cine Ceará também cumpriu um papel importante para a formação de uma plateia local, mais atenta aos filmes nacionais e obras estrangeiras de penetração difícil no circuito comercial, além de nunca ter perdido seu traço pioneiro de exibição das produções de cineastas cearenses.

No decorrer dos anos de 1990, voltaria a ser discutida a ideia de um polo cinematográfico local com o chamado Instituto Dragão do Mar. Diante de um cenário mais otimista em relação ao novo momento que vivenciava a cinematografia nacional, o Ceará desencadeou um conjunto de políticas públicas que contavam com grande aporte do governo do Estado, aproveitando também de condições favoráveis para a captação de recursos a partir da utilização dos recursos federais do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) e da criação da Lei Jereissati, importante mecanismo de mecenato que angariou patrocínio de empresas para algumas produções cinematográficas rodadas no Estado. Vale ressaltar que, nos discursos dos principais agentes do Governo do Estado que garantiram a implantação dessa nova estrutura local, sempre foi entendido como prioridade o desenvolvimento de práticas culturais industrialistas, numa tentativa de garantir mão de obra qualificada para os filmes que seriam produzidos no Estado, dando corpo e sustentação ao futuro polo cinematográfico (THÉ, 2011).

Seguindo essa linha, as atividades do IDM garantiram um revigoramento na produção local e são consideradas definidoras para os futuros rumos do cinema realizado no Ceará. As produções realizadas nesse período, segunda metade dos anos de 1990, bem como o processo de formação continuada em audiovisual que foi desenvolvido, eram até então inéditas no Estado. A estruturação dos cursos contou com nomes considerados de peso na cinematografia nacional, destacando-se, especialmente, Maurice Capovilla e Orlando Senna, que estiveram, respectivamente, à frente da direção do IDM e do Colégio de Dramaturgia da instituição. O núcleo de estudos básicos proporcionou a realização de dezenas de cursos de curta duração na Capital e em algumas cidades do Estado, e a formação técnica continuada, com duração média de dois anos, contava com os cursos de cinema, dramaturgia, direção teatral, *design* e dança.

Juntamente com Maurice Capovilla e Orlando Senna, parte dos professores do chamado Colégio de Realização em Cinema era de nomes importantes, ligados ao movimento do Cinema Novo brasileiro, como observamos na presença de Geraldo Sarno, Ruy Guerra e Ismail Xavier em seu quadro docente. Muitos alunos também se dedicaram ao desenvolvimento de uma cultura cinematográfica mais crítica e politicamente engajada. De 1997 a 1998, por exemplo, eles conduziram o cineclube intitulado “Cine Dragão”. Esse espaço foi responsável pela organização de mostras de muitos filmes raros, destacando-se uma seleção do Cinema Cubano, da Caravana Farkas e a obra completa do cineasta Glauber Rocha, exibida quase que integralmente em película.

Essa vertente ideologicamente mais voltada à esquerda, detentora de muitas críticas ao modelo hollywoodiano do fazer cinematográfico, não deixa de ser um contrassenso, dada a observância dos modelos que foram implementados. A captação de recursos seguia uma lógica notadamente comercial, e o chamado Bureau de Cinema⁹ “dava as cartas”, atraindo os principais recursos de produção, especialmente para os filmes de maior apelo de público e atrelados a um circuito tradicional. Para citar alguns exemplos, entre os filmes que foram, em parte, rodados no Ceará temos: *O Noviço Rebelde* (1997), de Tizuka Yamazaki; *A ostra e o vento* (1997), de Walter Lima Jr.; *Bocage, o triunfo do amor* (1997), de Djalma Limongi; *Bella Donna* (1998), de Fábio Barreto; *Villa-Lobos* (2000), de Zelito Viana; *Eu não conhecia Tururu* (2000), de Florinda Bolkan, dentre outros.

9 Coordenado por Elisabete Jaguaribe, o Bureau de Cinema tinha como objetivo atrair investimentos de produções cinematográficas no Ceará, oferecendo atividades de assessoria, informações de possíveis locações e cadastro de serviços técnicos, além de mediação com órgãos públicos e privados.

Percebe-se, portanto, que toda essa lógica pautada em um modelo de produção industrial passava pelas intenções iniciais de implantação do Instituto, e o propalado discurso de “polo cinematográfico cearense” ganhou corpo tanto nos discursos dos gestores como nos espaços de formação, alimentando uma realidade que nunca chegou de fato a ser concreta, pois em um período em que o vídeo crescia, os filmes eram quase todos direcionados para a realização em película. Nas aulas teóricas dos principais cursos, discutiam-se teorias de autores e filmes de cineastas ideologicamente engajados, mas o financiamento prioritário era destinado a produções de maior apelo comercial. Além disso, enquanto o cinema brasileiro buscava desenvolver caminhos mais baratos e desprendidos de um modelo clássico de realização, o Ceará continuava reproduzindo o sistema industrial de produção, executando fórmulas que priorizavam aspectos hierarquizados e departamentalizados de feitura fílmica.

O sonho de construção de um novo polo cinematográfico de cinema no Ceará esbarrou, portanto, nessa contradição envolvendo as prioridades de produção e as lógicas de financiamento. Os motivos oficiais que levaram ao fechamento do Instituto Dragão do Mar estiveram mais diretamente relacionados à escassez de recursos — à medida que o dinheiro advindo do Fundo de Amparo ao Trabalhador cessou — e aos desentendimentos na condução da pasta de Cultura do governo, com mudanças de secretários e substituição dos antigos coordenadores do projeto.

Em janeiro de 2003, o antigo IDM foi oficialmente fundido ao Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura. Dentre os muitos aspectos positivos, restaram as sementes do Dragão: professores do próprio Estado e ex-alunos que por ali passaram deram continuidade ao trabalho no meio audiovisual e desenvolveram novas experiências, tanto na produção como na formação básica e continuada em audiovisual no Estado.

Apesar da continuidade das ações da Casa Amarela, houve uma lacuna, durante os primeiros anos do século XXI, na área das políticas públicas para a formação. Foram as organizações não governamentais que protagonizaram esse momento após o fechamento do IDM. Apostando no desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação, muitos projetos contribuíram para a inclusão digital de jovens e trouxeram oportunidades para eles no mercado de trabalho. Também não podemos deixar de mencionar que isso perpassa todo um conjunto de transformações ocasionadas pelo avanço da internet e do setor de telefonia móvel, componentes que, agregados, garantiram uma nova configuração de possibilidades para os registros audiovisuais. Esse conjunto de

práticas formativas nos parece ser um capítulo à parte, visto que muitas delas foram singulares, especialmente aquelas voltadas para as regiões periféricas e que tiveram suas ações direcionadas, prioritariamente, para a juventude de comunidades carentes.

Novos rumos para o cinema no Ceará

O cinema brasileiro apresentou um exponencial desenvolvimento na primeira década do século XXI. Das anteriores incertezas, conhecemos uma evolução que se configurou em números de filmes produzidos, diversidade temática e estilística nas obras audiovisuais realizadas, bem como um maior suporte para as produções, seja em decorrência das novas tecnologias - que baratearam os custos - seja pelos apoios governamentais e leis de incentivo. A formação cinematográfica também se estendeu a patamares diferenciados, acompanhando a expansão do ensino superior de cinema em algumas universidades, assim como a proliferação de pequenas iniciativas públicas e/ou não governamentais em vários pontos do País. Apesar de a produção cinematográfica conhecer uma hegemonia ainda latente do eixo Rio-São Paulo, temos que considerar que houve mudanças, especialmente relacionadas ao desenvolvimento de algumas cinematografias locais que possuíam pouca tradição e experiência.

O cinema realizado no Ceará também apontava para esse conjunto de mudanças. Na medida em que os lugares de formação aos poucos potencializavam e instrumentalizavam a produção local, a política dos editais e as leis de incentivo possibilitaram maior atuação das atividades de cineastas, produtoras, grupos e cineclubes que desenvolvem ações para a produção, exibição e reflexão do audiovisual. O Edital de Cinema e Vídeo, instituído em 2001, apesar de enfrentar problemas de burocracia e falta de regularidade, se consolida como a mais importante ferramenta de garantia de fomento para os realizadores locais. Além disso, o Governo do Estado do Ceará institui o Sistema Estadual da Cultura (SIEC), garantido na Lei 13.811, de 16 de agosto de 2006, que regula o Fundo Estadual de Cultura e coloca em prática o Edital Mecenaz do Ceará, nova possibilidade de fomento para atividades culturais mediante os termos de renúncia fiscal.

Em paralelo, a Prefeitura Municipal de Fortaleza passou a desenvolver, a partir de 2006, o Edital das Artes, incluindo o audiovisual como uma das linguagens artísticas. Apesar de ele também ter sofrido com a falta de regularidade em suas edições¹⁰ e ser criticado pela pequena quantidade de recursos para tentar abarcar

10 O Edital das Artes da Secretaria Municipal de Cultura de Fortaleza (Secultfor) é lançado desde 2006, chegando na 8ª edição no ano de 2019. No caso do Edital de Cinema e Vídeo da Secult — que mencionamos no texto anteriormente — foi lançada, no final de 2019, a sua 14ª edição em

um grande número de linguagens artísticas, acabou garantindo, nesses últimos anos, a viabilidade de considerável número de curtas-metragens locais, bem como desenvolveu outras iniciativas relacionadas à formação do cinema cearense. Na última década, a Prefeitura de Fortaleza ainda criou o Centro Urbano de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (CUCAS) em três bairros da periferia de Fortaleza, bem como desenvolveu o Plano Municipal de Cultura (2012), dando balizamento ao Sistema Municipal de Cultura.

No âmbito federal, as políticas culturais desencadeadas na chamada Era Lula (2003-2010) proporcionaram ao cinema brasileiro um novo modelo de execução. Entendendo a cultura num sentido amplo, em toda a sua carga de diversidade, produção simbólica e potencial econômico, o Ministério da Cultura sob Gilberto Gil foi mais propositivo nas políticas para o setor (IKEDA, 2015), investindo no fortalecimento da Secretaria do Audiovisual (SAv). Apesar da continuidade das leis de renúncia fiscal, pôde ser observado um redirecionamento do papel da Ancine como agência reguladora, além da criação de alguns editais federais de fomento direto e do Fundo Setorial do Audiovisual, ampliando as possibilidades de produção de cinema no país.

Um dos projetos executados pela SAv¹¹ foi o Programa DOC-TV, edital de fomento à produção de documentários, com difusão inicialmente garantida pela rede de TV Pública. O edital possuía um caráter democratizante em seu formato, pois os concursos eram estaduais e contemplavam projetos de documentários de todos os estados, descentralizando a produção de filmes e contemplando um grande número de realizadores que normalmente teriam poucas oportunidades em outros editais federais. Nas quatro edições existentes do DOC-TV, o Ceará produziu sete filmes: na primeira edição, foi escolhido *Borracha para a vitória* (2003), de Wolney Oliveira; na segunda, *Cidadão Jacaré* (2005), de Firmino Holanda, e *As Vilas Volantes – o verbo contra o vento* (2005), de Alexandre Veras; na terceira edição foram produzidos *Uma encruzilhada aprazível* (2007), de Ruy Vasconcelos, e *Sábado à noite* (2007), de Ivo Lopes Araújo; na quarta edição, *Linhas de organdi* (2009), de Glauber Filho, e *Espelho nativo* (2009), de Philippe Bandeira. Alguns desses filmes tiveram grande visibilidade e foram importantes para os rumos tomados por parte da produção audiovisual cearense nos anos seguintes.

seus quase vinte anos de existência. Percebe-se grande demora, especialmente na divulgação dos resultados, na liberação dos recursos e na prestação de contas dos contemplados, sendo esses alguns dos motivos alegados para que as edições dos editais não sigam a regularidade de lançamento anual, como foram inicialmente planejados.

11 De 2003 a 2007, quem esteve à frente da SAv foi o cineasta Orlando Senna, que em anos anteriores foi protagonista direto nas experiências de formação do Instituto Dragão do Mar.

No tocante à formação em audiovisual, a política pública de maior envergadura desenvolvida pela Prefeitura de Fortaleza foi a Vila das Artes. O projeto nasceu por iniciativa da Fundação de Cultura, Esporte e Turismo (Funcet)¹², reunindo, inicialmente, a escola de audiovisual, os pontos de corte¹³ e o núcleo de produção digital, e expandindo posteriormente seu alcance para outras linguagens artísticas, especialmente a dança e o teatro. Além dos cursos regulares que ali ocorrem, a Vila das Artes tem sido ocupada de várias maneiras pelos artistas da Cidade, sendo também utilizada para ensaios de espetáculos, encontros da classe artística e trânsito de diálogos variados.

A Escola de Audiovisual de Fortaleza, que iniciou suas atividades em outubro de 2006, nasceu de uma grande demanda existente na cidade, pois desde o encerramento das atividades do IDM não existia nenhum curso de formação continuada em cinema na capital cearense. A organização da Associação Cearense de Cinema e Vídeo (ACCV) e o envolvimento de setores da Universidade Federal do Ceará também foram muito importantes, tendo sido formadas comissões de colaboradores que atuaram em estreito diálogo com a Prefeitura. No transcorrer dos últimos anos, a Escola Pública de Audiovisual alcançou muitos ganhos, transformando-se numa referência nacional de formação em audiovisual, especialmente num dado segmento de pessoas que circulam em festivais e circuitos independentes, que dialogam e atuam no meio acadêmico cinematográfico. Nos dias de hoje, é difícil encontrar um realizador de cinema em Fortaleza que não tenha tido nenhuma relação com as ações empreendidas pela Escola Pública de Audiovisual e a Vila das Artes nesses anos de sua existência.

Desde 2013, a Secretaria de Cultura do Governo do Estado do Ceará desenvolve outro projeto de formação para a cidade - o Porto Iracema das Artes - que reúne laboratórios de criação, além de cursos básicos e técnicos em variadas linguagens artísticas. No cinema, o formato que tem alcançado maior visibilidade é o Laboratório de Audiovisual, que visa, principalmente, a desenvolver roteiros de longa-metragem com suporte no acompanhamento e orientação de alguns professores/cineastas, como Armando Praça, Karim Aïnouz, Marcelo Gomes e Sérgio Machado. Em certos aspectos, o Porto Iracema das Artes é uma espécie de retomada do Instituto Dragão do Mar, inclusive envolvendo, na sua idealização, nomes como Paulo Linhares e Elisabete Jaguaribe, protagonistas na experiência desenvolvida na segunda metade dos anos de 1990.

12 Em 2007, a Vila das Artes passou a ser gerida pela recém-criada Secretaria de Cultura de Fortaleza (SECULTFOR).

13 Curso de aproximadamente seis meses que capacitou agentes culturais e exibidores independentes, estimulando e apoiando exibições de filmes em espaços públicos e a formação de cineclubes.

No interior do Ceará, a formação em audiovisual tem sido esparsa. Apesar de algumas cidades possuírem equipamentos culturais que pontualmente realizam algumas iniciativas, ainda é uma constante o deslocamento de jovens visando a uma qualificação mais específica na área, especialmente com a criação de cursos de graduação e pós-graduação em audiovisual na Capital cearense. De 2003 a 2007, alguns cursos foram promovidos pela Secretaria de Cultura do Governo do Estado do Ceará, em ações que tiveram a chancela do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura e ocorreram em Fortaleza, Itapipoca e regiões do Sertão Central e Cariri.

Uma vez publicada a Lei 13.811/2006, o Edital de Cinema e Vídeo da Secult estabeleceu que metade dos recursos disponíveis deveria ser despendida em projetos contemplados em municípios do estado, à exceção de Fortaleza. Essa decisão, apesar de ser polêmica e ser alvo de questionamentos¹⁴, tem estimulado maior participação dos realizadores e produtoras do Estado, tirante os da Capital. Essa divisão de recursos acabou sendo fundamental, notadamente na categoria de formação, abrigando propostas de cursos modulares, capacitação técnica ou cineclubista. Experiências profícuas se desenvolveram nos últimos anos em cidades como Juazeiro do Norte, Quixeramobim e Sobral, dentre outras.

Constatamos que são variadas as ações desenvolvidas pelos poderes público e privado na área de formação em audiovisual, bem como são muitas as atividades de grupos e realizadores cearenses. Apesar das incertezas de um cenário de crise generalizada que o País enfrenta (BARBALHO, 2018), a produção de audiovisual no Estado Ceará cresce cada vez mais. Os processos formativos também contribuíram para a ampliação de uma rede colaborativa de realização, na qual as trocas são cada vez maiores e afastadas dos padrões hierarquizados e notadamente mercadológicos do modelo industrial (MIGLIORIN, 2011), envolvendo técnicas (realidade material) e experiências vividas, estabelecendo uma conexão que “[...] é também social e política, pelas pessoas, mensagens, valores que a frequentam”. (SANTOS, 1999, p. 262).

O atual panorama seria muito difícil de ser imaginado há duas décadas, por exemplo. Com a sua continuidade, surgem desafios, principalmente no que tange à área do mercado e à circulação das obras artísticas desenvolvidas. O problema da pequena circulação e poder de alcance desses filmes ainda é fulcral, mas consideramos que também está sendo constantemente problematizado e repensado por outros pesquisadores e realizadores (BIZERRIL, 2012). Por ora,

14 Especialmente porque ocorreu a devolução de recursos em algumas oportunidades, já que o interior não inscreveu projetos em determinadas categorias e/ou não obteve pontuação para ser contemplado.

nos interessa apenas demarcar a maneira como esse binômio da formação e da realização em audiovisual foi indissociável na história do cinema cearense.

Conclusão

Em maio de 2017, o Governo do Estado anunciou a criação da “Ceará Filmes” – Programa Estadual de Desenvolvimento do Audiovisual e da Arte e Cultura Digital, que funcionaria como uma agência de fomento e distribuição cinematográfica. Os recursos seriam advindos do FSA e das parcerias entre Secult-CE e Ancine, e as iniciativas de realizações mais imediatas se concentrariam num aumento considerável do montante de recursos destinado ao Edital de Cinema e Vídeo, a execução do projeto Cinema da Cidade, com a criação de 20 salas de cinema em dez municípios do Ceará e o lançamento de um edital intitulado “Ceará Inédito”, com produtos audiovisuais voltados para a rede televisiva da TV Ceará (TVC).

Em paralelo, as políticas culturais no plano federal foram praticamente paralisadas nos últimos anos. O atual governo retirou o *status* de ministério do MinC, e a Ancine é objeto de um processo de desmonte. Isso inviabilizou a continuidade dos arranjos financeiros estaduais e regionais e comprometeu, em parte, a própria execução do Edital de Cinema e Vídeo da Secult. Desta maneira, o projeto da Ceará Filmes ainda não foi executado. Constatamos que a instabilidade da máquina pública e as incertezas quanto à continuidade de projetos em circunstâncias de mudanças de governos pairam na realidade daqueles que vivenciam o meio artístico. Os recursos disponíveis estão sempre passando por momentos de incertezas em relação à continuidade e problemas de planejamento.

Apesar de as políticas públicas no campo da cultura que vivemos atualmente serem marcadas por recuos e retrocessos, elas ainda possuem todas as suas veredas abertas, pois o presente sempre se encontra em decurso de esgarçamento. Se, por um lado, esses episódios recentes limitam o alcance das nossas conclusões, de outra parte, reforçam nossa atenção aos muitos desafios que nos cercam. E, corroborando as palavras de Reinhart Koselleck, para quem “[...] é a tensão entre experiência e expectativa que, de uma forma sempre diferente, suscita novas soluções, fazendo surgir o tempo histórico” (2006, p. 313), acreditamos nas condições produtivas desse tempo presente, atuando nas fronteiras dessa tensão e desenvolvendo melhores condições para caminhar.

Referências bibliográficas

BARBALHO, Alexandre. **A modernização da cultura:** políticas para o audiovisual nos governos Tasso Jereissati e Ciro Gomes

- (Ceará/1987-1998). Fortaleza: Imprensa Universitária da U|FC, 2005.
- _____. “Política cultural em tempo de crise: o Ministério da Cultura no governo Temer”. **Revista de Políticas Públicas**, v. 22, n. 1, Universidade Federal do Maranhão, 2018.
- _____. **Relações entre Estado e Cultura no Brasil**. Ijuí: Ed. Unijuí, 1998.
- BIZERRIL, Luiz (Org.). **Cartografia do audiovisual cearense**. Fortaleza: Editora Dedo de Moças, 2012.
- IKEDA, Marcelo. **Cinema brasileiro a partir da retomada: aspectos econômicos e políticos**. São Paulo: Summus, 2015.
- KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado: contribuição à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Contraponto; Ed. PUC-RJ, 2006.
- LAZZARATO, Maurizio. **As revoluções do capitalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- LEITE, Ary Bezerra. **A tela prateada: cinema em Fortaleza (1897-1959)**. Fortaleza: Secult/CE, 2011.
- MIGLIORIN, Cezar. “Por um cinema pós-industrial: notas para um debate”. **Revista Cinética**. [Fevereiro de 2011]. Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/c_inemaposindustrial.htm>. Acesso em: 2 fev. 2020.
- MILLARCH, Aramis. “FestRio foi para Fortaleza mas ganhou maior dimensão”. **Jornal Estado do Paraná**. 21 de novembro de 1989. Disponível em: <www.millarch.org/artigo/festrio-foi-para-fortaleza-mas-ganhou-maior-dimensao>. Acesso em: 7 fev. 2020.
- NOGUEIRA, Antônio Gilberto Ramos. “O Centro de Referência Cultural – CERES (1976-1990) e o registro audiovisual da memória popular do Ceará”. In: GUIMARÃES, Manoel Luiz Salgado; RAMOS, Francisco Régis Lopes (Orgs.). **Futuro do pretérito: Escrita da História e História do Museu**. Fortaleza: Instituto Frei Tito de Alencar/Expressão Gráfica, 2010.
- PEREIRA, Geraldo Santos. “Caminhos da VI Jornada de Cineclubes”. **Revista Filme Cultura**, ano 1, n. 6, set. 1967.
- PEREIRA, Raul Kennedy Gondim. **Clube de Cinema de Fortaleza: sociabilidade intelectual e cultura cinematográfica na cidade de Fortaleza (1948-1963)**. Dissertação. (Mestrado em História Social) — Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: espaço e tempo, razão e técnica**. São Paulo: Editora Hucitec, 1999.

THÉ, Nílbio. **O Dragão devorado** – a economia profissionalizante em cultura como fomento à economia criativa: o caso do Instituto Dragão do Mar. Dissertação. (Mestrado em Políticas Públicas e Sociedades) — Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2010.

VALE, Francis. **Cinema cearense**: algumas histórias. Fortaleza: Assaré, 2008.

Capítulo 4

Modernidade transnacional: edição de literatura infantil no Ceará

*Andréa Borges Leão
Ana Cíntia Moreira Sales*

Uma nota de história bibliográfica

Após a Independência do Brasil, em 1822, o comércio de livros estrangeiros possibilitou aos livreiros da corte do Rio de Janeiro a importação de clássicos do patrimônio literário mundial, a exemplo dos romances de aventuras e melodramas, das fábulas morais e contos de fadas. As travessias de livros e impressos acompanhavam as mudanças na sociedade, já orientadas pela circulação transatlântica do consumo massivo. Este comércio não precisava mais enfrentar o controle da censura eclesiástica que marcou as relações entre a Europa e a América do Sul durante o período colonial (ABREU, 2003), consolidando o que Eliana Dutra (2012) identifica como o espaço transatlântico do livro. Os processos que ligam historicamente a Europa e o Brasil conferem lugar privilegiado aos livros e impressos (DUTRA, 2012, p. 75). Na mesma perspectiva, abordaremos o modo como a edição de livros de literatura no Ceará adentrou a moderna e transnacional lógica da produção simbólica.

Em Fortaleza de fins do século XIX, a Livraria Oliveira e a Libro-Papelaria Gualter foram estabelecimentos pioneiros na oferta de livros, especialmente para as crianças e jovens que sabiam ler. Nessas lojas eram vendidos títulos importados diretamente dos centros europeus, da França e Inglaterra, assim como traduções e títulos de autores nacionais e portugueses. Além dos livros, revistas e jornais, os folhetos de cordéis também se destacavam ao reproduzirem contos de fadas com aventuras de reis e rainhas, nobres e donzelas das cortes europeias. A historiadora Ozângela Silva (2001) nos adverte que a oferta dos folhetos vendidos a baixos preços e em grandes quantidades afirma a popularização dos suportes de leituras

oralizadas e visuais endereçadas, preferencialmente, aos que não tinham acesso direto à cultura escrita. Ou melhor, os livreiros cearenses apostavam em uma cultura visual escrita como estratégia de formação de um público leitor. Assim, as histórias tradicionais europeias nos gêneros contos de fada, poesia e biografias de figuras célebres, marcaram o imaginário popular cearense com a ampla circulação dos folhetos de cordéis.

No ano de 1870 destacavam-se na Livraria Oliveira títulos populares em brochuras de Roberto do Diabo e João de Callais. Ao mesmo tempo em que, em 1891, a Libro-Papelaria Gualter apostava na oferta de coleções mais enobrecidas e elitizadas, dispondo de títulos consagrados de Jules Verne, Condessa de Ségur, Maria Amália Vaz de Carvalho e La Fontaine (SILVA, 2001: 94). A livraria também oferecia ao restrito público leitor títulos como *As aventuras de Robison Crusoe*, de Defoe, na tradução do professor Carlos Jansen, para a editora Laemmert do Rio de Janeiro, e os célebres *D. Quixote* e *Viagens de Gulliver* (SILVA, 2001). Esta pequena amostra sugere que as livrarias fortalezenses funcionavam como entrepostos comerciais das livrarias cariocas Garnier, Laemmert e Francisco Alves que, por sua vez, importavam diretamente os livros das cidades europeias, Lisboa, Porto e Paris. Do ponto de vista da oferta de bens simbólicos, ainda que numa sociedade pouco alfabetizada, tratava-se de um esforço de atualização com a modernidade ocidental levado a cabo pelos comerciantes locais. Outra iniciativa de formação de público leitor foi a elaboração de um catálogo de vendas. Os anúncios publicitários das livrarias publicados nos jornais das últimas décadas do século XIX não cansavam de divulgar coleções de livros ilustrados como *O carrapatinho*, *Alibabá ou os quarenta ladrões*, *O gato de botas*, *Margarida, a pastorinha*, *O barba azul*, *Aladin ou a lâmpada mágica*, *A gata borralheira* e *A bela adormecida*. Alguns jornais, como Pedro II, Constituição, Cearense e Libertador, costumavam também publicar listas de livros recém-chegados nos navios que atracavam no porto de Fortaleza, como um modo de informação e atração do público leitor.

Na outra ponta do circuito impresso e à medida que o sistema educacional se desenvolvia no século XX, as crianças e jovens iam configurando um novo grupo para o mercado livreiro em Fortaleza. As obras de literatura infantil sempre miraram o alvo das famílias ilustradas das elites e, no geral, foram escritas por autores com poder aquisitivo para produzir, editar e lançar seus livros. Ainda hoje, muitos dos escritores de obras infantis exercem um duplo ofício, movendo-se por entre vários universos da produção cultural (LAHIRE, 2006). O duplo ofício revela a incipiência da profissionalização do trabalho literário. Assim, escritores de literatura infantil e juvenil constroem suas autorias como professores que se dedicam ao ensino nas

escolas e, até, a outros gêneros literários voltados para outras classes de idades. Ilustrativa desse padrão de prática é a trajetória do professor da Universidade Federal do Ceará, Artur Eduardo Benevides, que publicou em 1975 o livro *O menino e o arco íris* (FORTALEZA, 2005, p. 48). Outro marco da literatura infantil cearense escrita por alguns romancistas que não se especializaram no gênero é a obra *O menino mágico*, de Rachel de Queiroz. Publicada em 1975, este livro ganha o prêmio Jabuti de Literatura Infantil. No gênero, a escritora lança ainda, no Rio de Janeiro, os livros *Andyra*, em 1992, *Cafute & Pena de Prata*, em 1996, *Xerimbabo*, em 2002, e *Memórias de menina*, em 2003.

A profissionalização: estabelecimento de um espaço de possíveis

No que diz respeito ao espaço de possíveis para a literatura infantil cearense, em 1981, o projeto Biblioteca da Vida Rural Brasileira teve impacto significativo na profissionalização do trabalho literário. Consolidando uma parceria entre a Universidade Federal do Ceará e o Ministério da Educação, este projeto propunha a edição e distribuição de obras literárias regionais para incentivar a leitura nas comunidades periféricas, oferecendo novo impulso à literatura infantil cearense (FORTALEZA, 2005, p. 49). Para o seu desenvolvimento, foi necessário um mapeamento da cultura, do vocabulário e do imaginário da população rural cearense. Cerca de 50 títulos foram publicados por escritores e professores. As obras reunidas em coleções portavam indicações pedagógicas, com sugestões ao final dos livros sobre os usos nas escolas. Interessante é notar que, no projeto Biblioteca da Vida Rural Brasileira, foram oferecidas oportunidades para a contratação de ilustradores e para a formação de uma equipe editorial, sinalizando os passos da profissionalização do setor. Ao longo dos anos, entretanto, a verba investida pelo governo federal foi sendo reduzida gradativamente, comprometendo a qualidade das publicações e culminando no cancelamento do programa.

Em 2003, no âmbito do Plano Estadual da Cultura, é criada a Coordenaria de Políticas do Livro e de Acervos. Esta pasta ficou marcada pelas políticas públicas relacionadas ao livro, leitura e literatura, bem como pelos equipamentos da Biblioteca Pública Governador Menezes Pimentel, do Arquivo Público do Estado do Ceará, da Casa Juvenal Galeno e do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas, os três equipamentos situados em Fortaleza. Em 2004, destaca-se mais uma iniciativa governamental, a lei nº 13.549, que instituiu a Política Estadual do Livro.¹ Neste mesmo ano, foi criada também, a Câmara Estadual do Livro e da Leitura no

1 Disponível em: https://forumdeliteraturace.files.wordpress.com/2011/09/memoria_flllec.pdf. Acesso em: 14/07/19.

Ceará, além da articulação do Fórum de Literatura do Estado do Ceará, anos após denominado Fórum do Literatura, Livro e Leitura do Estado do Ceará².

Em 2004, a Secretaria de Educação desenvolveu o Programa de Alfabetização na Idade Certa (PAIC). Neste foram instituídos diversos eixos que visavam a melhorar a educação para crianças da escola pública até à 5ª série do Ensino Fundamental. Inclui-se o Eixo de Literatura Infantil e Formação do Leitor, que tinha como um dos objetivos a publicação da Coleção PAIC Prosa e Poesia. Para produzir essa coleção, é lançado, por edital, um concurso para a contratação de escritores, ilustradores, coordenador editorial e *designer* gráfico. Além disso, as publicações tematizariam o patrimônio e a cultura popular cearense. O programa, no entanto, recebeu críticas de alguns editores pelo modo de sua realização. Questionava-se não apenas o processo de escolha e a qualidade literária dos autores³, mas a qualidade do material gráfico dos livros e, principalmente, o papel do Estado na qualidade de fomentador do mercado editorial local.

Segundo Júlia Barros, produtora cultural da editora Casa da Prosa, o maior problema da coleção PAIC Prosa e Poesia foi o de o Governo do Estado cumprir o papel de editor, em vez de contribuir para o fomento da cadeia produtiva do livro já existente na Cidade. Note-se que o processo seletivo não contempla editoras, mas autores e ilustradores⁴. De acordo com Júlia Barros, seria função do Estado elaborar um processo de licitação para as editoras. Ora, se há um edital de fomento para os novos autores, o contemplado precisaria contratar uma editora para publicar seu livro. Arlene Holanda, escritora e editora da IMEPH, por sua vez, observa que os Estados de Minas Gerais e de São Paulo compram os livros de editoras cearenses por meio de editais.

Em 2018, a Prefeitura de Fortaleza lança um edital para compra de material literário, paradidático e técnico destinado às bibliotecas das escolas públicas. Tudo leva a crer que os aspectos simbólicos e mercadológicos convergiam no espaço de formação, tanto de uma literatura infantil, como de um mercado para esse tipo de literatura.

O panorama apresentado comprova, no espaço fortalezense, os estreitos

2 Houve outros importantes acontecimentos relacionados ao livro e à leitura, como a Campanha Viva Leitura em 2005, que incentivava o uso das bibliotecas; a oficina de elaboração do Plano Estadual do Livro e da Leitura em 2007, pensando nas cadeias mediadoras, formadoras, criativas e produtivas do livro; bem como seminários, conferências e audiências públicas.

3 O autor recebe um prêmio de R\$ 4.500 reais pelo texto escolhido. De acordo com alguns editores, o fator econômico faz com que mais pessoas sem “a devida função de autor” participem do processo seletivo.

4 Geralmente o *designer* gráfico e coordenador editorial são os mesmos ao longo dos anos.

vínculos entre o mercado editorial e as ações governamentais. Vale ressaltar que, no Brasil, a criação de um mercado para livros elementares dependeu igualmente da educação básica. Assim, o setor de livros infantis e juvenis pode ser fortalecido ou enfraquecido à medida que os programas e investimentos são acrescidos ou diminuídos. Esse movimento possui a tendência de criar marés de incerteza para editores e livreiros, ao longo dos anos.

Afinal, o que compõe um mercado editorial? Quais propriedades e atividades legitimam a sua existência? Sua composição se deveria às feiras, publicação de livros, às vendas, à existência de um público leitor e das associações literárias? Quais papéis jogariam para a gênese e estruturação de um mercado editorial a universidade, a crítica literária e outras instituições e agentes? Fortaleza é uma cidade onde se publicam livros, realizam feiras, bienais, entre outros eventos do comércio dos impressos. As vendas, no entanto, que indicam a existência ou não de um público leitor e o consumo, são características imprescindíveis para a constituição de um mercado, ainda que incipiente. Vejamos os dados sobre o desempenho do setor do livro no Brasil.

Segundo uma pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), a pedido da Câmara Brasileira do Livro e do Sindicato Nacional de Editores de Livros, observa-se a evolução do faturamento real de vendas no setor editorial nos anos de 2006 e 2014, com a travessia de uma maré alta e baixa entre R\$ 1,8 bilhão. A partir de 2015, os números foram abaixando gradativamente, ficando entre R\$ 1,6 bilhão e R\$ 1,4 bilhão, em 2018. A venda dos livros didáticos enfrenta queda constante desde 2014, sendo historicamente a área mais rentável do setor editorial (ver gráfico 1).

DIDÁTICOS

→ Evolução do Faturamento Real - Vendas ao Mercado
 preços constantes (R\$ milhões de 2018)

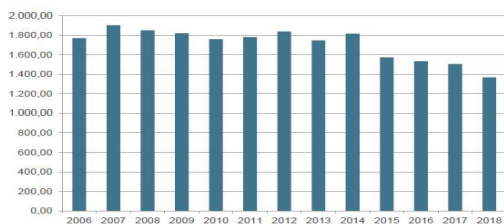


Gráfico 1. Disponível em: <<http://cbl.org.br/downloads/fipe>>. Acesso em: 14/07/19.

Como é possível observar no gráfico 2, as vendas ao governo sempre

tiveram índices muito maiores do que as vendas para o mercado, ainda que operem com algumas quedas à extensão dos anos. A situação muda quando vemos os números relacionados às obras gerais, no gráfico 3, em que os exemplares vendidos ao mercado são consideravelmente maiores do que os vendidos ao governo.

➡ Exemplares Vendidos - Mercado e Governo
 (Milhões)

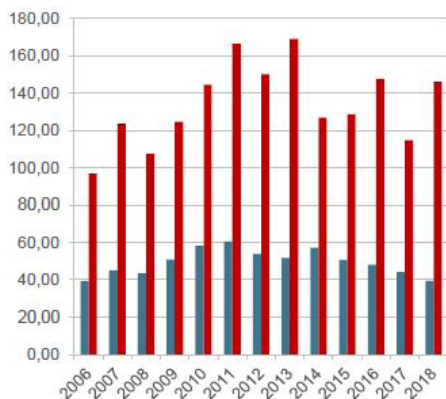


Gráfico 2. Disponível em: <<http://cbl.org.br/downloads/fipe>>. Acesso em: 14/07/19.

➡ Exemplares Vendidos - Mercado e Governo
 (Milhões)

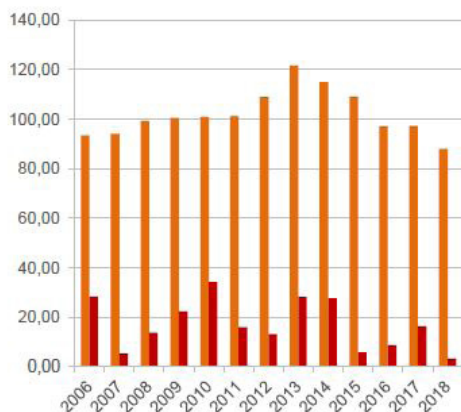


Gráfico 3. Disponível em: <<http://cbl.org.br/downloads/fipe>>. Acesso em: 14/07/19.

De acordo com a pesquisa feita pela Associação Nacional das Livrarias

(ANL) e a empresa GfK (Growth from Knowledge), o faturamento de maio de 2018, no setor livreiro, foi maior com os livros didáticos, sendo 21,2% das vendas, seguido pela literatura infantojuvenil com 12,9%. Já em 2019, o número cai para 17% no eixo de didáticos e para 12,4% nos livros infantis. Outras áreas também entraram em queda, enquanto outras obtiveram aumento, como no caso dos livros de autoajuda, que passaram de 3,5% a 6% em um ano (ver gráfico 4).

Categorias

Faturamento % - Maio

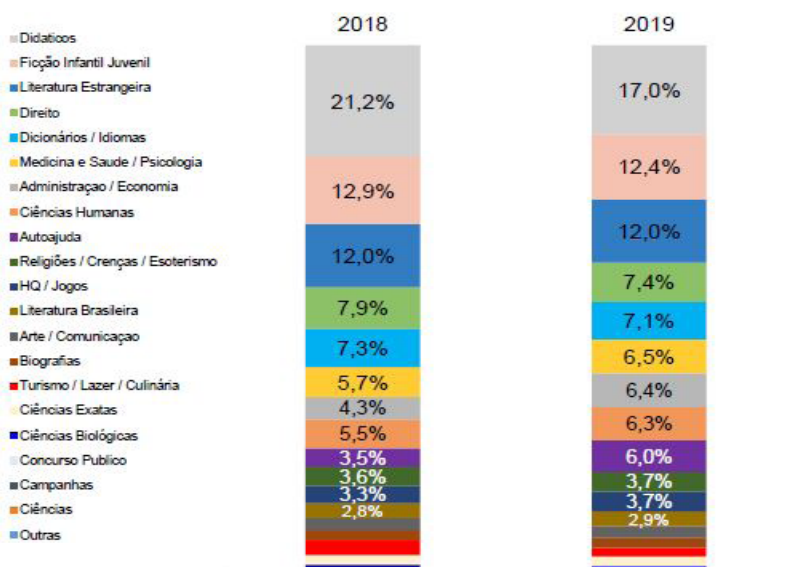


Gráfico 4. Disponível em: <https://www.anl.org.br/docs/GfK_Mercado_de_Livros_Maio2019_ANL.pdf>. Acesso em: 14/07/19.

No Ceará, os dados são difíceis de coletar, pois os profissionais demonstram certas resistências em disponibilizá-los, uma vez que os números são baixos, principalmente no atual momento em que o mercado procura se recuperar. Isto pode indicar uma fragilidade comercial. Mesmo que os números sejam baixos, as vendas estão caracterizadas. No caso da literatura infantil, as vendas são ainda menores. Algumas editoras adotam como estratégia de sobrevivência a divisão de trabalho com suas concorrentes, a exemplo das Edições Demócrito Rocha

e da Editora Dummar. As duas são conectadas pela mesma empresa, o Grupo de Comunicação O Povo, porém, uma é responsável por materiais relacionados à Fundação Demócrito Rocha (fascículos, apostilas etc.), e a outra é ligada às vendas de material didático e literário. Assim, diversifica-se a oferta ajustando a produção. Para a editora Casa da Prosa, que atua igualmente como produtora cultural, torna-se inviável sustentar-se apenas da venda de livros. Neste sentido, uma saída possível para os produtores de livros fortalezenses é a busca por outros mercados fora do Ceará.

A falta de leitores também se mostra um problema a ser enfrentado. De acordo com o estudo Retratos de Leitura no Brasil, do Instituto Pró-Livro, o índice de 14% da população que vive no Nordeste é de analfabetos ou não frequenta a escola. Em 2015, o número de leitores – caracterizados pela leitura de ao menos 1 livro em 3 meses – era de 51%, sendo 49% não leitores. Em 2011, a média do número de livros lidos por ano no Nordeste foi de 4,3 para 3,93 em 2015⁵. Ainda segundo a pesquisa, a faixa etária de 5 a 10 anos se sente motivada a ler pelo próprio gosto (40%), sendo a segunda principal causa a exigência escolar (22%). A capa é o que mais influencia (27%), seguida pela dica do professor (18%). Outro dado importante é a influência da mãe na leitura de livros (11%), em segundo o(a) professor(a) (7%) e o pai (4%) – dentre os 33% que afirmaram ter tido influências externas.

Nos últimos anos, dados como esses orientam as políticas públicas de formação de leitores. Em Fortaleza, as editoras desenvolvem projetos com o mesmo objetivo. O papel do editor, segundo a executiva da Edições Demócrito Rocha e da Editora Dummar, Regina Ribeiro⁶, também se encontra na revisão de conceitos, no diálogo com os professores e escritores para a produção dos livros, cursos, debates e palestras, pois há a preocupação em formar leitores e capacitar os professores para que ocorra essa formação literária – partindo da ideia de que os leitores são formados primordialmente nas escolas. A Fundação Demócrito Rocha desenvolve diversos cursos, dentre eles, o de Mediadores de leitura. Este curso tem como objetivo promover a adesão de professores, oferecendo fascículos e provas, além de um certificado ao final. A Casa da Prosa realiza o projeto de narração de contos nas escolas; e o IMEPH possui diversos projetos de incentivo à leitura e à alfabetização, como o Aprender construindo, para Educação Infantil e outro voltado ao Programa de Alfabetização na Idade Certa, o Projeto Afro-

5 Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf>. Acesso em: 14/07/19.

6 Em entrevista ao podcast da Editora Dummar, *Folha de Rosto*, número 12.

brasileiro e Indígena e o Nas ondas da leitura. A maioria deles vêm com *kits* de livros para alunos e professores. Verifica-se, assim, o desdobramento de um espaço da literatura infantil no Ceará.

Não se há de perder de vista o fato de que o espaço editorial construído em Fortaleza é afetado de variadas maneiras por diversos campos, sejam eles políticos, econômicos ou culturais. Em consequência, as práticas dos agentes se orientam em direção ao desenvolvimento de estratégias criativas, políticas editoriais, entre outros recursos para sobreviver às intempéries do espaço em que operam.

Modernidade transnacional na edição cearense

Considerando a travessia de livros entre continentes, países e cidades, como elemento importante na formação de mercados editoriais nacionais, passaremos a discutir, no campo de experiência de uma modernidade transnacional, a estratégia da busca de mercados fora do Ceará para os livros e autores cearenses.

Em Fortaleza, A editora Casa da Prosa, especializada em publicações de literatura infantojuvenil⁷ e que tem como projeto a formação da identidade cultural cearense aliada à formação leitora, vem apostando em livros infantis bilíngues, português-espanhol, distribuídos no Ceará e demais espaços hispano-americanos. Nessa casa, destacam-se três títulos de uma série em duplo idioma: *Duda perdida (Lala perdida)*, *Duda quer brincar (Lala quiere jugar)* e *Duda em casa (Lala en casa)*. Os livros contam as aventuras de uma gata brincalhona. As três obras entraram na lista de aquisição da Secretaria de Educação da Prefeitura de Fortaleza, indicando o reconhecimento necessário à adoção escolar. Além de produzir livros, a Casa da Prosa organiza espaços de recepção e práticas de leitura, seja no contato direto entre o leitor e o autor, seja no contato direto entre autor e professor (sessões de autógrafo, narrações de histórias, palestras, oficinas nas escolas).

Nessa casa, que também funciona como produtora cultural, o escritor Almir Mota se desdobra em autor, editor, produtor cultural e contador de histórias. Movendo-se pelas fronteiras da produção simbólica, Mota gerencia um empreendimento chamado Villa Brincar, sediado em Lisboa, Portugal, e vinculado à Casa da Prosa, em Fortaleza. Essa empresa oferece produtos recreativos, jogos tradicionais (tradicionais medievais e contemporâneos) inspirados nas vivências de jogos de rua franceses e nas feiras medievais de Portugal: xadrez, dama, snookball, pega-varetas e dominó. Seguindo a rota de leitura pretendida pelos livros bilíngues que publica, Almir Mota também constrói a sua autoria na participação,

7 Disponível em: <https://www.casadaprosa.com/sobre>. Acesso: 30/01/2020.

como contador de histórias, em eventos internacionais que atualizam a cultura das tradições nacionais, tais como: Fólio - Festival Internacional de Literatura de Óbidos/Portugal (outubro de 2018); VX Palavras Andarilhas (agosto de 2018) em Beja/ Portugal; 1ª Feira Internacional do Livro de Acapulco, em Guerrero/México (outubro de 2013); 21º Encontro Internacional de contadores de histórias em Buga, na Colômbia (novembro de 2007); IV Feira de Livro do México, em Zócalo.

Almir Mota conta que seu gosto pela leitura literária começou independente da escola. A educação literária do escritor foi formada nas práticas da oralidade no seio de uma família de contadores de história⁸. Suas tias tinham o costume de ler cordéis e nas reuniões familiares que ocorriam no sítio em que morava, na cidade de Saboeiro, geralmente à noite, declamavam as histórias. Sua avó também era uma contadora de histórias, apesar de não saber ler. Afora os mediadores domésticos, o contato de Mota com os livros impressos se deu por meio do material didático oferecido pela escola, em que as lições de português traziam textos para leitura e interpretação. Aos 10 anos, conheceu um professor da cidade de Iguatu que passou a lhe emprestar livros de autores como Machado de Assis e José de Alencar. Ao escrever seu primeiro livro, já adulto, começou a atividade de publicação e distribuição. Em 1998, procurou as Edições Demócrito Rocha, no entanto, como seu livro já havia sido publicado, não poderia publicar novamente pela editora. Foi então apresentado ao jornalista e escritor Lira Neto – escritor e editor executivo da EDR na época – que o convidou para escrever livros para crianças com a cara do Ceará. O novo projeto daria existência literária aos personagens populares da cultura cearense com histórias sobre a Galinha Choca, o Bode Ioiô, entre outros. Assim, nascia a Coleção Roda Pião, em 1999, com cinco volumes e diversos autores convidados. Com o passar dos anos, surge a Casa da Prosa, a editora do autor. Seu trabalho como editor, então, passou a envolver produção cultural, visitação de escolas para divulgação dos livros, bem como a realização de eventos literários como a Feira da Literatura Cearense, a Feira do Livro Infantil e o Lamparina de Histórias, um festival internacional de contos.

A Feira do Livro Infantil (FLI) contou com sete edições, de 2009 e a 2016. Espaço de circulação nacional e transnacional de impressos, realizava-se no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, reunindo diversas editoras (de porte pequeno e médio), autores brasileiros e de países de língua espanhola, como México e Argentina. Para Almir Mota, o que distinguia a FLI era a reivindicação da qualidade literária do produto que oferecia. Entre as editoras nacionais que compareciam estavam as especialistas em livros de arte, como Vieira & Lent, do

8 Entrevista realizada em 09/08/2017.

Rio de Janeiro, a Editora Aletria, de Minas Gerais, a Cortez Editora e a Cosac Naify, ambas de São Paulo. Estima-se que, nos sete anos de duração do evento, participaram seis editoras de Minas Gerais, oito de São Paulo, cinco do Rio de Janeiro, além de Goiás, Bahia e Recife. Com relação ao espaço de trocas, observa Mota a ausência da região Norte. A feira tinha a proposta de fortalecer as pequenas e médias editoras, já cansadas de participar de eventos com preços abusivos para aluguel de *stands* e divulgação de marcas, com pouco retorno financeiro. Por ser uma feira construída a partir da verba de editais governamentais, os produtores Almir Mota e Júlia Barros garantiram *stands* gratuitos para as editoras (um total de 36 *stands*), além de passagens ou hospedagem para determinados autores e palestrantes – negociação que garantiu a vinda e permanência dos editores nas edições seguintes. A cada ano, novas marcas apareciam, o que fez com que precisassem diminuir a entrada de editoras internacionais, fortalecendo prioritariamente o mercado regional e nacional.

Outro ponto destacado pelos produtores da Feira do Livro Infantil é o de que a fragilidade comercial no Nordeste prejudicava o comparecimento de editoras da região, além das do Norte. Ainda assim, observam que a FLI construiu um importante espaço para divulgação regional e nacional. Obras foram publicadas para lançamentos durante o evento, novos autores surgiam na cena infantojuvenil. Para Almir Mota, a FLI aflorou em um momento propício para a sua realização, com diversos programas e editais que apoiavam a sua elaboração. Desde 2016, entretanto, as feiras literárias vêm minguando. Em decorrência do enfraquecimento do mercado, o Escritor admite ser necessário ter cautela e atuar como um gestor financeiro para pensar nos melhores investimentos econômicos e apostas simbólicas.

Entre as editoras cearenses que marcavam presença na FLI, cabe destacar a IMEPH⁹, especializada na área de educação. Esta casa atua no desenvolvimento de projetos de formação para educadores (educação infantil, de jovens e adultos; educação inclusiva, formação de gestores, monitoria de alunos etc.), em assessorias técnico-pedagógicas, oferecendo capacitações de pessoal, promovendo eventos, realizando avaliações de alunos e professores. A produção de livros e materiais didáticos se inscreve neste conjunto de ações¹⁰. Suas publicações literárias dão prioridade aos textos de origem regional e local, incluindo as temáticas afro-brasileira, indígena, patrimônio e cultura. A IMEPH publica livros em diversos estados, como São Paulo e Minas Gerais,

9 Disponível em: <<http://imeph.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 30/01/2020.

10 Disponível em: <<http://imeph.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 30/05/2019.

por meio de parcerias diretas e editais do Estado ou Município. Sua editora-executiva, Arlene Holanda, é escritora e ilustradora, colaborando também com a Edições Demócrito Rocha e a Editora Dummar.

Arlene Holanda conta que foi uma criança que viveu muito tempo na zona rural, e teve a “sorte” de ter uma mãe leitora que, embora com pouca escolaridade, tinha o domínio da escrita como “leitora voraz”¹¹. A leitura de mais fácil acesso a Holanda e sua mãe foram parábolas da Bíblia, revistas e cordéis. Seu pai também foi um contador de histórias. Logo que começou a escrever para o público infantil e juvenil, as histórias ouvidas quando criança foram inspirações para seus escritos. Além de escritora e ilustradora, Arlene Holanda tornou-se historiadora, *designer*, arte-educadora, produtora cultural, cordelista e contadora de histórias¹². Suas atividades na Edições Demócrito Rocha começaram com o trabalho de ilustração, e na época, ainda não havia escrito para o público infantil e juvenil. Foi assim que teve a ideia de escrever *O Fantástico Mundo do Cordel*, em 2006, chegando a ganhar o Prêmio Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ) de Altamente Recomendável, e sendo adotado por escolas públicas (por meio do PNLD como obra complementar em sala de aula) e particulares¹³. Também trabalhou no Armazém da Cultura¹⁴ como editora, além de ter escrito e ilustrado livros na casa. A autora conta que também publica em outros estados, como São Paulo, e suas parcerias se estendem a outras editoras, funcionando como uma cadeia de indicação constituída por seus trabalhos como organizadora de livros, *designer* e escritora. “O mercado se indica, se reconhece, e vai tecendo essa teia de parcerias”, afirma. Entre seus livros editados, estão *O Diário do Sol* e *A Repartição do Mundo*, publicados pela Edições Demócrito Rocha; *Dois segredos do bode Ioiô* e *Ciranda* pelo Armazém da Cultura; e *No céu, na terra e no mar*, pelo IMEPH.

A IMEPH costuma comparecer a feiras internacionais, como a Feira Literária de Guadalajara – que representou o Brasil junto a outras 10 editoras, como Callis, Melhoramentos, EDUSP, Global Editora e Editora do Brasil - a tradicional feira de literatura infantil de Bologna e a feira literária de Buenos

11 Entrevista realizada em 19/04/2019.

12 Disponível em: <<https://memoriasdapoesiapopular.com.br/2014/11/25/poetisa-arlene-holanda-sintese-biografica/>>. Acesso em: 30/05/2019.

13 Este livro conta a história do cordel, desde a Europa medieval até o Nordeste brasileiro. Contém ao final da história um manual ensinando como a criança pode escrever e publicar seu próprio cordel.

14 Esta editora pertence à Albanisa Dummar, ex-editora executiva da Edições Demócrito Rocha e integrante da família dona do Grupo de Comunicação O Povo. Com a saída de Albanisa da EDR, foi criado o Armazém.

Aires. Recentemente publicaram *O Pequeno Príncipe* pela editora. Possuem um livro chamado *O navio voador e outras histórias russas*, dedicada ao ensino fundamental 2, com o objetivo de resgatar as narrativas da tradição oral universal aos atuais leitores. O livro aborda as histórias de babás yagas, tzares, princesas, camaradas inteligentes e tolos, isbás mágicas e heróis.

É necessário entender que o espaço social possui a tendência de se apresentar como um *locus* físico sob a forma de um determinado conjunto de distribuição de agentes e propriedades. Em consequência, todas as diferenças propostas em relação ao espaço físico estão inscritas no espaço social reificado (ou espaço físico apropriado), definido pela correspondência de uma determinada ordem de existência conjunta entre os agentes e propriedades. Dessa maneira, o lugar e o local ocupados por um agente no espaço físico apropriado formam os indicadores de sua posição no espaço social. Isto é, o espaço social se inscreve ao mesmo tempo na objetividade das estruturas espaciais e nas estruturas objetivas, que são o produto da incorporação de *habitus*, práticas, capitais e disposições (BOURDIEU, 2013, p. 135).

Esse conjunto de conceitos permite a compreensão do espaço de edição de livros infantis em Fortaleza como subcampo atrelado ao campo do poder do Estado. O espaço social global (nacional) é um macrocosmo em que o campo do poder, como um microcosmo, está inserido, regendo suas forças, *habitus* e estratégias, formulando práticas que influenciam diretamente na construção e no desenvolvimento de seus subcampos não autônomos, dentre eles, onde se produz e circula a literatura infantil. Ora, as lutas de concorrência ocorrem dentro do subcampo em formas de negociações, de confronto de ideias e de posições, como no caso dos agentes que participam da produção da coletânea de livros infantis do PAIC e os que são veementemente contra o tipo de produção que é feita pelo Estado do Ceará, sem editais específicos para contratação de editoras ou compras de livros – o que denota uma oposição no campo. Além das lutas externas, em relação a centros e periferias editoriais que se formam no espaço, como, por exemplo, a relação entre os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, em que dominam a produção editorial do País como centro hegemônico, sendo o Ceará visto como um produtor periférico. Há agentes, inclusive, que circulam entre o campo do poder e o subcampo da edição, como o secretário de cultura do Estado, Fabiano dos Santos Piúba – escrevendo livros infantis, atuando ativamente na Bienal e em outros projetos que envolvem as questões referentes ao livro, leitura e literatura no Ceará e no Brasil.

Verifica-se que o Estado articula, organiza e regula os mercados editoriais,

formulando a operacionalização das políticas que condicionam as práticas editoriais. Por dita razão, os editores se organizam em câmaras, associações e outros grupos, para articular e negociar decisões do Estado, em uma busca pela conciliação de interesses (MUNIZ JR, 2016, p. 28). Na esfera governamental e na esfera associativa, são produzidas estatísticas nacionais da produção e do consumo de livros com o objetivo de tornar os mercados editoriais inteligíveis. A identidade nacional prepara terreno inclusive para a produção e circulação das obras em territórios diferentes das origens/atuação dos agentes, assim como os mercados no exterior.

A literatura é utilizada como um meio de acesso e de construção, tanto de um imaginário popular como de uma identidade. A preocupação de José de Alencar ao escrever *O Guarani*, por exemplo, era inventar uma nação, dando continuidade à tentativa de outros autores ao privilegiar o popular e o nacional (ORTIZ, 1994, p. 7), cunhando, assim, uma identidade para o povo brasileiro. Na mesma longa e eficaz tradição, pode-se inscrever o plano de governo de Lúcio Alcântara, de 2002, onde o argumento da identidade local evidencia a preservação dos valores de apoio da identidade cearense, mesmo diante do que seriam as “tendências homogeneizadoras da globalização”. Essa afirmação ressalta a existência de um conjunto de signos comuns ao povo cearense e a sua diversidade cultural (LOPES, 2018, p. 83), onde se encaixam os temas da tradição e da cultura popular.

O excesso de “tradição” pode indicar, no entanto, uma realidade provinciana, não moderna, com um processo de industrialização e de modernização ainda por se realizar. No Brasil, inclusive, observa-se o tortuoso e frágil percurso de consolidação de um mercado editorial capitalista, a exemplo do segmento de literatura ainda dependente do Estado ou dos recursos dos próprios autores. Não há um público leitor forte para assegurar ao escritor sua independência em relação ao mecenato ou promovê-lo de acordo com critérios estéticos. Explica-se essa condição pela persistência da baixa escolarização da população. Isso fragiliza o comércio livreiro, levando o escritor a exercer outras funções que não são propriamente as suas (ORTIZ, 2000).

No Ceará, as estratégias da modernização do mercado editorial produzem resultados no enfrentamento das seguintes propriedades estruturais: uma produção que legitima continuamente a posição do Estado como “provedor” de capital cultural e econômico; a falta de especialização; o autodidatismo; o acúmulo de funções, etc. Esses são traços que auxiliam a definir uma posição periférica frente a outros estados e municípios e, dessa maneira, uma posição heterônoma do espaço nacional. Os agentes se especializam legitimando a cultura

local e travando disputas com outros processos de legitimação cultural, fazendo parcerias com agentes e instituições fora do Ceará. As feiras e produções literárias que usufruem e reivindicam a dependência dos editais de compras governamentais ilustram o mesmo espaço periférico de produção dependente.

O estabelecimento da identidade local conecta-se à preservação da memória como reconhecimento de uma cultura singular que não exclui, apesar do localismo, uma identidade nacional. Assim, a cultura local se conecta à nacional por meio da instituição escolar e de ações governamentais (municipais, estaduais e federal). São ilustrativos os editais de compras ou publicações de livros, assim como os parâmetros curriculares que interferem diretamente na preservação das culturas locais. O incentivo à produção literária com temas identitários liga elos culturais, formando um espaço social capaz de abrigar diversos campos e subcampos centrais e periféricos.

Com a mundialização da cultura, redefinem-se os significados das tradições. No primeiro momento, como permanência de um passado e de uma modalidade de organização social que se contrapõe à modernização das sociedades; no segundo momento, como meio de estruturação da vida social, manifestando-se por via de objetos eletrônicos, “sua concepção célere do tempo, e de um espaço ‘desencaixado’” (ORTIZ, 1994, p. 213). A segunda concepção torna-se moderna tradição que envolve uma memória internacional-popular. Os elementos que a compõem podem ser reciclados a qualquer momento, a exemplo da literatura de cordel e suas adaptações. O passado mistura-se ao presente, determinando novas maneiras de ser e concepções de mundo. Assim, a unicidade pretendida pelo que é identificado por nacional fica em segundo lugar ao se referir ao global, uma vez que o importante é a distinção. O nacional assume algumas conformações do local, tornando a diversidade e a autenticidade características essenciais (ORTIZ, 2000, p. 55).

Por fim, é possível afirmar que, no caso da edição literária para crianças e jovens no Ceará, não opõe simplesmente as escalas locais, nacionais e transnacionais como assimetrias inconciliáveis, uma vez que as experiências vão se constituindo nas trocas, empréstimos e apropriações. Se o nacional se impõe hegemonicamente ao local pela existência de uma cultura nacional atualizada de variadas maneiras em diversificados contextos – pelo Estado, o mercado, a unificação linguística (ORTIZ, 2000) – o transnacional se impõe às duas escalas pela intensa circulação de objetos, indivíduos e ideias que caracteriza e conecta econômica e simbolicamente a produção cultural mundializada. Se os centros hegemônicos da produção editorial regulam as trocas entre interior e exterior,

nacional e estrangeiro, produzindo efeitos simbólicos e práticos, igualmente propiciam novos e inusitados percursos de profissionalização do trabalho literário, indicadores de uma autonomia conquistada pela heteronomia.

Referências Bibliográficas

- ABREU, Márcia. **Os caminhos dos livros**. São Paulo: Mercado de Letras, ABL, FAPESP, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. Espaço físico, espaço social e espaço físico apropriado. **Estudos Avançados**. Nº 27 (79), p. 133-144, 2013.
- Casa da Prosa**. Disponível em: <<https://www.casadaprosa.com/sobre>>. Acesso em: 29 de maio de 2019.
- DUTRA, Eliana. L'espace atlantique et la civilisation mondialisée : histoire et évolution du livre en Amérique latine. In : **Histoire et Civilisation du Livre. Revue internationale**. Genève : Librairie Droz, 2012.
- Entrevista a Klévisson Viana no podcast da Editora Dummar. **Folha de Rosto**, número 12. Disponível em: <<https://soundcloud.com/user-499629010/folha-de-rosto-5-um-bate-papo-com-klevisson-viana>>. Acesso em: 12 de jul. de 2019.
- FORTALEZA, Elinete Maria Severiano. **Literatura Infantil Cearense: contos, encantos e desencantos**. (TCC em Especialização em leitura e formação do leitor). Universidade Federal do Ceará, 2005.
- IMEPH. Disponível em: <<http://imeph.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 30 de maio de 2019.
- LAHIRE, Bernard. **La condition littéraire**. La double vie des écrivains. Paris, Éditions La Découverte, 2006.
- LOPES, Paulo Rodrigo Soares. **Políticas Culturais no Ceará: as ações de interiorização da SECULT (2003 - 2006)**. (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Ceará, 2018.
- MUNIZ JR, José. **Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)**. (Tese de doutorado). Universidade de São Paulo, 2016.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- _____. **Românticos e Folcloristas: cultura popular**. São Paulo: Editora Olho d'Água, 1994.
- _____. Legitimidade e estilos de vida. In: _____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- _____. **Um outro território: ensaios sobre a mundialização**. São Paulo: Olho d'Água, 2000.
- Pesquisa FIPE/CBL-SNEL**. Disponível em: <<http://cbl.org.br/downloads/fipe>>.

Acesso em: 14 de jul. de 2019.

Pesquisa GfK sobre Mercado de Livros – maio de 2019. Disponível em: <https://www.anl.org.br/docs/GfK_Mercado_de_Livros_Maio2019_ANL.pdf>.

Acesso em: 14 de jul. de 2019.

Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil. Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf>.

Acesso em: 14 de jul. de 2019.

Poetisa Arlene Holanda, síntese biográfica. **Memória da Poesia Popular.** Disponível em: <<https://memoriasdapoesiapopular.com.br/2014/11/25/poetisa-arlene-holanda-sintese-biografica/>>. Acesso em: 30 de maio de 2019.

SILVA, Ozângela de Arruda. **Pelas rotas dos livros:** Circulação de Romances e Conexões Comerciais em Fortaleza (1870-1891). Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2001.

Unidos por um Ceará de Leitores - Breve histórico das Políticas Públicas para o Livro, Leitura e Literatura no Ceará. Disponível em: <https://forumdeliteraturace.files.wordpress.com/2011/09/memoria_fillec.pdf>.

Acesso em: 14 de jul. de 2019.

Capítulo 5

Desmontagem: da nobreza à rua, um mesmo outro corpo dançante

Rosa Primo

Exaustão e esvaziamento

No Ceará, a dança cênica, com suas transformações, é marcada por uma estrutura que oscila entre exaustão e esvaziamento. Desde seus primeiros vestígios (PRIMO, 2006), nos anos iniciais do século XX, a corporeidade dançante que se estabelece é imposta como um modelo a ser seguido, sem qualquer relação processual com a história desses corpos e nem mesmo desenvolvida a partir de um conhecimento legítimo à execução dessa dança, mais especificamente balé clássico. Há uma imagem ideal imposta, sem conexão com a realidade estrutural dessa dança, seus códigos e condições de existência; e nem mesmo com a constituição de sua fisicalidade – causando o esvaziamento das singularidades e potencialidades que o estado dançante remete.

Em contrapartida, para dar conta de tamanha exigência e imposição, aposta-se num corpo em estado de exaustão. Foram multiplicadas as exigências que o corpo individualmente deveria ter em relação a si, solicitando uma super disponibilidade individual – algo que o acelerou e o manteve produtivo; um modelo de corpo que tem em Foucault a expressão controle-estimulação – própria de estruturas modernas, compondo-se aos modos de produção dos sistemas capitalistas.

Com efeito, o corpo que se estabelece na dança cênica no Ceará é desde já um corpo trabalhado conforme as características da sociedade moderna pautada no capitalismo: corpo cuja lógica o coloca no exterior de um sentido que lhe é intimamente interior. Corpos em condições perfeitas de produção: disponíveis, abertos, super estimulados, mas despossuídos de conexões, seja com ele mesmo, com sua história, seja com a própria dança. Daí esse lugar comum expresso em muitos discursos no meio da dança, no Ceará, de que seus pioneiros não teriam histórico no balé, mas talento, força de trabalho.

Diferente de outros tantos Estados do Brasil, cujo processo de ensino-aprendizagem esteve a cargo de mestres e discípulos com conhecimento profundo de técnicas e métodos necessários à execução do balé clássico, os pioneiros do balé clássico no Ceará ou não tinham vivência alguma com a técnica ou uma vivência restrita a poucos meses. Em um caso ou noutro, em condições extremamente precárias para lidar com o ensino da dança, sobretudo o balé clássico.

Um corte necessário nesse processo ocorreu por volta dos anos de 1960, quando Tereza Bittencourt – bailarina do Teatro Municipal do Rio de Janeiro e aluna de Vaslav Veltchek, da Ópera de Paris e aluno de Rudolf Von Laban e Mary Wigman (destacados por alguns historiadores como precursores importantes da dança moderna e/ou dança expressionista alemã) – veio para Fortaleza, acompanhada pelo marido B. de Paiva, dramaturgo cearense, e permaneceu durante alguns anos ministrando aulas de balé clássico. Além do tempo escasso, contudo, Tereza encontrou muitas dificuldades para desenvolver um trabalho profissional com dança na cidade de Fortaleza: “(...) tive que adequar o programa à cidade por conta das cabeças”. (PRIMO, 2006, p. 187).

Tereza refere-se ao programa de ensino de balé do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Não havia condições de propor tal programa a corpos esvaziados de projetos e conteúdos específicos ao estudo da dança clássica. Logo depois, Bittencourt retornou ao Rio de Janeiro e até hoje seu nome foi pouco mencionado no histórico da dança cearense – sobretudo por ser ela carioca, quando no Ceará havia uma cobrança dos setores amplos da sociedade de valorização da “genuína” cultura cearense, do “ceararentismo”, como denominavam na época (BARBALHO, 1998).

Insistir numa dança clássica, cênica, genuinamente cearense, foi algo que de um modo ou outro marcou todo o processo inicial da dança cênica no Ceará. Paurillo Barroso, compositor e importante incentivador das artes no Ceará, que esteve à frente de composições, operetas e coreografias, também persistiu nessa imagem: Alana Mara.

Vem despertando grande interesse em nossa capital o anúncio do festival artístico, para o próximo dia 15, no Theatro José de Alencar, a cargo de crianças pertencentes a melhor sociedade: balé e opereta infantil. O festival contará de números de balé e de opereta infantil. A primeira apresentação estará a cargo de Alana Mara, sem dúvida o mais promissor talento artístico do Ceará¹.

1 CORREIO DO CEARÁ, 10.dez.55.

No programa de apresentação do festival de Alana Mara, no Theatro José de Alencar, dia 15 de dezembro de 1955, há uma foto de Alana Mara, na capa, vestida com tutu clássico², sapatilha de ponta, executando uma pose do balé denominada *attitude*. O curioso é que na terceira parte do programa, no item chamado “Tentação”, está escrito que a “criação coreográfica” é de Paurillo Barroso – único nome de “coreógrafo” escrito no folheto.

Percebe-se, assim, que mesmo Paurillo Barroso, compositor e sem nenhuma vivência de dança clássica em seu histórico – nem de longe considerado pioneiro em dança no contexto cearense da época – coreografava. Essa coreografia, certamente, se dava com base na imagem da bailarina clássica, num desejo imponente, insistente, impetuoso, de transformar Alana Mara numa cópia precisa, exata, primorosa de tal representação.

Em busca dessa realização, há um esvaziamento de qualquer processo subjetivo, singular da corporeidade dançante de Alana Mara. Nela, para dar conta dessa imagem, apenas um corpo instrumento, trabalhado exaustivamente, dobrando-se à custa de processos impositivos, acelerados, desconectados de todo o contexto que envolve tanto o balé clássico quanto Alana Mara.

Essa estrutura é repetida mesmo com aqueles considerados, instituídos e nomeados “pioneiros da dança cênica no Ceará”. Assim como Paurillo Barroso, que passava temporadas no Rio de Janeiro, vivenciando espetáculos, exposições e imagens artísticas, para na sequência reproduzir no Ceará, tantos outros fizeram e fazem como tal – um pouco menos, um pouco mais, de todo modo esse modelo compõe-se nos processos formativos em dança no Ceará, seja em academias, escolas ou ONGs que trabalham com dança.

Essa imagem representativa da bailarina clássica ganhou ainda mais força em novembro de 1935, quando Paurillo Barroso, entre outros, oficializou a fundação da Sociedade de Cultura Artística (SCA), que era mantida por um grupo seleto de pessoas, com poder aquisitivo elevado – indícios, talvez, do movimento que agregou “setores ilustrados da intelectualidade cearense”, cujo empenho em desenvolver a cultura no Ceará acabou por torná-lo o primeiro Estado do Brasil a criar uma Secretaria de Cultura, em 1966, conforme estudo de Alexandre Barbalho (1998). Intelectuais e artistas, na primeira metade do século XX em Fortaleza, eram, muitas vezes, classificados de elitistas. Junto ao elitismo, como afirma Alexandre Barbalho, “está a ideia evolucionista de produção cultural: desenvolver a cultura cearense para que saia do estado de grei semicivilizada em

2 “O tutu é a vestimenta clássica da bailarina, composto de corpete, pala, saiotte (ou tutu) e calcinha”. (ACHCAR, 1980: 256).

que encontra-se”. (BARBALHO, 1998, p. 106). Com efeito, logo no artigo 1º. do Estatuto da SCA, que trata de seus objetivos e finalidade, é notório o interesse do grupo em desenvolver a cultura cearense, bem como “colaborar com o Estado no estudo e solução de problemas que direta ou indiretamente se relacionem com os interesses da arte em geral”³.

Paurillo Barroso era um dos nomes mais importantes desse grupo seletor⁴ que mantinha a SCA. Através dele, via SCA, grandes nomes internacionais do balé clássico se apresentaram pela primeira vez no palco do Theatro José de Alencar, como a bailarina russa Tamara Toumanova, em 1954; o Balé da Juventude, em 1956; o Balé de Nina Verchinina, em 1957; o Balé Society, com direção de Tatiana Leskova (no programa, este balé consta como “homenagem ao Exmo. Dr. Flávio Marcílio, Governador do Estado”), em 1958; os bailarinos Nora Kovach e Istvan Rabovsky (no programa, este balé consta como “patrocinado por D. Olga Monte Barroso”), em 1962; entre outros.

Foi diante desse cenário que Flavio Sampaio, um dos nomes mais importantes da dança no Ceará, afirmou que o início de fato “do processo de criação da dança acadêmica no Ceará”, ocorreu durante os anos de 1940, “quando passou por aqui a bailarina russa Tamara Toumanova”. (2002, p. 238). Certamente a presença de Toumanova em Fortaleza consolidou com perfeição a imagem da bailarina clássica. Daí por diante, Toumanova passou a ser o objetivo da dança clássica no Ceará. A meta era alcançar esse corpo o mais rápido possível, seja como for.

A elaboração desse corpo produtivo, desvinculado de sua história e apto ao trabalho acelerado, em busca de se desenvolver conforme um modelo internacional, mas garantindo seu poder de venda, sua identidade (nacionalismo), encontrava solo fértil no Ceará desse período. Em um contexto marcado pelo desenvolvimento do capitalismo e dos processos de modernização que se transformavam intensamente desde anos de 1950, as academias de dança, que foram surgindo quando as alunas e alunos dos pioneiros foram criando seus espaços de formação, passaram a se organizar como pequenas empresas e fazer parte do pensamento que consolidava um mercado de bens simbólicos no Ceará, reflexo de seu processo de modernização cultural.

3 Estatutos da Sociedade de Cultura Artística. Capítulo I: Da Sociedade e seus fins. Artigo 1º. Item g.

4 Havia em torno de Paurillo uma certa expectativa de “progresso” no setor artístico-cultural cearense. Seu nome circulava constantemente nas colunas sociais dos principais jornais de Fortaleza. Além disso, várias fotografias suas demonstram a relação que tinha com personalidades da política brasileira – fotos suas ao lado de Virgílio Távora (Governador do Estado do Ceará), Paulo Sarasate (Governador do Estado do Ceará), Castello Branco (Presidente da República), Juscelino Kubitschek (Presidente da República), Augusto Lucena (Prefeito do Recife), entre outras.

É nesse contexto que uma experiência inédita e inovadora surge na cidade de Fortaleza – experiência essa capaz de colocar a Capital cearense “no mapa dançante brasileiro através do proletariado”, como afirmou Maribel Portinari (2001, p. 52). Além disso, essa experiência trouxe junto dela, pela primeira vez no Ceará, o termo **profissão**. A dança entra, assim, em uma nova fase, bem diferente daquela que se erguia no palco, alargando uma compreensão reduzida sobre a dança, cujo funcionamento mantinha-se sob uma lógica burguesa, presente sobretudo nas academias de dança, que nos anos de 1960 teve expansão considerável em resposta ao deleite e diversão de um público nomeadamente seletivo – algo que impossibilitava Tereza Bittencourt seguir com o programa de dança do Teatro Municipal do Rio de Janeiro.

Os tempos eram outros, um mercado cultural abria-se na Capital cearense. Profissionalizar bailarinos cearenses e colocá-los nos circuitos nacionais e internacionais da dança se fazia necessário. Portanto, o programa de dança do Teatro Municipal do Rio de Janeiro poderia ser introduzido. Para um público bem diferente, contudo, daquele dos anos de 1950: aulas de dança para filhos e filhas de operários – um projeto de Thomaz Pompeu de Souza Brasil Neto, engenheiro, diretor do Sesi (Serviço Social da Indústria) e presidente da Confederação Nacional da Indústria em meados dos anos de 1970.

Trata-se da Escola de Dança Clássica e Moderna do Sesi (Serviço Social da Indústria), dirigida por Dennis Gray⁵. A experiência do Sesi começou a funcionar em março de 1974, com cem alunos – meninas e meninos filhos de operários – cujas idades variavam de oito a 14 anos. Com isso, a linguagem artística da dança passou, então, a constituir-se como um lugar formativo, desencadeando os primeiros encontros rumo à dança como uma profissão, bem como a inserção do

5 Dennis Gray nasceu em Araçatuba, interior de São Paulo, em 20 de junho de 1928. Começou a ter aulas de balé com Maria Olenewa – bailarina russa fundadora da Escola e do Corpo de Baile do Municipal do Rio de Janeiro – quando ela estava radicada na Capital paulista. Sua primeira aula com a “mestra” foi em março de 1944. No Rio de Janeiro, em 1945, Dennis entra na Escola de Dança do Teatro Municipal. No ano seguinte, ingressa no Balé da Juventude. Em 1947, integra o elenco do filme *Pinguinho de gente* e faz teatro com a Companhia de Dulcina de Moraes. De 1948 a 1949 coreografa para o Balé Society e em 1949 ganha o prêmio Bailarino-Revelação pela Associação Brasileira de Críticos Teatrais. “Pouco antes, nesse mesmo ano, o mestre e coreógrafo tcheco Vaslav Veltchek, que então dirigia a Escola de Dança e o Balé do Municipal, nomeou Dennis primeiro-bailarino da companhia”. (PORTINARI, 2001, p. 29). Desde então, Dennis se insere na história e memória do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, onde dançou, coreografou e se tornou mestre de balé. Ao lado de Eugenia Feodorova, Tatiana Leskova, Nina Verchinina e Maria Olenewa, Dennis Gray é uma das pessoas marcantes na história da dança no Brasil. Esses cinco mestres da dança, nos 90 anos do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, tiveram suas biografias publicadas na série *Memória do Teatro Municipal do Rio de Janeiro*, pela Funarte – Fundação Nacional de Arte – na área da dança.

gênero masculino – alguns dos quais com grande visibilidade tanto na cena da dança nacional como internacional.

O trabalho de Dennis Gray no Sesi “virou notícia no primeiro mundo” (PORTINARI, 2001, p. 52). Durou, entretanto, apenas quatro anos. No final de 1978, Thomaz Pompeu aposentou-se. O Sesi passou a ser comandado por alguém que julgava inútil, e até nocivo, filho de operário no balé. Cortou-se a verba. Dennis Gray foi dispensado e voltou para o Teatro Municipal do Rio de Janeiro, deixando em Fortaleza bailarinos que se tornaram nomes importantes no cenário da dança cênica brasileira: a família Timbó, Flávio Sampaio, Rita Dantas, Robson Rosa, Fernando Mendes, Angelino Albano, entre outros. Dennis Gray formou bailarinos que ganharam o mundo, trabalhando em palcos que fizeram a história da dança, seja no Brasil, seja em outros países.

Com suporte nessa experiência do Sesi, Fortaleza passou não só a ter profissionais de dança, mas profissionais conscientes de suas atividades, capazes de questionar e mobilizar a sociedade, ganhando abertura nos meios de comunicação coletiva. Os anos de 1980 foram marcados por denúncias de bailarinos, sobretudo aqueles que passaram pelo Sesi:

Bailarinas fazem uma série de denúncias contra as atividades da dança no Ceará. Elas afirmam, por exemplo, que os professores dão aulas em academias sem qualquer vínculo empregatício. Não tem nenhuma credencial que sirva para comprovar que são professores. Não existe contrato de trabalho ou carteira assinada e, portanto, nenhuma proteção legal ou previdenciária. A remuneração é feita pela hora/aula. Quem determina o preço é a Associação das Academias de Dança do Ceará, que congrega os proprietários das academias, sem qualquer discussão prévia com o profissional. (...) Outra denúncia feita diz respeito à qualificação dos professores que ensinam em academias. Segundo as bailarinas, todos os dias abrem inúmeras academias aqui em Fortaleza e qualquer pessoa é aceita para ensinar. (...) As bailarinas criticam ainda o comportamento da Associação das Academias de Dança do Ceará. Ao mesmo tempo que descuida do nível dos professores de dança, exigem que o associado seja bailarino, ou seja, o proprietário de uma academia – o empresário, é obrigado a ser bailarino, caso contrário é rejeitado na Associação⁶.

Os anos de 1980 também foram marcados por um olhar não mais restrito ao repertório do balé clássico. Buscava-se dar vazão à realidade política e social do País, sobretudo por influência de grupos de dança do eixo Rio-São Paulo, cujo trabalho cênico centrava-se em temas como violência, massacres, direitos humanos, preconceito racial, entre outros. Alguns bailarinos que passaram pelo Sesi compunham o elenco de importantes grupos de dança tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo – algo que de certo modo aproximava a dança do Ceará das questões levantadas por esses grupos.

Nesse sentido, grupos de dança denominados independentes começaram a surgir durante toda a década de 1980. Em sua maioria, esses grupos eram compostos por bailarinos mais experientes ligados às suas academias: GAD (Academia Helena Coelis), Vivência (Academia Gorete Quintela), Pano de Boca (Academia Vera Passos). Com exceções, porém, como o Grupo Vidança, dirigido por Analia Timbó (aluna do Sesi), os Bailaderos – grande parte do elenco composto por profissionais que passaram pelo Sesi – entre outros grupos. O fato é que independente ou não de academias, os trabalhos procuravam dialogar com uma realidade outra que não aquela imagética do universo das sílfides, seres sublimes, seres do ar ou imersas nos voos do balé clássico.

Fragmentação e homogeneidade

Os anos de 1990 chegam no Ceará com questões quanto ao esvaziamento na dança. O que fazer depois dessa aceleração que embalou todo o processo da dança em seus anos iniciais? Esse foi um processo cujo desdobramento parece ter suspenso o começo da década de 1990, ressaltando um vazio e a necessidade de mudança. Esse sentimento toma voz no depoimento de importantes nomes da dança sobre esse período: o início da última década do século XX na cidade de Fortaleza. Respectivamente, depoimentos de Andréa Bardawil (Andanças), Anália Timbó (Vidança), Dora Andrade (Edisca) e Lúcia Machado (Pano de Boca):

Acho que todo mundo estava buscando algo diferente. A gente sentia isso. Mas a gente não sabia o que era isso. Eu perdi a graça de trabalhar com bailarinos já formados, e comecei a trabalhar com bailarinos ainda em início de formação e atores, atrás de algo que não sabia o que era, mas que não era nada do que já tinha visto⁷.

Nós demos uma parada por conta de vários motivos. Foi toda

7 Entrevista com Andréa Bardawil em 14 de novembro de 2001.

uma história. Mas essa parada também me levou a pensar que alguma coisa eu tinha que aprender. Eu sei que alguns problemas pessoais meus, naquele momento, me empacou, deu conta de toda minha vida. Mas o recomeço me fez descobrir outra forma de trabalhar. Eu precisava disso. Precisava desse tempo. Precisava descobrir algo diferente⁸.

A Edisca foi tomando forma espontaneamente. Nós tínhamos um grupo de dança e em 1991, a gente identificou uma procura por um sentido maior para o nosso trabalho. Algo diferente⁹.

O Pano de Boca começou a mudar com os bailarinos. Entrou Cláudia e Wilemara, não sei quê... Mudou a linguagem, uma possibilidade de movimento maior, que eu não... Não sei... Mas também o Pano de Boca me mudou. Acho que todos nós fomos envolvidos por essa mudança¹⁰.

Algo diferente. As experiências foram múltiplas e constantes. Não mais tão aceleradas; contudo, diversas. Sob tal pretexto, a noção de indivíduo na dança começou a dar lugar a uma micropolítica processual, que, segundo Guattari, Rolnik, só pode e deve ser encontrada a cada passo, com base nos agenciamentos que a constituem, na invenção de modos de referência, de jeitos de práxis. “Invenção que permita, ao mesmo tempo, elucidar um campo de subjetivação e intervir efetivamente nesse campo”. (GUATTARI, ROLNIK, 1986: 30). Um coletivo urbano. As experiências partiam também de uma corporeidade em tempo com a anatomia urbana, que ganhava espacialidades conforme a respiração das mercadorias, os circuitos econômicos, os tecidos orgânicos, em experimentação com novos ordenamentos e mobilidades – dando à palavra *movimento* um significado coletivo.

Aqui, portanto, um outro corpo, capaz de conjugar-se com uma estrutura socioespacial complexa, de relações contraditórias, criadas e aprofundadas pelo desenvolvimento do capital. O engajamento do corpo diante desse ambiente cria possibilidades para a cena. Investe-se na sensorialidade, possibilitando uma gestualidade que até então não havia condições de ganhar existência. Aqui e ali, ainda nos anos de 1980, alguns grupos criaram abertura para experimentos com as sensações. De modo muito amador, contudo, e sem uma estrutura socioespacial

8 Entrevista com Anália Timbó em 19 de maio de 2003.

9 Entrevista com Dora Andrade em 20 de setembro de 1999.

10 Entrevista com Lúcia Machado em 26 de maio de 2003.

que os sustentasse. Daí ressaltar os anos de 1990 como uma década marcada pelo desejo de transformar a dança, bem como uma dinâmica urbana possível de atender demandas dessa natureza.

Trata-se de um período no qual o Ceará passa por uma série de mudanças. Na Capital, o ar arrasta consigo vestígios dessa transformação: poeira de obras em constante processo de construção. A cidade de Fortaleza se reestrutura. Alargam-se e pavimentam-se ruas e avenidas; cenários alegres e iluminados se armam para os turistas; na faixa litorânea, onde o capital imobiliário investe pesadamente em prédios suntuosos, a feição da Modernidade é cada vez mais presente. Essas cirurgias territoriais reformulam as paisagens, reestruturando o espaço e introduzindo inovações. Há uma reviravolta no urbano e no rural: aeroporto, metrô, infovias, obras hídricas, porto, saneamento, enfim, “uma transmutação espacial numa feérica fase de renovação ou de adequação ao mundo novo que se abre na terra tropical”¹¹.

Fortaleza passou a não mais necessitar do antigo tipo de identidade urbana, centrada e histórica. A mudança é constante, sem espaço público clássico e com um passado que se transforma-se para acelerar o turismo. Na Praia de Iracema – reduto de uma boemia que convivia pacificamente com o uso habitacional – passado e presente se encontram, expressando as múltiplas e contraditórias facetas do crescimento da Capital cearense (GONDIN, 2007). Ali, as antigas fachadas ganharam cores¹², tornaram-se bares, restaurantes, casas noturnas, cujas entradas e saídas lembram que a Cidade historicamente existe em função de uma circulação, com a incumbência de fazer passar os fluxos.

A constante metamorfose das paisagens urbanas, com suas pulsações aceleradas, desassossejou a dança no Ceará, cujo movimento passou a criar o espaço por seus trajetos e percursos, e não mais por coordenadas prévias. Em outras palavras, o balé clássico já não era exclusivo ante essa nova configuração da Cidade. Os corpos dançantes passaram a produzir e a se inscrever em um espaço intensivo, e não apenas extensivo. Assim, a dança descartou o desenho cuja linha vai de um ponto a outro para apropriar-se do movimento onde é sempre o ponto que se encontra na intersecção de múltiplas linhas. Certamente, nesse tipo de espaço, as linhas se tornam dobráveis, sinuosas, transversais, e nos fazem ver um corpo não somente em sua forma visível, mas também com toda a dimensão de forças imperceptíveis.

11 LIMA, Luiz Cruz. **A difusão social e espacial da inovação**: o caso do Ceará no nordeste brasileiro. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn-69-90.htm>. Acesso em: 15/03/2020.

12 Projeto Cores da Cidade, patrocinado pelo governo estadual e pela Fundação Roberto Marinho.

No início dos anos de 1990, não somente o corpo dançante pulsava por outras configurações. O teatro cearense passou a incluir o corpo em seus estudos; um corpo não apenas restrito aos comandos do texto, mas ele mesmo texto. A reforma do Theatro José de Alencar, com direção de Oswald Barroso, também impulsionou uma nova cena no Ceará, ao trazer para o palco importantes trabalhos cênicos que de um modo ou outro colocava em questão certos modelos e padrões já esgotados diante da atualização de novos dispositivos. Além disso, os anos de 1990 foram potentes em termos de encontros constantes com bailarinos cearenses, que desenvolviam já um trabalho fora do País e que anualmente retornavam de férias para a cidade de Fortaleza.

Eram idas e vindas costurando uma geografia mutante capaz de dar conta do movimento da Cidade; mapas que se faziam pele, fragmentando o tecido e criando padrões homogeneizantes de movimentos: imagens que compunham os clichês. Agenciamentos coletivos, entretanto, davam conta dessa fragmentação, toda ela definida como rompimento e descontinuidade – coletivos que se mobilizavam em ações artísticas, ações ativistas, ações subversivas; construindo um lugar de existência e coexistência, lugar de construção política. Ou seja, havia ali potência de realização, uma efervescência que impulsionava os corpos a agir, mas sob a égide do consenso, do instituído, dos movimentos e gestuais que modelavam e davam nome à “dança contemporânea”. Nesse sentido, como já mencionado acima, bailarinos cearenses vinham da Europa ou do eixo Rio-São Paulo, passar férias e rever familiares, com a incumbência de mostrar, ensinar, instigar os “novos movimentos”.

O tempo pedia mudança. Em 1997 é realizada a I Bienal Internacional de Dança do Ceará. Não sem esforços de toda ordem. A dança¹³, durante toda a década de 1990, foi impelida a existir no Ceará. Junto dela, um movimento já composto de profissionais. Certamente, tratava-se de um movimento muito novo, sem histórico, sem sujeitos; contudo, com desejo e força de realização jamais vistos.

Como expressei, o tempo pedia mudanças e foi exatamente durante o governo “geração das mudanças” que os profissionais da dança no Ceará deram início a um longo processo de discussão, articulação e mobilização em favor da formulação de uma política cultural para a dança no Estado, culminando na criação do Colégio de Dança do Ceará.

Com efeito, no poder, o grupo “geração das mudanças” incluiu em seus quadros alguns políticos influentes, entre eles *Ciro Gomes*, que se tornou líder

13 Não mais aquela dança instituída pelas academias, mas a dança comprometida com a pesquisa, a experimentação, a arte e as questões que atravessam a vida.

do governo na Assembleia Legislativa e posteriormente, após a vitória de Tasso Jereissati em 1986, foi eleito prefeito de Fortaleza nas eleições de 1988 e governador do Estado em 1990 – bem como o retorno de Tasso em 1994 e em 1998.

De acordo com Alexandre Barbalho (2005), se os “governos das mudanças”, Tasso-Ciro-Tasso, não trouxeram alterações radicais na administração pública estadual, mantiveram uma imagem e uma popularidade internas e externas ao Estado sobradamente positivas, atraindo a atenção, em todo o País, de políticos, jornalistas, intelectuais, empresários e outros. A razão disso, segundo Barbalho, esteve ligada aos avanços alcançados nas finanças públicas e na industrialização, mas também em algumas áreas sociais, como saúde, educação e cultura, junto com um forte investimento publicitário. Nesse contexto, todavia, o setor cultural ocupou um lugar privilegiado. Nas palavras de Alexandre Barbalho: “Lugar da produção simbólica por excelência, (o setor cultural) vem recebendo investimentos nunca antes vistos na história das relações entre Estado e cultura no Ceará”.

Em 1990, com o governo Ciro Gomes, Barbalho salienta que a Secretaria de Cultura (Secult) passa a receber uma atenção ainda maior, sobretudo por assumir um lugar de destaque na forte política de propaganda adotada pelo Governo estadual. A atmosfera dos anos de 1990 no Ceará era de transformação. “Modernizar” tornou-se a palavra de ordem do Estado.

No governo Ciro Gomes, o publicitário Paulo Linhares – um dos responsáveis pelas campanhas vitoriosas de Maria Luiza pelo PT para a Prefeitura de Fortaleza e de Ciro para prefeito e governo – assume a Secretaria da Cultura (Secult) e o discurso da “modernização” do governo. Assim, ergue-se em Fortaleza um imenso e sofisticado centro cultural, o Dragão do Mar.

Pode-se dizer que foi se confrontando com as propostas da Secretaria da Cultura (Secult) no “governo das mudanças” – cujo papel estratégico centrava-se na mediatização e industrialização da cultura, sobretudo com a implantação “da indústria audiovisual do Ceará”, que tinha como objetivo viabilizar uma política audiovisual, colocando “a produção e os profissionais do Ceará nos mercados nacional e internacional, com condições objetivas de competição, garantindo retornos financeiros concretos” (BARBALHO, 2005) – que os profissionais de dança, se vendo completamente ausentes desse complexo industrial, se reconheceram como ponto de ruptura e como foco de resistência política; produzindo, assim, algo que não existia na dança, uma singularidade na própria existência das “coisas da dança”, dos pensamentos e das sensibilidades que a fazem acontecer.

Uma matéria no jornal *O Povo*, de 19 de julho de 1996, diz que, em sete de agosto de 1996, teve início, “no Estado, uma experiência pioneira no setor

cultural: o Instituto Dragão do Mar de Arte e Indústria Audiovisual do Ceará”. Criado com o objetivo “de formar pessoal qualificado para trabalhar nas áreas de entretenimento, lazer e cultura”, o Instituto, dirigido, na ocasião, pelo cineasta Maurice Capovilla, começou com a implantação de dois centros: o Centro de Dramaturgia, com cursos de capacitação para roteiristas, dramaturgos e produtores para televisão, cinema, vídeo, teatro, publicidade e rádio, dirigido pelo cineasta Orlando Senna, e o Centro de Design, capacitando mão de obra para o mercado de *design* industrial e artesanal, dirigido por Eduardo Barroso Neto.

De acordo com Alexandre Barbalho, somente nos dois primeiros anos, 1996 e 1997, o Instituto capacitou cerca de 5.000 profissionais nas diversas áreas da atividade cultural: artes plásticas, cinema e vídeo, *design*, artesanato e artes cênicas (teatro). Na área específica de cinema e vídeo foram 1.038 alunos em um programa que capacitou profissionais para as atividades técnicas de produção: câmara, iluminador, cenógrafo, maquiador, editor, etc. Já o Centro de Estudos de Dramaturgia, formando roteiristas, lançou no mercado de trabalho, no segundo semestre de 1997, a primeira turma de 30 roteiristas. Nas listas de longas-metragens produzidos no Ceará, após a implantação da indústria do audiovisual, contabiliza-se um total de 17 produções, além de quatro curtas-metragens.

Com efeito, houve um forte investimento do Estado na cultura com o “governo das mudanças”, sobretudo a partir de 1990. Todo esse investimento, contudo, em nenhum momento abarcou qualquer atividade relacionada especificamente à dança. Embora sob a égide do mercado, o setor artístico-cultural ganhou forças com a criação do Instituto Dragão do Mar, e a dança, ao contrário das artes plásticas, cinema, vídeo, teatro – todas as áreas contempladas pelo Instituto – viu-se completamente ausente desse processo.

Essa ausência não mais passava silenciosa no ambiente da dança. Havia uma conjuntura para a construção de um possível à dança no Ceará. Com a programação de um fórum de discussão dentro da estrutura da I Bienal de Dança do Ceará, em 1997, a organização dos profissionais de dança se oficializou como Comissão de Dança do Ceará. A partir de então, efetivava-se um lugar de construção política, um lugar de existência e coexistência. Ações artísticas, ativistas, subversivas compunham o arsenal de estratégias que o coletivo articulou para a dança fazer-se presente.

Encontros semanais, mobilizações, debates, fóruns moviam as engrenagens que sustentavam o coletivo, impulsionando a Comissão a agir. Assim, por cerca de um ano, pressionando, pensando, estudando, discutindo com vários

setores da sociedade, a dança, pela primeira vez no Ceará, ganhou um espaço, mas um espaço diferenciado, trabalhado, sustentado e erguido pelos profissionais da dança. De um lado, gestores da cultura sem argumento nem mais forças para continuar negando um lugar à dança nas políticas culturais do Ceará. De outro, profissionais capacitados, seguros e confiantes na existência da dança que dali por diante transformaria vidas.

Mapeada a prioridade em cursos de formação para professores, bailarinos e coreógrafos, o Colégio de Dança do Ceará – assim como existia o Colégio de Direção Teatral, ligado ao Instituto Dragão do Mar, teve início em 1999, disponibilizando 50 vagas, das quais 20 eram para formação de bailarinos, 20 professores e 10 coreógrafos. O começo se deu como um centro de “reciclagem” de caráter bem mais informativo do que formativo. Tinha inicialmente um pouco o intuito de “recuperar o tempo perdido”. Isso se explicitava, principalmente, no discurso de Flávio Sampaio, que o dirigiu nos anos de 1999, 2000 e 2001. Nesse período, enfatizava-se, sobretudo, trazer profissionais renomados “dos grandes centros criadores” para “reciclar” os profissionais da dança cearense.

Dezenas de importantes nomes da cena nacional e internacional ministraram aulas para os alunos do Colégio de Dança. Os cursos geralmente tinham carga horária intensa no período de uma semana. Com alguns exceções, a cada semana um novo professor, solicitando um outro corpo, outros modos de pensar e agenciar a dança. Cerca de um ano depois, eram comuns depoimentos controversos submetendo a xequê a “formação” de um corpo fragmentado (por um excesso de informação), de movimentos homogêneos (repetindo-se em clichês de partituras de movimentos do “modelo” contemporâneo), mas corpos extremamente pulsantes, potentes, abertos, disponíveis – talvez uma força coletiva jamais vista na dança cearense.

Assim, mesmo depois da percepção de que os processos formativos em dança no Ceará careciam de estudos mais elaborados – motivo da existência do Colégio de Dança – bailarinos, professores e coreógrafos continuavam a ter uma formação fragmentada, visualizando uma dança de fora e adaptando-a no corpo. A potência do encontro diário, entretanto, por longas horas, vivendo intensamente a dança, potencializou uma corporeidade dançante capaz de expandir-se além do Ceará – como, por exemplo, uma longa matéria no jornal *O Estado de São Paulo*, em 11 de setembro de 2000, intitulada: “Ceará insere sua dança no mapa da criação do País”.

No último ano do Colégio, em 2002, sob a direção de Ernesto Gadelha, que até então ocupava a função de assistente artístico, esse formato passou a ser repensado. A ideia era transformá-lo num curso de educação profissional,

como ponte entre a formação básica e o curso de nível superior. Para chegar a isso, Gadelha visualizava o ano de 2003 como um ano de transição no Colégio; contudo, ele não chegou a acontecer. Desentendimentos políticos dos gestores da cultura, bem como a própria escassez do processo, que pedia pausa para reflexão, pesaram na decisão que levou o fim do Colégio de Dança do Ceará.

Trata-se de um fim que deu início a outra corporeidade dançante. Todo o processo de implantação e existência do Colégio de Dança é algo da ordem de uma revolução: irreversibilidade num processo. Uma mudança sem retorno. A partir daí, profissionais atentos e mobilizados; a dança compondo o quadro das ações políticas para a área da cultura; setor que até hoje permanece forte politicamente; criação de eventos como o Quinta com Dança, o Terça se Dança, Quarta em Movimento; criação de editais de dança das secretarias de cultura do município Secretarias de Cultura de Fortaleza e do Ceará; criação do Curso Técnico em Dança; a dança na Vila das Artes (equipamento da Prefeitura de Fortaleza); a dança no Porto Iracema das Artes (equipamento do Governo do Estado); a dança nas graduações da Universidade Federal do Ceará (licenciatura e bacharelado) – este também iniciado por meio da mobilização dos artistas da dança, em reunião com reitores, bem como na escrita de um possível projeto pedagógico.

Com efeito, a cena da dança no Ceará passou por mudanças importantes desde o início do século XX, entretanto, com lacunas que se fizeram presentes durante todo esse percurso. O corpo acelerado, esvaziado, atuante em toda a primeira metade do século passado, deu lugar, como dito anteriormente, a um corpo fragmentado, de movimentos homogêneos, compondo-se em meio aos clichês que as imagens carregam. Informações diversas, fragmentadas, repetindo-se incansavelmente numa estrutura semelhante: repetição do mesmo.

Talvez a dança cênica no Ceará, com raras exceções, não tenha olhado para si mesma. Apenas fazendo-se presente pelo olhar do outro, como estrutura que se repete provavelmente em obediência às “virtudes civilizadoras eurocêtricas”, como povos colonizados que somos. Desde Paurillo Barroso, a dança cênica tem sido uma imagem incorporada. Até mesmo no Colégio de Dança, valiam-se de vídeos de repertórios da dança como instrumento de cópia para representação nos palcos da Capital cearense. Entendia-se, por isso, parte do processo formativo tanto dos bailarinos quanto do público do Ceará, que não conhecia esses repertórios clássicos da dança cênica.

Por outro lado, coreógrafos que olharam para si, que construíram uma dança e investiram numa corporeidade dançante muito própria, possivelmente se distanciaram desse circuito repetitivo, quebrando o mecanismo recorrente de

representação de um “modelo” de dança. Ainda assim, entretanto, se trata de um corpo cujo processo de formação em dança é mediado por lacunas: um corpo que desde sempre constituiu a formação em dança no Ceará.

Talvez esse corpo da dança cênica no Ceará tenha sempre carregado, mais ou menos de maneira difusa, marcas do processo cuja gênese se deu diante da expansão do capitalismo nas sociedades modernas: padronização dos gestos e movimentos; novas tecnologias de produção em massa, desencadeando um processo de homogeneização que se estendeu a outras esferas sociais, entre elas a educação, que passou a se identificar menos com as técnicas e mais com os interesses da produção.

Referências Bibliográficas

- ACHCAR, Dalal. **Ballet**: arte, técnica e interpretação. Rio de Janeiro: Cia. Brasileira de Artes Gráficas, 1980.
- BARBALHO, Alexandre. **Relações entre Estado e cultura no Brasil**. Ijuí: Unijuí, 1998.
- _____. **A modernização da cultura**. Políticas para o audiovisual nos governos Tasso Jereissati e Ciro Gomes. Fortaleza: UFC, 2005.
- BERNARD, Michel. **O corpo**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016.
- GIL, José. **Movimento Total**: o corpo e a dança. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2001.
- GONDIM, Linda. **O dragão do mar e a Fortaleza pós-moderna**: cultura, patrimônio e imagem da cidade. São Paulo: Annablume, 2007.
- GUATTARI, Felix & ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1986.
- LIMA, Luiz Cruz. **A difusão social e espacial da inovação**: o caso do Ceará no nordeste brasileiro. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn-69-90.htm>. Acesso em: 25/03/2020.
- PORTINARI, Maribel. **Dennis Gray**: eterno em cena. Rio de Janeiro: Funarte, 2001.
- PRIMO, Rosa. **A Dança possível**: As ligações do corpo na cena. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.
- SAMPAIO, Flávio. Quase uma valsa proibida. In: CHAVES, Gilmar (Org). **Ceará de corpo e alma** – um olhar contemporâneo de 53 autores sobre a terra da luz. Rio de Janeiro: Relume Dumará / Fortaleza-CE: Instituto do Ceará (Histórico, Geográfico e Antropológico), 2002.

Capítulo 6

Fotografia autoral no Ceará: tempos de formação

Alexandre Barbalho

O objetivo deste capítulo é analisar alguns elementos que possibilitaram a formação do campo da fotografia autoral no Ceará¹. Mais especificamente, irei me ater à atuação do fotógrafo Chico Albuquerque em Fortaleza, desde 1975, e à realização, em 1984, na mesma cidade, da III Semana Nacional de Fotografia da Fundação Nacional de Arte (Funarte). Os casos “Chico Albuquerque” e “III Semana Nacional de Fotografia”, certamente, não esgotam a complexidade do contexto mas, uma vez que surgiram como *leitmotiv* nas entrevistas e documentos consultados, funcionam como pontos de partida para a pesquisa.

A possibilidade do processo de constituição do campo da fotografia autoral cearense ter se iniciado nos anos de 1970 sustenta-se, entre outras evidências, no fato de que houve uma expansão da indústria e do mercado de bens culturais no Brasil, fenômeno que se relacionava com a política cultural em âmbito federal, como se verá. Esse contexto dinamizou a fotografia brasileira e atraiu um público jovem interessado em uma modalidade de expressão democrática e dinâmica. Pode se dizer que o apelo popular da imagem fotográfica, uma expressão menor dentro da lógica de diferenciação e hierarquização do campo artístico, a meio caminho entre a prática vulgar e o gosto erudito (BOURDIEU, 1993a; 1993b), tornou-se um atrativo a mais em um momento de ditadura e engajamento político dos artistas.

Como situa Ricardo de Hollanda, naqueles anos, a fotografia saiu de sua situação marginal, até então restrita, basicamente, à atuação dos fotoclubes. Angela

1 A expressão “fotografia autoral” é utilizada aqui como categoria êmica, tal como se depreendeu das entrevistas realizadas para esta pesquisa. Refere-se ao fotógrafo que, além de profissional, se reconhece como artista e desenvolve projetos próprios, ainda que muitas vezes estes se relacionem com sua atuação em uma empresa de jornalismo (fotojornalismo) ou de publicidade (foto publicitária). Essas fotografias, em parte divulgadas em matérias de jornal ou campanhas publicitárias, são reunidas com suporte num conceito para serem expostas em museus e galerias, adquiridas, principalmente, por colecionadores, publicadas em livros e concorrerem em premiações.

Magalhães e Nadja Peregrino (2004), por sua vez, apontam que, aos espaços já existentes e consagrados à fotografia, tais como Associação Brasileira de Fotografia, Sociedade Fluminense de Fotografia e Foto-Cine Clube Bandeirante, somaram-se escolas como a Enfoço e o Studium Dois, em São Paulo, e a Photo-Galeria, no Rio de Janeiro, que difundiram a fotografia no circuito das galerias e museus e defenderam o direito autoral da obra fotográfica. Na avaliação de Ricardo Mendes (2003), ocorreu uma “renovação” com os jovens fotógrafos, muitos deles egressos da classe média, com formação universitária, que acessavam livros e revistas estrangeiros e viajavam para fora do País – situação distinta do perfil dos fotógrafos da geração anterior.

O Estado do Ceará e, mais especificamente sua capital, Fortaleza, ainda que estejam na periferia do capitalismo brasileiro, vivenciaram as transformações indicadas há pouco com base nas especificidades locais que conformaram as trajetórias dos agentes e a configuração do campo. É o esboço inicial deste quadro que se objetiva nas discussões que seguem. Para tanto, realizei pesquisas documental, bibliográfica e hemerográfica, bem como entrevistas com os fotógrafos Silas de Paula, Celso Oliveira e Gentil Barreira, e com Patrícia Veloso, fotógrafa, pesquisadora, curadora e editora - todos iniciando suas atividades nos anos de 1970; com Tibico Brasil, fotógrafo da geração imediatamente posterior (anos 1980); e com Ângela Magalhães e Nadja Peregrino, curadoras e técnicas da Funarte, responsáveis pela realização das Semanas Nacionais de Fotografia.

Na primeira parte do capítulo, abordo o papel da política cultural do regime militar e sua relação com a lógica das indústrias culturais e do mercado de bens simbólicos no Brasil. Em seguida, examino a atuação do fotógrafo Chico Albuquerque, no que diz respeito à profissionalização e à formação dos fotógrafos cearenses, tanto no fotojornalismo, quanto na fotografia publicitária. A terceira parte avalia a importância da realização da Semana Nacional de Fotografia em Fortaleza e da atuação da Funarte para as trajetórias destes fotógrafos.

Cultura, Estado e mercado: uma fotografia cheia de nuances

Uma vez instaurado o regime militar brasileiro em 1964, uma das preocupações das elites dirigentes era a de garantir a integração da nação, de acordo com a ideologia de Segurança Nacional. A cultura ocupou um lugar central nesse esforço, principalmente desde os anos de 1970, quando se estabeleceram fortes vínculos do Estado com setores da indústria cultural. Como situa Renato Ortiz (1989), os objetivos eram unificar o mercado de bens simbólicos, que representava uma fatia considerável e em expansão da economia brasileira, e integrar cultural e politicamente a Nação².

2 Isto não significa que o Estado tenha conseguido o controle total sobre os produtores culturais,

Otávio Ianni (1978) testemunha a dimensão da intervenção na cultura e situa o regime militar no centro da produção cultural brasileira, quando todas as condições de produção e de comunicação científicas ou culturais estavam sob controle ou influência das diversas instituições estatais. Como, porém, situa Sérgio Miceli (1984b), o Estado focou seu investimento direto nas esferas da cultura popular e de elite, áreas de mercado restrito (música erudita, artes plásticas, teatro, fotografia etc.), deixando o setor mais lucrativo da cultura de massas para o setor privado. O que interessava para o governo era que houvesse uma política de promoção, produção e distribuição dos bens culturais, possibilitando o seu consumo e a ligação entre a “cultura do povo”, em sua diversidade, e a “cultura nacional”. Nesse ponto, a lógica do mercado se unia ao discurso da “democratização cultural”, pois colocavam-se à disposição do público vários bens simbólicos passíveis de consumo.

Para implementar suas ações na cultura, o Estado necessitava de espaços institucionais para o setor e com os quais pudesse cooptar intelectuais e artistas para o seu projeto. Assim se deu a criação, logo no início do regime (1966), do Conselho Federal de Cultura, responsável por dar a direção da política cultural com esteio na lógica “unidade na diversidade”. Essa estruturação institucional ganhou, contudo, nova dinâmica no governo Geisel (1974-1978), durante a gestão de Ney Braga no Ministério de Educação e Cultura (MEC), que representou o ápice da atuação político-cultural dos governos militares.

Naquele momento, ocorreram a implantação do Conselho Nacional de Direito Autoral e do Conselho Nacional de Cinema, o lançamento da Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro, a reformulação da Empresa Brasileira de Filmes, a criação da Funarte, a expansão do Serviço Nacional do Teatro, entre outras ações e programas. Em 1975, foi lançada a Política Nacional de Cultura (PNC) com os princípios norteadores de uma política cultural a longo prazo. Para Miceli (1984a) e Ortiz (1989), a PNC significou a incorporação da cultura nas metas da política de desenvolvimento social do governo, mais especificamente no II Plano Nacional de Desenvolvimento (1974-76).

Do que foi exposto, é lícito acentuar que o Estado promotor de bens simbólicos em aliança com o mercado foi fundamental para popularizar a utilização da fotografia amadora e profissional, seja a jornalística, seja a publicitária. Alguns dados coletados por Ortiz (1989) respaldam essa afirmação. Para ficar

nem mesmo nas instituições governamentais que possuíam uma certa autonomia e foram, em muitos momentos, locais de resistência ao regime (MACHADO, 1984; PEREIRA, 1984). Por sua vez, a atuação dos órgãos censores gerou conflitos com o setor privado que, em várias ocasiões, teve seu investimento inviabilizado total ou parcialmente em decorrência da censura (GALVÃO, 1976).

em um ramo que emprega muitos fotógrafos, a indústria editorial, em todos os seus setores (livros, revistas, jornais, fascículos, fotonovelas etc), foi beneficiada pelas políticas do governo, inclusive na modernização de seu maquinário, o que implicou melhor qualidade e aumento do volume de impressão e na diversificação e especialização de produtos e de público consumidor.

Ora, é impensável esta ampliação da indústria editorial, e dos outros ramos da indústria cultural, se não for acompanhada do avanço da publicidade. Ainda segundo Ortiz (1989), em dez anos (de 1964 a 1974), o investimento em propaganda saiu de 152 para 6.300 milhões de cruzeiros, o que significou um pulo de 0,8% para 1,29% do Produto nacional Bruto. Nesse período, surgem grandes agências de publicidade e se intensificam o desenvolvimento das atividades ligadas ao setor e à demanda por serviços especializados. Todo esse contexto leva ao crescimento substancial de determinadas profissões fundamentais para as indústrias culturais, como é o caso do fotógrafo. Em 1950 existiam 7.921 destes profissionais no País. Em 1960, eram 13.397; em 1970, 25.453; e em 1980, 48.269, o que equivale a um aumento de mais de 600% em trinta anos.

Se o crescimento e a qualificação da indústria e do mercado culturais implicam o fortalecimento da profissão do fotógrafo, esse contexto também favorece o campo da fotografia autoral, garantindo a sua sustentabilidade, inclusive pelo aumento da demanda de fotografia no mercado de arte, e qualificando sua obra, em termo de qualidade de impressão da foto e do livro. Soma-se o papel da política cultural implementada pela Funarte, que criou um núcleo/instituto específico para a fotografia e passou a promover exposições, premiações e semanas nacionais, bem como publicações, legitimando como ação estatal a imagem fotográfica autoral como expressão legítima no campo cultural brasileiro³.

As partes que seguem procuram analisar estas duas variáveis, mercado e política cultural, na realidade cearense e como conformaram os momentos fundadores da fotografia autoral no estado.

No começo, tinha o “seu” Chico

É unânime, entre os entrevistados para este trabalho, a avaliação de que as condições propícias à emergência da fotografia autoral no Ceará começaram a se dar nos anos de 1970, com o incremento, por um lado, do mercado e da fotografia

3 Fenômeno próximo, só que em contexto ideológico inverso, ocorreu na França no início dos anos 1980, quando a esquerda chegou ao poder e consagrou uma “nova cultura oficial”. Como afirma Gaëlle Morel, a dinâmica da nova política cultural permitiu ao campo fotográfico constituir uma “nova figura, o autor, que simboliza a ascensão democratizada à identidade de criador e de produtor cultural”. (MOREL, 2003, p. 35).

publicitários locais, e de outro, com o maior profissionalismo da fotografia documental praticada no jornalismo cearense. Com suporte nessa configuração é que, ao lado de conquistas técnicas, os fotógrafos passaram a ter recursos econômicos para investir em seus projetos autorais. E para ambas as práticas [fotojornalismo e fotografia publicitária], um fotógrafo aparece como divisor de águas: Francisco (Chico) Afonso de Albuquerque, mais conhecido entre seus interlocutores como “seu” Chico⁴.

Nascido em Fortaleza em 1917, Chico Albuquerque era filho de Adhemar Bezerra de Albuquerque, fundador, em 1934, da ABA Film, uma das mais importantes empresas de cinefoto do Norte e Nordeste e conhecida nacionalmente nos anos de 1930 por haver patrocinado as filmagens e as fotografias de Lampião feitas por Benjamin Abraão (VIEIRA, 2007). Adhemar atuava como cinegrafista e fotógrafo amador e, em decorrência dessas atividades, recebeu a demanda para filmar as obras do Departamento Nacional de Obras Contra as Secas (Dnocs). Como não pôde se ausentar de seu emprego como bancário, enviou Chico, então com 16 anos, para realizar o trabalho. Como situa Patrícia Veloso (2013)⁵, o jovem viajou dois meses sem equipe pelo Nordeste e produziu 1.800 metros de filme.

Com o sucesso da encomenda, Adhemar montou um estúdio, na realidade, a primeira loja da ABA Film, para que o filho atuasse como fotógrafo. Aí começou a carreira de Chico Albuquerque no Ceará, fazendo retratos, fotos de casamento, eventos políticos, reportagens etc, e aprendendo a fotografar com o fazer cotidiano. Em depoimento a Veloso (2013), “seu” Chico relembra das dificuldades que enfrentou por não conhecer a prática da fotografia de estúdio e a necessidade de recorrer a fotógrafos experientes atuantes em Fortaleza para superar esse momento inicial.

Em 1946, Chico Albuquerque mudou-se, inicialmente, para o Rio de Janeiro e, no ano seguinte, para São Paulo, onde montou seu estúdio e permaneceu até 1975. Além de ter feito retratos da elite paulista, “seu” Chico trabalhou, entre outros lugares, na agência publicitária J. Walter Thompson, onde produziu o primeiro anúncio com fotografia da propaganda brasileira

4 A centralidade dada a Chico Albuquerque nesta abordagem não desconhece a importância de outro fotógrafo que é José (Zé) Albano. Para Silas de Paula, por exemplo, foi Albano o grande mestre de sua geração e da posterior (entrevista concedida em 09.out.2019). O papel formador de “seu” Chico, no entanto, foi mais amplo, pelos lugares estratégicos que ocupou no fotojornalismo e na publicidade cearense, além de seu reconhecimento e prestígio nacionais, que Albano, em início de carreira, ainda não tinha alcançado na década de 1970.

5 Veloso trabalhou diretamente com Chico Albuquerque por mais de uma década e continua a lidar com sua obra até hoje como curadora, editora e pesquisadora.

em 1948, e na Abril, em 1972, quando foi responsável pela reestruturação e renovação do estúdio fotográfico da editora, que na época dominava o mercado de revista no país.

Em São Paulo, participou ativamente das atividades do Foto Cine Clube Bandeirante (FCCB), responsável por trazer o debate da fotografia moderna e de feição artística para a Capital paulista (LENZINI, 2008). Em depoimento a Veloso (2013), “seu” Chico reconhece que os dez anos de atuação no FCCB foram fundamentais para sua formação. No convívio com os fotógrafos de várias tendências (os “românticos”, os “poéticos” e os “modernistas”), havia muito debate e a prática de apresentar as fotografias autorais que eram discutidas coletivamente. Junto com a experiência no FCCB, vieram as primeiras exposições e premiações nacionais e internacionais: IX Salão de Arte Fotográfica (Rio de Janeiro, 1950); Concurso Alejandro Del Conte (Buenos Aires, 1952); VI Salão Internacional de Fotografia de San Sebastián (San Sebastián, 1953); Salão Internacional de Frankfurt (Frankfurt, 1953).

Junto com outros fotógrafos que se dedicaram a dar novos usos à fotografia (industrial, divulgação de mercadorias e empresas etc), “seu” Chico mudou a fotografia profissional feita no País, em especial daquela demandada pelas agências publicitárias (KRAUSS, 2013). Para Renata Chagas (2011), sua atuação com a fotografia publicitária em São Paulo, que cobre os anos 1950, 1960 e a primeira metade dos 1970, influenciou a implantação de uma gramática visual adotada pelos anúncios nas décadas seguintes. Em depoimento a Veloso, “seu” Chico revela o papel pioneiro que teve na fotografia publicitária brasileira no final dos anos de 1940. Naquele momento, “a publicidade já começava a querer utilizar a fotografia”, contudo “a maioria dos fotógrafos não queria entrar para o mercado publicitário. Eu, que sempre gostei de novidades, fui ver o que eles queriam. Era um filão novo da fotografia”. (VELOSO, 2013, p. 57).

É essa experiência acumulada ao longo de sua trajetória que Chico Albuquerque trouxe para o meio fotográfico cearense, quando retornou à Fortaleza na segunda metade dos anos 1970. Uma de suas contribuições foi melhorar a qualidade técnica da Aba Film, empresa que continuava de sua família. Outra foi a reestruturação do departamento de fotografia do jornal *O Povo*, então principal veículo de comunicação impressa do estado, treinando a equipe de fotógrafos e organizando o laboratório fotográfico, retomando na Cidade a experiência da “escola” do estúdio da Abril. Desta equipe participaram, entre outros, o carioca Celso Oliveira e o paulista Ed Viggiani, ambos radicados em Fortaleza. Em seu depoimento para esta pesquisa, Oliveira destacou o aprendizado que teve com

“seu” Chico no cotidiano das pautas jornalistas⁶. Viggiani, por sua vez, revela que sua presença no jornal era “inspiradora” e o quanto o convívio com ele foi fundamental para sua formação, pois tratava-se de uma “universidade da fotografia viva ali presente e ensinando a todo momento”⁷.

Outra importante contribuição de “seu” Chico para a formação dos fotógrafos atuantes em Fortaleza ocorreu no estúdio que montou na agência Mark Propaganda. Era um momento em que a Cidade tinha algumas das maiores agências do Norte e Nordeste, detentoras de importantes contas nacionais, além dos clientes locais. Silas de Paula cita, além da Mark, a importância da Scala, onde trabalhou com Zé Albano, que possuía escritórios de Manaus a Salvador e um estúdio sofisticado para a época, que não ficava atrás dos outros do país⁸.

O fotógrafo Eduardo Queiroz afirma que aprendeu muito com “seu” Chico no estúdio na Mark, com sua capacidade de “transmitir conhecimentos de forma simples e objetiva”⁹. Silas de Paula relembra que, muitas vezes, mesmo não trabalhando na mesma agência, recorria a “seu” Chico para resolver problemas técnicos. “Ele dava os passos todinhos”, reconhece e, nesse sentido, foi não apenas um “solucionador de problemas”, mas também um “sonho de fotógrafo”¹⁰.

Como se observa, a presença de Chico Albuquerque foi importante tanto para aprimorar as condições técnicas do trabalho dos fotógrafos no jornal *O Povo* e nas agências de publicidade, quanto para a formação destes profissionais, ainda que este aspecto da sua atuação tenha se dado de modo informal, nos contatos da lida diária no jornal e na agência, com exceção daqueles que foram seus assistentes diretos, ou em encontros mais íntimos, principalmente em sua residência, frequentada assiduamente pelos jovens fotógrafos Silas de Paula, José e Maurício Albano, Patrícia Veloso, Gentil Barreira, Nelson Bezerra, Celso Oliveira, entre outros.

No início da década seguinte, alguns destes fotógrafos, com destaque para José Albano e Gentil Barreira, estavam começando a se articular nacionalmente. Albano, por exemplo, participou em 1980 da comissão que avaliou os portfólios enviados à convocatória do Núcleo de Fotografia da Funarte para a exposição coletiva intitulada “Classe média brasileira”. Como situam Magalhães e Peregrino

6 Entrevista concedida para esta pesquisa em 05.nov.2019.

7 Disponível em <http://www.fortalezanobre.com.br/2011/05/chico-albuquerque-o-talento.html>. Acesso em 21.fev.2020.

8 Entrevista concedida para esta pesquisa em 09.out.2019.

9 Disponível em <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/verso/retratos-de-uma-epoca-marcante-1.972004>. Acesso em 21.fev.2020.

10 Entrevista concedida para esta pesquisa em 09.out.2019

em depoimento para esta pesquisa, Albano também fez, na ocasião, uma conferência apresentando um panorama da fotografia no Ceará¹¹.

Em 1982, os trabalhos “Álbum da Emília - aspectos dos primeiros cinco anos de vida de uma menina”, de José Albano e Regina Moreira Lima, e “Sabiaguaba - alegrias e frustrações de uma experiência de vida semi-alternativa”, de José Albano, foram selecionados para a V Mostra de Audiovisuais da Funarte. No ano seguinte, o audiovisual “Mamãe, papai e nós - a fotografia como documento familiar”, de Joaquim Antônio, Maurício e José Albano, foi selecionado para a VI Mostra. Ainda em 1983, a Funarte apoiou a I Mostra Nacional de Fotografia dos estudantes de Comunicação Social do Ceará e, em 1986, patrocinou a oficina “Criação e publicação”, coordenada por José Albano em Vitória da Conquista (BA).

A interlocução da Funarte com os fotógrafos cearenses se ampliou com o Projeto Itinerância de Fotografia que levava as exposições produzidas pelo Núcleo de Fotografia aos estados, consolidando o papel da Fundação fora do eixo Rio-São Paulo. Por tal pretexto, em 1982, foram exibidas em Fortaleza as exposições “Carnaval de Malta”, “Classe Média Brasileira”, “Fotografia Sem Câmara” e “Revolução de 30”, no Museu de Arte (MAUC) da Universidade Federal do Ceará (UFC). Dessas iniciativas, resultou a realização no Ceará da III Semana Nacional de Fotografia, outro momento de inflexão para a conformação inicial da fotografia autoral cearense.

A Semana Nacional de Fotografia em Fortaleza: uma “grande escola”

Outro consenso entre os entrevistados é o do papel fomentador das Semanas Nacionais de Fotografia realizadas pelo Núcleo de Fotografia e depois pelo Instituto Nacional da Fotografia (INFoto) da Funarte. Segundo Maria Beatriz Coelho, a nova configuração institucional (a mudança de núcleo para instituto¹²) resultou da “mobilização dos profissionais pela valorização de seu trabalho”, bem como da “importância crescente da fotografia no cenário mundial e nacional” (COELHO, 2006, p. 96). Quem agendou esta política junto à Funarte foram os fotógrafos de classe média e alta, formados em universidades, atuantes principalmente em agências de fotografia e detentores da hegemonia da produção fotográfica brasileira – agentes responsáveis pela renovação da fotografia no país, como indicado por Mendes (2003) na introdução deste capítulo. Articulados, estes profissionais pautaram seus objetivos e reivindicações junto ao poder público sobre a importância da fotografia que ainda não tinha sido objeto da política

11 Depoimento dado para esta pesquisa por *e-mail* em 13.mar.2020.

12 O INFoto, criado em 1984, começou como Núcleo de Fotografia em 1979 sob coordenação do fotógrafo Zeka Araújo.

pública federal. Com isso, “pela primeira vez no país, houve o reconhecimento da autonomia desta linguagem”. (COELHO, 2006, p. 96).

Ricardo Hollanda afirma que o INFoto resultou “da necessidade de se estabelecer uma política cultural, em nível nacional, específica para a fotografia”. “Buscou-se”, assim, “definir e executar estratégias centradas em áreas definidas pela equipe” (HOLLANDA, 2014, p. 102). O autor destaca que uma das orientações básicas do INFoto foi a da exemplaridade, no sentido de promover ações de discussão e reflexão com conteúdo didático e efeito multiplicador permanente, de modo a suprir as carências da fotografia brasileira. Segundo Magalhães e Peregrino, com o Núcleo/INFoto, a Funarte passou a distribuir recursos, dando ênfase às regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, bem como às periferias urbanas e ao meio rural, visando ao “equilíbrio entre o apoio ao artista em formação e ao artista consagrado”, à “abertura de novos espaços de atuação” e ao “reconhecimento da qualidade própria das produções artísticas das regiões, dando o apoio às comunidades com poder disseminador, de modo a mobilizar os traços culturais no local onde são gerados”¹³.

As áreas privilegiadas pelo INFoto foram: produção fotográfica; preservação do acervo fotográfico existente e em produção; formação do fotógrafo e demais técnicos em fotografia; assessoria técnica às instituições culturais; bibliografia na área da fotografia; intercâmbio técnico e da produção fotográfica no plano internacional; e pesquisa de materiais. Estas áreas, por sua vez, deveriam estar encaixadas nos objetivos gerais da política traçada pela equipe do Instituto, entre os quais fortalecer a produção contemporânea da fotografia brasileira; conhecer os diversos movimentos e possibilitar o intercâmbio das regiões de exposições, publicações e debates; promover os canais de formação dos profissionais do setor e a reflexão sobre esta produção como obra de arte (HOLLANDA, 2014).

O pesquisador Pedro Vasquez, responsável pela transformação do Núcleo de Fotografia em INFoto, observa que a nova instituição foi criada “contra a maré” da lógica da Funarte, porquanto a Fundação resultou de “uma espécie de conglomerado de instituições anteriores à sua criação”, como era o caso do Instituto Nacional do Folclore, oriundo da Campanha Nacional do Folclore. O INFoto, ao contrário, surgiu de dentro do órgão. Vasquez revela que a Secretaria de Planejamento do Governo Federal não desejava autorizar a criação de mais uma instituição e foi preciso “provar a necessidade real e premente de criação de um novo instituto”. (VASQUEZ, 2009, p. 282)¹⁴.

13 Depoimento dado para esta pesquisa por *e-mail* em 13.mar.2020.

14 O INFoto tinha uma posição secundária nas relações de poder entre as áreas-fim da Funarte

No decurso dos anos 1980, o INFoto realizou na galeria da Funarte, no Rio de Janeiro, e em outros espaços expositivos do País, cinco mostras regionais (I Foto Centro-Oeste e I FotoSul em 1983; I Fotonordeste em 1984; o I Fotonorte, em 1987; e o I Foto-Sudeste 1989/1990), com vistas a divulgar e mapear os fotógrafos atuantes fora do eixo Rio de Janeiro - São Paulo. A ideia das mostras regionais foi uma sugestão dos fotógrafos de onze estados reunidos no Rio de Janeiro em agosto de 1982 na I Semana Nacional da Fotografia a convite da Funarte. A ideia era finalizar o circuito com uma síntese das mostras regionais no I Foto Brasil, contudo a transformação da Funarte em Instituto Brasileiro de Arte e Cultura (IBAC) em 1990 e o rebaixamento do INFoto para núcleo/setor de fotografia, na esteira do desmanche das instituições culturais promovido pelo governo Collor, inviabilizou a sua realização.

A I Foto Centro-Oeste inaugurou o ciclo das mostras regionais e ocorreu como edição do V Documento de Arte do Centro-Oeste, uma programação do escritório da Funarte em Brasília. A mostra contou com 63 fotógrafos, todos de Goiás e do Distrito Federal, com destaque para Brasília (48 membros). A I Fotosul teve como tema “A presença do imigrantes na região Sul” e reuniu 55 participantes dos três estados, com destaque para o Rio Grande do Sul (35 membros). A I Foto-Sudeste teve 59 participantes, com destaque para São Paulo (22 membros) e Rio de Janeiro (20 membros). A I Fotonorte teve como tema “Viver a Amazônia” e selecionou 27 fotógrafos da região com predomínio dos oriundos do Pará (17 membros).

A I Fotonordeste teve como tema ‘O que é o Nordeste?’. No texto que escreveu para o catálogo, Mauro Mota, intelectual pernambucano e membro do Conselho Federal de Cultura, afirma que, com a mostra, a Funarte conseguiu “fixar parte do Nordeste ‘propriamente dito’, o semi-árido” e “pegar a região por dentro, na sua psicologia seca”¹⁵. Participaram da mostra e do catálogo 42 fotógrafos da região, sendo que o maior número era de cearenses (20 membros), entre os quais Celso Oliveira, Chico Albuquerque, José e Maurício Albano, Gentil Barreira, Silas de Paula e Nelson Bezerra, tendo este último participado da comissão de seleção.

As cinco edições realizadas nos anos 1980 (a Funarte ensaiou a retomada do ciclo das mostras regionais em 1998, com a II Fotonorte “Amazônia, o

(artes plásticas, artes cênicas, folclore, música e fotografia), tendo sido o último dos institutos criados. Em sua pesquisa sobre a atuação da Funarte de 1976 a 1990, Isaura Botelho (2001) quase não faz referências ao Núcleo/Instituto de Fotografia e não se dedica a analisar qualquer um de seus projetos, o que revela os limites do reconhecimento desta linguagem artística por parte da política cultural da própria Funarte.

15 Disponível em <http://portais.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/infoto/fotonordeste-1984/>. Acesso em 20.mar.2020.

olhar sem fronteiras”, que não teve continuidade em virtude do crescente corte orçamentário) reuniram mais de 200 fotografos de vários estados brasileiros e na II Fotonorte, fotografos da região pan-amazônica (Colômbia, Equador, Peru e Venezuela), promovendo um amplo mapeamento da produção regional. Para Magalhães e Peregrino, as exposições eram dirigidas aos fotógrafos residentes nas regiões, “com o intuito de mostrar a feição peculiar das manifestações culturais expressas nas mais variadas formas de linguagem”¹⁶.

Na avaliação de Vasquez, exposta no catálogo da I Fotonordeste, as mostras serviam para “estimular, apoiar e divulgar a produção contemporânea da fotografia brasileira”, além de “conhecer, mapear e fortalecer os movimentos regionais, respeitando a identidade de cada região”, possibilitando o intercâmbio, a publicação de catálogo e a itinerância das fotografias¹⁷. Os catálogos forneciam os contatos dos artistas com o objetivo de incentivar o intercâmbio e fomentar oportunidades de trabalho e de projetos (HOLLANDA, 2014).

Outra iniciativa importante do INFoto para legitimar a linguagem e dar reconhecimento aos seus praticantes foi a instituição do Prêmio Marc Ferrez de Fotografia e do Prêmio Nacional da Fotografia. O primeiro foi criado em 1984 para financiar, por meio de bolsas, projetos em várias áreas da fotografia (ensaio, documentário, monografia e experimentação de processos alternativos). Na avaliação de Coelho (2006), havia uma carência desse tipo de iniciativa, fato que se revela na quantidade expressiva de inscritos (1.214 em nove chamadas). Já o Prêmio Nacional de Fotografia, criado em 1995 e que só teve 4 edições, concedeu premiações nas categorias fotógrafo jovem, publicação, texto, arte, fotojornalismo e fotodocumentário, fotografia aplicada e contribuição à fotografia brasileira. Nesse aspecto, é importante, para este capítulo o fato de que “seu” Chico recebeu da Funarte em 1988 o Prêmio Contribuição à Fotografia Brasileira.

Além dos prêmios e das mostras, foram realizadas oito Semanas Nacionais da Fotografia (SNF) (Rio de Janeiro, 1982 e 1988; Brasília, 1983; Fortaleza, 1984; Belém, 1985; Curitiba, 1986; Ouro Preto, 1987; e Campinas, 1989) com cursos, palestras e exposições, compondo uma vasta programação coordenada por Nadja Peregrino e Ângela Magalhães, curadoras e técnicas da Funarte. Na avaliação de Alberto Viana, as Semanas funcionaram como uma “grande ‘escola de fotografia’”. Vasquez, em depoimento a Viana, expressa que o evento foi de “importância fundamental para toda uma geração de fotógrafos”, como comprova o fato de que

16 Depoimento dado para esta pesquisa por e-mail em 13.mar.2020.

17 Disponível em <http://portais.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/infoto/fotonordeste-1984/>. Acesso em 15.mar.2020.

“dezenas de fotógrafos mencionam em seus currículos que participaram de um *workshop* ou de uma leitura de portfólio pela primeira vez numa das Semanas Nacionais de Fotografia do INFoto”. (VIANA, 2009, p. 22).

As Semanas possibilitaram encontros e formação de redes entre os fotógrafos do País. Para Ricardo Mendes, estes eventos foram “o *locus* de encontro de uma geração e a formação de um sentimento ‘nacional’ para a fotografia”. (2003, p. 193-194). Viana (2009), por exemplo, revela que alguns fotógrafos curitibanos participaram da III Semana realizada em Fortaleza em 1983 e da IV Semana em Belém, no ano seguinte. Com essa experiência, colaboraram com organização da V Semana em Curitiba em 1986. Na II Semana, em Brasília, Gentil Barreira participou da mesa-redonda “Fotografia nas regiões”. Na V Semana, Celso Oliveira expôs “Romeiros de Juazeiro do Norte”, um trabalho feito em parceria com o paraibano Gustavo Moura. Na VI Semana, José Albano ministrou a oficina de retoque de fotografia e participou da “Leitura Crítica da Imagem”, junto com os fotógrafos David Zingg, Luis Humberto e Walter Firmo.

Como relembram Magalhães e Peregrino (2010a), a primeira SNF, realizada no Rio de Janeiro em 1982, no Museu Nacional de Belas Artes, então sede da Funarte, serviu como piloto para estruturar uma política de atuação nacional ao reunir fotógrafos de várias capitais para elaborar um diagnóstico do movimento fotográfico no País, de suas atividades e demandas regionais. Vasquez informa que a I Semana foi “atípica” em virtude das “exaustivas reuniões de trabalho” ocorridas nos três dias do encontro com representantes dos estados que tinham a “mais pujante atividade fotográfica” e selecionados pelo Núcleo de Fotografia após os seus primeiros anos de sua atuação¹⁸. Participaram destas atividades Bené Fontelles (MT), Claudio Versiani (MG), Gustavo Moura (PB), José Albano (CE), Luiz Carlos Felizardo (RS), Milton Guran (DF), Nair Benedicto (SP), Orlando Azevedo (PR), Rino Marconi (BA) e Waldir Cruz (PE).

Na ocasião, esses fotógrafos receberam um questionário que abordava, entre outros assuntos, o mercado de trabalho local; a estrutura de apoio técnico; formação de agências e/ou cooperativas; ensino da fotografia; questões legais, como regulamentação da profissão e estrutura de apoio à fotografia de expressão pessoal. Com isso, segundo Vasquez, estabeleceu-se um diagnóstico sobre a

18 VASQUEZ, Pedro. “As Semanas Nacionais de Fotografia”. Disponível em <http://portais.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/infoto/as-semanas-nacionais-da-fotografia/>. Acesso em 15.mar.2020. Entre as outras atividades promovidas na I Semana, ocorreram uma mesa redonda para discutir o direito autoral na fotografia e a exposição “Painel das regiões” reunindo obras de fotógrafos do Ceará, Paraíba, Pernambuco, Mato Grosso, Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul e do Distrito Federal.

situação da fotografia brasileira e de suas principais carências, o que pautou a política da Funarte para esta linguagem. Além desse diagnóstico, “os representantes regionais redigiram espontaneamente uma carta de recomendações sugerindo uma serie de ações” a serem implementadas pela Fundação¹⁹.

Como situam Magalhães e Peregrino, buscava-se, naquele momento, “uma dinâmica de trabalho descentralizada do eixo Rio-São Paulo, que também incorporasse a produção latino-americana, visando estabelecer um diálogo permanente entre fotógrafos veteranos e iniciantes” (MAGALHÃES; PEREGRINO, 2010a, p. 20). Desse modo, após a Semana no Rio, os técnicos da Funarte foram aos estados em busca de parcerias que viabilizassem a circulação do projeto, com suporte no mapeamento feito no encontro na Funarte, estabelecendo uma rede envolvendo a Fundação, as instituições e os fotógrafos locais. Vasquez, que concebeu o formato da Semana, explica que a referência foi a dos *Rencontres Internationales de la Photographie*, de Arles, na França, o primeiro grande encontro internacional de fotografia, ocorrido em 1970. O evento brasileiro, contudo, explica o ex-gestor do INFoto, se diferenciou deste modelo e de outros festivais de fotografia que ocorreram depois em decorrência de seu caráter itinerante²⁰.

Por toda essa atuação, Mendes defende o argumento de que o INFoto foi um “foco de difusão extremamente ativo (talvez um exemplo da ação certa na hora e local certos)”. (2003, p. 192). Ainda que as ações do Instituto não fossem articuladas e também regulares, particularmente aquelas ligadas à circulação, elas parecem ter sido responsáveis, de 1979 a 1983, pelo reforço de uma “imagem”, de uma “consciência” ou de um “sentimento nacional” da fotografia brasileira, e não apenas para o público interessado, mas para os próprios agentes da “comunidade fotográfica”, em uma espécie de autorreconhecimento do campo.

Como antecipado, a III Semana Nacional de Fotografia foi realizada em Fortaleza, em agosto de 1984, em parceria com a UFC. Grande parte das atividades da Semana ocorreu nas dependências da Universidade, mais especificamente no MAUC (mostras itinerantes) e na Casa Amarela (oficinas)²¹. Algumas atividades

19 VASQUEZ, Pedro. “As Semanas Nacionais de Fotografia”. Disponível em <http://portais.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/infoto/as-semanas-nacionais-da-fotografia/>. Acesso em 15.mar.2020

20 VASQUEZ, Pedro. **As Semanas Nacionais de Fotografia**. Disponível em <http://portais.funarte.gov.br/brasilmemoriadasartes/acervo/infoto/as-semanas-nacionais-da-fotografia/>. Acesso em 15.mar.2020

21 A Casa Amarela é um equipamento da UFC criado em 1971 com atividades de ensino e difusão para o audiovisual e a fotografia.

foram realizadas ainda no ateliê do “seu” Chico (oficina de publicidade) e no estúdio do Gentil Barreira e da Patrícia Veloso.

Como as demais Semanas, a de Fortaleza teve um caráter formativo com palestras de fotógrafos e pesquisadores (“Ensaio no tempo”: Walter Firmo; “Fotografia: Universo & Arrabalde”: Luís Humberto; “A preservação da produção fotográfica contemporânea”: Sérgio Burgi; “O mercado de trabalho e o direito autoral”: Capibaribe Neto, Gentil Barreira e João Roberto Ripper; “A Ilusão Espetacular”: Arlindo Machado; e “Fotografia em Publicidade”: Chico Albuquerque) e oficinas (“Linguagem Fotográfica”: Antonio Augusto Fontes e Walter Firmo e “Publicidade”: Chico Albuquerque). Também foi um momento para divulgação do trabalho dos fotógrafos, com exibição e discussão de portfólios e das exposições “I FotoSul” e “I Foto Centro-Oeste”; “Portugal, herança de uma revolução” de Felipe Taborda; “Intuições em preto e branco” de Antonio Augusto Fontes e Américo Vermelho; “São Paulo, gigante intimista”, uma coletiva organizada pelo Centro Cultural São Paulo; “Ensaio no tempo” de Walter Firmo; “O retrato brasileiro”, da coleção Francisco Rodrigues, pertencente à Fundação Joaquim Nabuco; “1ª. Mostra de Repórteres Fotográficos do Nordeste”; “Ricardo Malta”; e “Nosso Trabalho” com fotógrafos profissionais cearenses.

Na avaliação de Magalhães e Peregrino (2010b), quando a III Semana foi realizada, era visível um nível de amadurecimento de vários jovens fotógrafos cearenses, como os já citados ao longo do texto, alguns com cursos no exterior e acesso a uma bibliografia “de ponta”, sem deixar de mencionar o “mítico” Chico Albuquerque, “de longe o profissional mais consagrado da fotografia de publicidade no Brasil”, que, como visto acima, participou ativamente da III Semana²². Para as curadoras, o desdobramento da Semana em Fortaleza e das outras, não apenas para a fotografia cearense, mas para a brasileira, foi o fortalecimento do movimento fotográfico nacional que alcançou dimensões inimagináveis, em consequência do intercâmbio amplo e sistemático propiciado pelo INFoto. Ainda segundo as curadoras em depoimento a esta pesquisa, é justo especular o quanto do percurso posterior da fotografia autoral cearense se referenciou nas diretrizes lançadas pelo INFoto e nos seus programas (mostras, semanas, prêmios, publicações). Estas referências se encontram tanto nas carreiras individuais dos fotógrafos²³, quanto

22 A Semana funcionou também como um elemento de redescoberta de “seu” Chico. Como rememoram Magalhães e Peregrino, o evento propiciou uma oportunidade para se conhecer “mais de perto” a produção do fotógrafo cearense. A sua “doce presença”, “que em seu estúdio transmitia o virtuosismo técnico para amadores e profissionais da área”, além da “excelência de seu acervo”. (MAGALHÃES; PEREGRINO, 2010b, p. 20).

23 A título de ilustração e para ficar nos anos 1980, Silas de Paula revela que sua primeira expo-

na constituição dos vários coletivos e associações que surgiram no estado desde os anos de 1990, bem como na área editorial, nos festivais, nas exposições coletivas, nas bolsas e premiações.

Considerações finais

Os objetivos deste capítulo, primeira abordagem de uma pesquisa em andamento sobre a formação do campo da fotografia autoral no Ceará dos anos de 1970 a 1990, foram, primeiro, o de analisar o papel formador do fotógrafo Chico Albuquerque no ambiente da fotografia profissional de Fortaleza após seu retorno ao Estado em 1975. Como procurei demonstrar, isto ocorreu tanto entre os que atuavam na imprensa, quanto na publicidade, em um momento de renovação (do fotojornalismo) e de expansão (da foto publicitária) do mercado de trabalho com fotografia na cidade.

O outro foi situar o papel da política cultural no processo de fortalecimento da fotografia autoral no País por intermédio do INFoto/Funarte, com a realização de exposições, conferências, debates, publicações de livros e catálogos, estabelecimento de premiações e a formação de uma rede nacional com a realização das Semanas de Fotografia, uma delas ocorrida em Fortaleza. Essas ações estimularam programas locais de fomento de projetos dos fotógrafos cearenses ou de seus coletivos e instituições, ampliando o intercâmbio e a visibilidade da produção fotográfica – produção que conquistará, a partir da década seguinte (1990), reconhecimento nacional e internacional, inserindo o Ceará em uma posição destacada no campo da fotografia autoral brasileira.

Referências bibliográficas

- BOTELHO, Isaura. **Romance de formação**: Funarte e política cultural (1976-1990). Rio de Janeiro: Fund. Casa de Rui Barbosa, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. Culte de l'unité et différences cultivées. In _____ (org). **Un art moyen**. Essai sur les usages sociaux de la photographie. Paris: Les édition de minuit, 1993a. p. 31-106.
- _____. La définition sociale de la photographie. In _____ (org). **Un art moyen**. Essai sur les usages sociaux de la photographie. Paris: Les édition de minuit, 1993b. p. 107-43.
- CHAGAS, Renata. A fotografia publicitária no Brasil e a contribuição da obra do fotógrafo Chico Albuquerque. **Lumina**, v.5, n. 01, junho 2011.

- COELHO, Maria Beatriz. O campo da fotografia profissional no Brasil. **Varia História**, Belo Horizonte, vol. 22, no 35: p.79-99, Jan/Jun 2006.
- GALVÃO, Walnice. **Saco de gatos**. São Paulo: Ed. Duas Cidades, 1976.
- HOLLANDA, Ricardo. Imagem, educação e cultura: a formação em fotografia pelas instituições formais e informais de ensino no país. **Ci.Inf.**, Brasília, DF, v.43 n.3, p.95-109, set./dez. 2014
- IANNI, Otávio. O Estado e a organização da cultura. **Revista Encontros com a Civilização Brasileira**, Rio de Janeiro, v.1, p.216-241, 1978.
- KRAUSS, Vivian Wolf. **Laboratório, estúdio, ateliê**. Fotógrafos e ofício fotográfico em São Paulo (1939-1970). (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em História Social. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2013.
- LENZINI, Vanessa. **Noções de moderno no Foto Cine Clube Bandeirante**: fotografia em São Paulo (1948-1951). (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em História. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade de Campinas. Campinas, 2008.
- MACHADO, Mario Brockmann. Notas sobre política cultural no Brasil. In: MICELI, Sérgio (org). **Estado e cultura no Brasil**. São Paulo: Difel, 1984. p.05-20.
- MAGALHÃES, Ângela; PEREGRINO, Nadja. Passando a história a limpo: a Funarte e a fotografia brasileira. In: REDE DE PRODUTORES CULTURAIS DA FOTOGRAFIA NO BRASIL. **O fazer cultural na fotografia brasileira**. São Paulo: Leograf, 2010a.
- _____. Marcas do Nordeste na Fotografia Brasileira. In: REDE DE PRODUTORES CULTURAIS DA FOTOGRAFIA NO BRASIL. **O fazer cultural na fotografia brasileira**. São Paulo: Leograf, 2010b.
- _____. **Fotografia no Brasil, um olhar das origens ao contemporâneo**. Rio de Janeiro: Funarte, 2004.
- MENDES, Ricardo. Once upon a time: uma história da História da Fotografia brasileira. *Anais do Museu Paulista*, São Paulo. N. Sér. v. 6/7. p. 183-205, 2003.
- MICELI, Sérgio. O processo de “construção institucional” na área cultural federal (anos 70). In: _____ (org). **Estado e cultura no Brasil**. São Paulo: Ed. Difel, 1984a. p.53-8.
- _____. Teoria e prática da política cultural oficial no Brasil. In _____ (org). **Estado e cultura no Brasil**. São Paulo: Ed. Difel, 1984b. p.97-112.
- MOREL, Gaëlle Morel. La figure de l’auteur. L’accueil du photoreporter dans le champ culturel français (1981-1985). *Études photographiques*, 13, 2003, p. 35-55.

- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1989..
- PEREIRA, Roberto. Estado e cultura: fomento 'versus' paternalismo. *In*: MICELI, Sérgio (Org.). **Estado e cultura no Brasil**. São Paulo: Difel, 1984. p. 223-240.
- VASQUEZ, Pedro. Entrevista. **Discursos Fotográficos**, Londrina, v.5, n.6, p. 273-293, jan./jun. 2009.
- VELOSO, Patrícia. **O mundo em si**: o moderno e o contemporâneo na fotografia de Chico Albuquerque e Gentil Barreira. (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2013.
- VIANA, Alberto. Fotojornalismo e ação cultural em Curitiba. **Discursos Fotográficos**, Londrina, v.5, n.7, p.13-40, jul./dez. 2009.

SOBRE OS AUTORES

Alexandre Barbalho: Professor dos PPGs em Políticas Públicas e em Sociologia da UECE e em Comunicação da UFC. Líder do Grupo de Pesquisa em Políticas de Cultura e de Comunicação – CULT.COM.

Ana Cíntia Moreira Sales: Mestra em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: anacintiamsales@gmail.com.

Andréa Borges Leão: Pesquisadora do CNPq, doutora em Sociologia e professora do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: aborgesleao@gmail.com

Gilmar de Carvalho: Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP e professor aposentado da Universidade Federal do Ceará.

Mariana Barreto: Professora Adjunta IV do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará. E-mail: mariana.barreto@pq.cnpq.br

Rodrigo Capistrano: Professor adjunto da Universidade Federal do Cariri (UFCA), lotado nos cursos do Instituto Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Arte (IISCA). Doutor em História Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: rodrigo.capistrano@ufca.edu.br.

Rosa Primo: Professora dos Cursos de Licenciatura e Bacharelado em Dança da Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui doutorado e mestrado em Sociologia pela UFC. É Líder do Grupo de Pesquisa Concepções Filosóficas do Corpo em Cena (CNPq) e membro da Association des Chercheurs en Danse. E-mail: osaprimogadelha@gmail.com

“Mas quais seriam os indícios dessa modernidade cearense, isto é, os signos que condensam sua presença? Para apreendê-la os autores do livro irão trabalhar alguns objetos heurísticos, palpáveis, capazes de revelar ao leitor justamente o que se quer demonstrar. Publicidade, fotografia, televisão, audiovisual, tornam-se desta forma o material expressivo através do qual essa modernidade se expressa e se constrói”

Do prefácio de Renato Ortiz

Promoção

POLÍTICAS PÚBLICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM POLÍTICAS PÚBLICAS DA UECE

GECCA
Grupo de Estudos em
Cultura, Comunicação e Arte



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA



grupo de pesquisa
cmd
cultura • memória • desenvolvimento