"Assuma Seu Cearencismo": Identidade Cearense e Publicidade[1]

Révia Karen NEPOMUCENO[2]
Janaina de Holanda RODRIGUES[3]
Daniel Parente NOGUEIRA[4]
Francisca Ilnar de SOUSA[5]

Resumo
O trabalho discute propaganda intitulada "Assuma seu cearencismo" que dissemina valores e identidade acerca de um tipo ideal de cearense. Contudo, a mensagem reforça estereótipos que se distanciam daquilo com que diferentes sujeitos se identificam. Definidas a partir de ideias relacionadas a patologias, ao utilizar o termo "cearencismo", optou-se por trabalhar com "cearencidade", mais oportuno para discutir as distintas expressões culturais cearenses. Portanto, o objetivo geral é analisar o tipo ideal de cearencismo proposto em campanha publicitária. Trabalhou-se, assim, com pesquisa bibliográfica e a técnica da construção ideal típica weberiana. Conclui-se que, identificar padrões de comportamento em contextos globais e complexos exige a negação de diferentes formas de expressão da vida humana.

Palavras-chave: Cearencismo; cearencidade; Publicidade; identidade; tipo ideal; estereótipos.

INTRODUÇÃO

O tema, identidade cearense e publicidade, surge da análise de publicidade intitulada "Assuma seu cearencismo" e, veiculada na mídia local, cuja pretensão é a identificação do cearense, com certos valores e "jeito de ser", em peça publicitária.

Metodologicamente realizamos pesquisa bibliográfica destacando alguns dos principais estudiosos da área da Publicidade e Propaganda, mas também buscando apoio, mais especificamente, de Weber, em sua discussão sobre tipo ideal com o objetivo de entender as características destacadas na identidade construída para o cearense na peça publicitária.

A opção por trabalhar com o termo "cearencidade" e não "cearencismo" se explica pelo fato de o primeiro englobar uma dinamicidade da vida e da cultura humana jamais esgotável em um perfil típico-ideal; o segundo, esgota-se e satisfaz-se em propaganda representativa de determinado contexto histórico, sem refletir acerca de valores passados que um dia representaram este "ser cearense". Por fim, pelas implicações pejorativas e comprometedoras que o sufixo "ismo" acarreta e, que será discutido, mais adiante.

Portanto, o objetivo em pauta é a discussão do tipo ideal de cearencismo proposto em campanha publicitária como identidade para o cearense; outros específicos foram: entender o cearencismo como emblemático na configuração de identidades do cearense; compreender as

[1] Trabalho apresentado no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, GP Publicidade e Propaganda, XX Encontro dos Grupos de Publicidade Propaganda, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020.
[2] Graduada em Publicidade e Propaganda – Uninassau Fortaleza – email – revianepomuk@gmail.com
[3] Profa. Ma. do Curso de Publicidade e Propaganda – Uninassau Fortaleza – janainahr@gmail.com
[4] Prof. Ms. do Curso de Publicidade e Propaganda – Uninassau Fortaleza – profdpnogueira@gmail.com
[5] Profa. Dra. Orientadora do Curso de Publicidade e Propaganda – Uninassau Fortaleza – ilnars1313@gmail.com

regionalidades ideais típicas que emergem do cearencismo publicitário no jeito de ser e de falar do cearense; e, refletir a construção do "Assuma seu cearencismo" como peça publicitária de responsabilidade da TV Jangadeiro. A opção pela pesquisa bibliográfica justificamos dada a necessidade de buscar apoio teórico para a discussão proposta; afinal, discutir cultura, identidades, perfis, tipo ideal, publicidade e propaganda, dentre outros, exige habilidade e treinamento no jogo de palavras acadêmicas, e, que vai além disso.

O texto divide-se, portanto, em três partes, seguindo o que foi proposto nos objetivos específicos. Assim, no primeiro, discutimos o percurso metodológico, oportunidade em que discorremos sobre os termos cearencismo e cearencidade e algumas das características atribuídas ao cearense. É também o capítulo que condensa a maior parte teórica; na segunda seção, dando continuidade às características arroladas para composição do "cearencismo" destaca-se os aspectos linguísticos e dialeto assim comportamentais, ora assumidos ora rechaçados pelo cearense, conforme valorize ou desprestigie sua imagem. Em verdade, trata-se do perfil ideal-típico weberiano. E, por fim, a análise da propaganda, a partir do tipo ideal, cujas imagens e narrativas são apreciadas.

1 CEARENSIDADE OU CEARENCISMO? PERCURSO TEÓRICO E METODOLÓGICO

A propaganda, objeto deste estudo, intitulada "Assuma seu cearencismo", é um comercial feito para uma emissora de comunicação localizada no Ceará. Nela, observamos elementos verbais que pretendem reforçar mensagens identificadoras de estilo de vida, denominado "cearencismo", para o público cearense.

A citada propaganda apresenta adjetivos que, de acordo com a mensagem, identificaria o cearense, em distintos comportamentos, dialeto[6], posicionamento, reconhecimento da cultura como identidade e que, o conjunto desses elementos comporiam um típico jeito de ser do cearense. No seu desfecho, lança um vocativo com a frase "Assuma seu cearencismo", convidando o receptor a reconhecer-se a partir dessa identidade.

Assim, o termo cearensidade se refere ao conjunto de valores, preceitos, ideias, significações, entre outros traços que a cultura cearense possui. Trata-se do conjunto de elementos tangíveis e intangíveis que caracterizam o nativo e o seu contexto. O repertório do Ceará é amplo e, como toda cultura, a cearensidade não pode ser entendida em sua totalidade; contudo, pode haver distintas compreensões.

[6] "Um dialeto é qualquer variação regional ou social de um idioma que não chegue a comprometer a inteligibilidade mútua entre o falante da língua principal com o falante do dialeto; é uma variedade regional ou social sem necessariamente ter o status e o prestígio sociocultural da língua-mãe" (ARRAES, 2018, p. 113)

Optamos pelo termo "cearensidade" e não "cearencismo", por dois motivos: o primeiro, comentado rapidamente, na Introdução; o segundo pela carga e peso que o sufixo "ismo apresenta. Segundo Silva (2018, p. 23-24), o sufixo se origina no "mundo grego como conjunto de crenças e doutrinas religiosas e não religiosas, foi incorporado à linguagem médica como uma patologia ou disfunção mental, resultante de intoxicação causada por agente obviamente tóxico". E, o "ismo" como acréscimo a determinadas palavras discrimina ou pode discriminar ideias em dadas circunstâncias não comprovadas pela comunidade científica ou, comprovadas erroneamente. "[...] Aceito de bom grado a ciência, mas não o cientificismo. Busco sempre a racionalidade, mas fujo do racionalismo. Não se trata de evitar, mas tomar cuidado com as consequências práticas do uso indiscriminado do sufixo "ismo". O autor encerra destacando situações relacionadas à vaidade humana como definidoras do uso do sufixo. "Ele pode levar o autoritarismo ilegítimo de certo conceito provenientes exclusivamente da vaidade humana. [...]

Barroso (2017), em sua segunda edição do livro "O Cearense", é apontado como o pioneiro na criação do termo cearensidade, considerando conceitos, traços, características e elementos diretamente ligados a cultura, apesar da ideia de subculturas que o autor teima em destacar.

> Quem quer que se debruce sôbre o arquipélago cultural brasileiro, para surpreender e fixar as especificidades das subculturas que o integram, justamente reconhece a conveniência do emprego de neologismo, tais como baianidade, mineiridade e cearensidade, a fim de melhor expressar o sentido dessa caracterização cultural dos regionalismos já definidos. (BARROSO, 2017, p. 15-16)

A cearensidade, de acordo com Carvalho (2000), ganha outra vertente ao ser apresentada como resultado da percepção que o senso comum – pertencente ou não, ao contexto – emprega como atributos para a cultura por meio de suas principais características; com uma imagem construída de pressupostos e estereótipos associados ao cearense, ou mesmo, aos personas, que "descrevem" o ser cearense. Conforme Barroso (2017, p. 22), "embora o cearense se pareça com brasileiros em muitos aspectos, sua presença sempre se assinala por uma modalidade própria de ser, de falar, de agir e de afirmar-se, que não confunde com qualquer outra".

Barroso (2017) e Carvalho (2000) contam que a cearensidade é a reunião de elementos que destaca "sinais, gestos e traços" tornando-a particular em relação ao todo e que a mesma pode ser percebida pelos traços, distintos de outras culturas.

Carvalho (2003) afirma que deve haver um fortalecimento a partir da perspectiva que o público cearense sanciona como "peculiares à gente da terra". A "operação ideológica de esvaziamento", segundo Carvalho (2003), trata-se de uma revisão das atribuições a cultura

cearense por meio da percepção que o senso comum denomina característico, no propósito de comprovar sua coerência com a cultura.

É preciso um apuro dos elementos traçados para a identificação do cearense e a avaliação do seu grau de pertencimento, em desconsideração a qualquer pressuposto que possa ser associado a cearensidade e, à ênfase do senso comum sobre a cultura. O excesso de informações associadas a cultura, segundo o autor, deve ser revisto. Mas, o que o senso comum alinha como "peculiares à gente da terra"? Carvalho Fiho (2000, p. 74) destaca que a referência em que se apoia o senso comum é aquela pautada nos modelos idealizados de família e, portanto, de cearense, negando a pluralidade e a diversidade de relações.

> [...] Ao fazer a associação da família cearense com as famílias de prestígio e poder e denominá-la como tipo ideal de família, demarca-se um campo de poder de impor para o conjunto da sociedade um modelo idealizado de família que é a família das classes dominantes da sociedade local.

Algumas imagens e ideias acerca do Nordeste e do Ceará, como afirma Garcia (1984, p. 6), estão atreladas ainda ao cangaço, de maneira romântica e senso comum. "O Nordeste é ainda associado ao cangaço, forma de banditismo rural que algumas pessoas nos últimos tempos têm tentado transformar em movimento romântico de homens injustificados que lutavam contra o desmando dos latifundiários em defesa dos pobres".

O exemplo do cangaço é uma das características que outros contextos sociais associam ao se tratar do Nordeste, o que Becker (2008) chama de teoria da rotulação. Esta, cria uma espécie de entendimento generalizado sobre indivíduos considerados *outsiders*[7] devido a determinados atos particulares que são contrários às regras de dado grupo social, isto é, os *outsiders* são julgados a partir de fundamentos sociais preestabelecidos por um grupo social.

Estas ideias se perpetuam no imaginário senso comum que percebe o Nordeste como eterna região do atraso econômico e cultural sendo percebida a partir de uma perspectiva homogênea que descaracteriza a diversidade de nordestes em sua fala, gastronomia, cultura e tantos outros elementos.

2 UM JEITO "ESTRANHO" DE ENTENDER O CEARENSE

Para esta etapa, discutiremos como a imagem do cearense é ressignificada por atributos lhe são dados a partir de algumas características, e que são confirmadas na propaganda, objeto de estudo destas reflexões. Carvalho (2003) em sua discussão sobre o jeito de ser do cearense

[7] "Quando a regra é imposta, a pessoa presumivelmente infringiu pode ser vista como um tipo especial, alguém de quem não se esperava viver de acordo com as regras estipuladas pelos grupos." (BECKER, 2008, p. 15)

considera certa frequência no uso do termo "cabeça-chata", caracterizando os "agentes da terra" e, que apresenta um potencial adjetivo qualificador ou pejorativo do cearense, em sua definição no dicionário.

> 'Cabeça-chata': 'característica de cearense e de nordestino; decorre do fato de dormir em rede; uso de chapéu de couro por milícias cearenses durante luta pela independência'; 'o mesmo que cearense'; 'arranjo da natureza para caber a inteligência e a molecagem'; 'inveja do resto do Brasil dessa beleza angulosa semelhante aos franceses'; 'cabeça de tacho' 'alcunha de cearense no sul.' (CARVALHO, 2003, p. 291)

Como exemplo de "pluralidade de vozes", o mesmo, pode ser interpretado como uma espécie de ofensa destinada ao cearense, em vista das características que descrevem o termo. Pode, também, ser via de reforço ao preconceito contra os indivíduos, em associação a termos como, por exemplo, "cabeça-chata" ou "cabeça de tacho", que "caracterizam" o cearense. "Cabeça-chata: rigorosamente não seria um insulto, mas o nordestino, em particular o cearense, o primeiro a receber a alcunha, não aprecia ser identificado assim". (ARANHA, 2002, p. 67). Entretanto, destaca ainda que esse termo não advém do cearense, mas que lhe é imposto por outras comunidades que o definem por meio de um prévio juízo.

Além de ser considerado "cabeça-chata", o nordestino é percebido como "cabra forte", "valente", "cabra-macho pra danar" e as mulheres não perdem para os homens no quesito violência, pois são conhecidas como "mulher macho".

Furtado (2009) apresenta os conceitos de virilidade presentes em sua concepção de força. O termo "cabra-macho", que também pode ser entendido como "valente", "cabra-macho para danar", são atributos dados a homens que possuem força física, associando coragem, valentia, destemor físico, ao vigor físico e, que se estende para a figura da mulher como "mulher macho" a fim de enaltecer, ainda mais, o conceito da masculinidade dos homens da época. Estes adjetivos associados a figura do nordestino, por vezes, remetem ao cearense como determinações possíveis características que o identificariam. Contudo, Gadelha (2017) ressalta que não desconsidera a associação do cearense ao conceito de "cabra-macho", mas que também não o reduz a esta imagem.

Cavalcante (2012, p. 189) afirma que o cearense: "é conhecido nacionalmente por sua simplicidade, criatividade, bravura e, principalmente, pelo seu dom para o humor, apesar da vida difícil que se leva no Ceará. Ele é capaz de rir do seu próprio destino". Desta ideia se entende mais um comportamento agregado ao caráter do cearense e do Ceará: "Ceará Moleque".

Pesquisa realizada pelo Instituto Opnus (2013), no interior do Ceará, especialmente em Canidé e Cariri, aponta a religiosidade como fator mais forte e presente na vida dos cearenses, sendo esta figurada em São Francisco de Assis e Padre Cícero; em Fortaleza, as praias, as jangadas e a estátua de Iracema foram apontadas como representativas para os cearenses entrevistados. Este perfil é representativo da imagem construída acerca do cearense e assumida por muitos; mas, também, negada por tantos outros.

3 "CEARENSÊS" FALADO NO CEARÁ

A cearensidade, vista anteriormente, é um amplo conceito composto por elementos que possuem conexão com a cultura cearense que, por vezes, são representados em figuras consagradas e significativas para desenhar o "ser cearense" e, entre estes elementos que a configuram está o "cearensês", um vocabulário específico falado no Ceará. O jeito de falar no Ceará é resultado de forte influência que reconstrói significados e que ressignifica outros, conforme a dinâmica social.

Cavalcante (2012) discute a criação de novas nomenclaturas, a partir da tradução que o senso comum faz de outras línguas, e assim a validação para a pronúncia cearense, ou seja, a fala partindo da interpretação de um grupo. Esta, porém, pode ser vista como valorização da cultura cearense ou, segundo Carvalho (2003, p. 291), como reforço ao "preconceito com os que falam diferente". A esta fala é atribuída característica que a denota como parte da cearensidade. Mas, quais características no discurso cearense poderiam remeter a cultura?

Para esta etapa, imagens, frases e expressões que compõem a propaganda "Assuma seu cearencismo" foram analisadas para melhor compreensão do tipo ideal de "cearencismo". O "tipo ideal", objeto de pesquisa do método compreensivo weberiano, é um processo de investigação, que faz a extração de "fragmentos ínfimos" de uma realidade e com estas, forma um quadro ideal, com uma gama de traços selecionados a partir de um ponto da investigação considerado importante; a partir deste ponto é feito um levantamento histórico que, por fim, compreende a ação de determinado meio em relação ao fator analisado, conforme compreensão de Cohn (2006).

Para a análise da propaganda utilizamos quatro perspectivas de Cavalcante (2012) como: expressão típica, pronúncia, vocabulário e entonação de voz e a forma como se aplicam frases ou palavras na narrativa em conjunto com as imagens que compõem os elementos definidores da imagem do cearense na peça em estudo. Avaliamos também o contexto em que os termos se encontram, seu sentido literal e a sintaxe entre a narrativa e as imagens na propaganda. O texto, a seguir, foi transcrito da propaganda "Assuma seu cearencismo".

> De primeira todo mundo já nota: cearense tem um jeito invocaaaado! Anda em cambada. Transforma coisa em verbo! Dá um grau no que já tá caprichado! Caricatura? Nada. Orguuuuulho! Sabe como a gente chama isso? Cearenciiiiiiismo. Um trejeito que tá impregnado! Riscado e entranhado dentro de cada um. Cearencismo é a valorização da cearensidaaade! A expressão, valendo, de quem somos! E tá presente em todo lugar: periferia, centro, litoral e interior! Cearencismo é sentimeeeeento! Não basta se reconhecer! É preciso mostrar tudo o que envolve ser cearense! Assume seu cearencismo! Por que ele tá aqui! É coisa nossa! (2018).

O narrador inicia sua fala enfatizando pontos que remetem a figura do personagem, e como o cearense, incorpora o personagem por meio de sua pronúncia prolongada, a fim de identificá-lo. A frase inicial afirma que, "de primeira", ou seja, de imediato, o cearense é facilmente percebido por seu comportamento destemido no instante em que o narrador pronuncia o termo "invocado" demoradamente. Na medida em que a narração se desdobra, aparecem imagens que iniciam em contexto litorâneo, com a figura de dois pescadores retratados na Figura 1.

FIGURA 1: CENA DOS PESCADORES NA PRAIA

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

Para complementar a palavra "invocado", são apresentadas imagens de crianças e de um jovem com expressão séria em seus semblantes, nas Figuras 1 e 2; em gesto que "exemplifica" a figura do "invocado".

FIGURA 2: CENA DE CRIANÇAS A BEIRA DA PRAIA	**FIGURA 3: CENA DE UM JOVEM NA BEIRA DA PRAIA**
Fonte: Propaganda Institucional:	Assuma seu cearencismo, 2018, online.

As Figuras apresentam garotos à beira da praia, em um dia ensolarado, com semblantes sérios, com cara invocada e de "poucos amigos", com olhar fixo e intimidador. A expressão das crianças remete ao sentido de que o jeito "invocado" do cearense é aprendido desde a infância. O termo "invocado" é retratado de forma destacada por meio de tipografia vernacular[8], confirmando as ações percebidas nas imagens, enquanto na pronúncia do locutor recebe destaque por meio de fala prolongada; são estratégias aplicadas pela publicidade em que, o conceito é retratado por meio da arte popular como referência a cultura, sendo esta desenhada ou recitada.

FIGURA 4: CENA TIPOGRÁFICA DA PALAVRA INVOCADO

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online

Cavalcante (2012) reúne 22 regras para identificar a fala cearense e a origem de alguns termos advindos na forma de falar, considerando pronúncia, entonação da voz, vocábulos e expressões típicas. Na segunda regra é possível perceber que, a entonação de voz no "cearensês" é mais demorada, ou seja, é mais prolongada, de acordo com Cavalcante (2012), como "Mah, Miniiiiino!" A presença desta se encontra em quatro palavras pronunciadas prolongadamente, como: "invocaaaado", "orguuuuulho, "cearenciiiiiiiismo", "cearensidaaaaade" e "sentimeeeeento".

A palavra "invocado", tanto em cena, quanto em discurso, apresenta um caráter masculinizado no comportamento dos personagens, que remete ao termo "cabra-macho", enraizando em sua redação e imagens, a coragem do homem nordestino, em que o público feminino também possui associação dessa natureza intitulada como "mulher-macho".

Na Figura 5, um grupo de crianças, em um ângulo geral, em clima de diversão, correm em direção a praia com prancha de surf, complementando a fala do locutor, pois cearense "anda em cambada", como afirma o locutor. A palavra "cambada" remete a um grupo de pessoas do mesmo convívio social que estão sempre reunidas.

[8] "No design gráfico e na tipografia, podemos definir artefatos vernaculares como produtos de práticas de design desenvolvidas antes, ou a despeito, da instituição das escolas de design modernistas, principalmente por artistas anônimos e no contexto do comércio. Placas pintadas à mão e impressos efêmeros (tais como cartazes e embalagens) são exemplos típicos de design gráfico vernacular." (BRAGA, 2019, p. 220)

FIGURA 5: CENA COM GRUPO DE CRIANÇAS EM CONTEXTO LITORAL

FIGURA 6: CENA TIPOGRÁFICA DA PALAVRA "TRANSFORMA"

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online

A frase "transforma coisa em verbo", recebe destaque tipográfico vernacular nas Figuras 6 e 7, destacando o verbo com característica mais popular, na segunda imagem; a passagem de uma cena para a outra, por meio de um letreiro pintado, remete a uma transformação que foi concretizada em tipos móveis[9], como retratado na figura 7.

Cavalcante (2012), também explica como o cearense, geralmente, pronuncia as palavras, transformando-as em novas expressões, o que leva à reflexão da frase "transforma coisa em verbo"; a influência de línguas estrangeiras, como o inglês, na fala cearense, resulta em novas palavras. É o caso de *She is pretty and cult*, que significa "ela é bonita e culta". No dialeto[10] cearense é reduzido e traduzido para "ispilicute"; da mesma maneira ocorre com *for all*, em "forró". Essa afirmação pode estar ligada a narrativa da propaganda, em que o locutor diz que o cearense "transforma coisa em verbo".

FIGURA 7: CENA TIPOGRÁFICA DA PALAVRA "COISA"

FIGURA 8: CENA TIPOGRÁFICA DA PALAVRA "VERBO"

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

A ideia transmitida pela propaganda, por meio da palavra "verbo", na Figura 7, formada com tipos móveis, remete à ideia de como o cearense concretiza seus feitos, construídos ao

[9] "O tipo móvel é a idéia de esculpir cada letra do abecedário e demais sinais alfanuméricos em madeira ou metal, de modo que possam ser montados em blocos de textos, formando parágrafos e páginas. Por isso, os 'tipos' (as letras e os sinais) são 'móveis', pois podem ser manipulados à vontade, e reutilizados depois que a página for impressa, o que deu origem a tipografia". (POLESI, 2007, p. 16)

[10] "Um dialeto é qualquer variação regional ou social de um idioma que não chegue a comprometer a inteligibilidade mútua entre o falante da língua principal com o falante do dialeto; é uma variedade regional ou social sem necessariamente ter o status e o prestígio sociocultural da língua-mãe" (ARRAES, 2018, p. 113) No caso da fala cearense, existe variantes presentes na escrita e na fala presentes no repertório de seus usuários.

longo de sua história, com expressões, releituras, tornando histórico e eternizando suas criações, na medida em que busca edificá-la; logo, o cearense é apresentado como criativa.

Na Figura 9 aparece a palavra "grau" em destaque por meio tipográfico vernacular, também popular; diferente de outras cenas, ao apresentar exemplos que remetem a frase "dá um grau", como na Figura 10, exemplificando com produção manual da rendeira; ou na Figura 11, em que destaca um homem organizando mercadorias na prateleira, em um estabelecimento. O cearense "dá um grau no que já tá caprichado"; "dar um grau" é aumentar ou melhorar um trabalho ou quaisquer outras ações que se encontram finalizadas, no dialeto cearense.

As duas imagens apresentam em sua composição elementos em cor marrom, lembrando a ideia de terra e a mensagem, indiretamente, faz menção ao cearense como "agentes da terra"; são imagens com personagens e cenários diferentes, mas que se ligam a uma mesma realidade para "dar um grau", no estilo cearense, a quaisquer trabalhos, o que caracteriza, pela propaganda, quem é o cearense.

FIGURA 8: CENA TIPOGRÁFICA DA PALAVRA "GRAU"

FIGURA 9: CENA DA PRODUÇÃO ARTESANAL DA RENDA

FIGURA 10: CENA DE HOMEM EM ESTABELECIMENTO

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

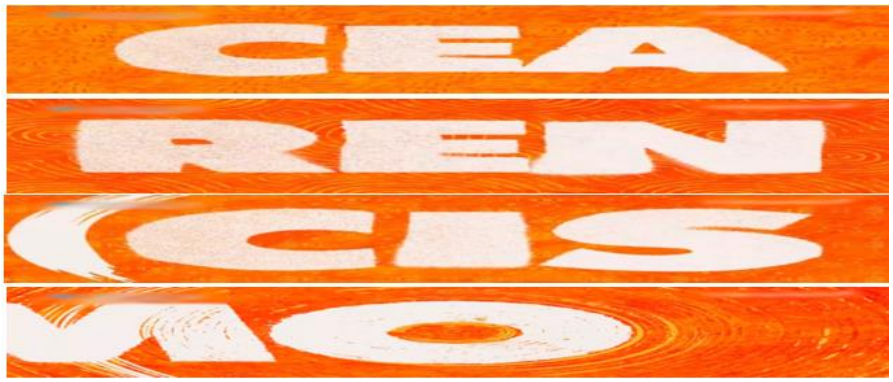
Em outro momento, o narrador parece se interrogar e ele mesmo responde: "caricatura? Nada. Orgulho!" Neste momento personagens levantam a cabeça com o olhar de baixo para cima, como nas Figuras 11 e 12; com a cabeça erguida, olhando de cima para baixo, apresentando semblante de orgulho, mas também de desafio e firmeza, na imponência do olhar. A assinatura, em qualquer documento, significa que houve confirmação do sujeito quanto a tudo o que foi dito, como em um contrato; a assinatura na imagem, simbolicamente, retrata a certeza e confirmação de afirmações sobre ser cearense tratada por meio da narrativa e das imagens.

FIGURA 11: CENA DO OLHAR DE BAIXO PARA CIMA	FIGURA 12: CENA DO OLHAR DE BAIXO PARA CIMA
Fonte: Propaganda Institucional:	Assuma seu cearencismo, 2018, online.

A narrativa e as imagens remetem ao diálogo com o telespectador. A caricatura, em seu sentido literal, é a imagem do rosto de uma pessoa com detalhes que caracterizam a fisionomia do sujeito de forma exacerbada, deformando traços do rosto e retratando a face do indivíduo. Logo, a palavra "caricatura" pode fazer alusão a uma expressão fechada, negativa, desfigurada, ou mesmo, a "cara feia", remetendo ao diálogo entre narrador e telespectador. Na resposta, a palavra "nada" remete ao "não", assim como "orgulho" remete a "satisfação".

Todo comportamento cearense na propaganda é resumido em uma palavra: "cearencismo". Termo, que, ao longo da propaganda, recebe destaque em cenas tipográficas retratando a expressão com as sílabas, em tamanho superior à de outras cenas com uso vernacular, de forma separada. Percebemos, também, o uso da cor laranja presente nas cenas com alusão a "terra do sol". Na Figura 13 é perceptível a separação de sílabas da palavra "cearencismo", estratégia publicitária que aumenta a percepção sobre a ideia.

FIGURA 13: CENA TIPOGRÁFICA EM DIVISÃO DAS SÍLABAS PARA "CEARENCISMO"



Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

A propaganda prossegue apresentando o "cearencismo" como "um trejeito que tá impregnado. Riscado e entranhado dentro de cada um". O termo "trejeito" é um movimento do corpo expressando determinada mensagem; "riscado" remete a algo ou alguém marcado com riscos; e, "entranhado" diz respeito ao que está enraizado. Portanto, "um trejeito que tá impregnado", na narração, é apresentado por duas imagens que se ligam com a afirmativa. Na Figura 14 observamos a imagem de quatro jovens dançando na rua, remetendo ao "trejeito"

cearense; na Figura 15, um homem limpando um peixe enquanto é "impregnado" com as escamas e o cheiro forte.

FIGURA 14: CENA DE JOVENS DANÇANDO NA RUA

FIGURA 15: CENA DE HOMEM LIMPANDO UM PEIXE

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

No caso das Figuras 16, 17 e 18, observamos o uso da tipografia vernacular, das palavras "dentro", "cada" e "um", como forma figurada representando o "riscado" e "entranhado". Há a tentativa do uso de metalinguagem por meio dos nomes destacados, o que remete a um reforço sobre o "cearencismo". "Trejeito", "riscado" e "entranhado" faz menção aos traços internalizados da cultura cearense por cada indivíduo que pertence ao contexto, "dentro" do consciente e inconsciente de "cada um", "riscada" durante o processo de enculturação e "entranhada" nas ações do indivíduo.

FIGURA 16: TIPOGRAFIA VERNACULAR COM PALAVRA "DENTRO"

FIGURA 17:TIPOGRAFIA VERNACULAR COM PALAVRA "CADA"

FIGURA 18: TIPOGRAFIA VERNACULAR COM PALAVRA "UM"

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

A propaganda, afirma que "cearencismo é a valorização da cearensidade". Por meio das cenas, o "cearencismo" ganha segundo destaque repetindo a estratégia usada na Figura 13. Contudo, este novo formato atribui ao "cearencismo" outro visual, como observamos na Figura 19, com o mesmo intuito de enfatizar o conceito popular e ampliar a percepção sobre a ideia.

FIGURA 19: CENA TIPOGRÁFICA EM DIVISÃO DAS SÍLABAS PARA "CEARENCISMO"

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

O termo "cearensidade" ainda ganha pequeno destaque, por meio da pronuncia prolongada, mas, a ideia oficial que permanece é "cearencismo", enquanto a cearensidade é citada uma vez na redação, sem maior visibilidade dentro da propaganda, uma vez que, na passagem de cenas, a palavra não aparece. O "cearencismo" como conceito principal reforça que esta é "a expressão, valendo, de quem somos". A palavra "valendo", na frase, se encaixa como oficial e legítima do povo cearense, mas visualmente, a palavra "expressão" possui ênfase semelhante ao termo "cearencismo" em separação silábica, na Figura 20, trabalha a percepção de que "cearencismo" é real "expressão" da cultura cearense.

FIGURA 18: CENA TIPOGRÁFICA EM DIVISÃO DAS SÍLABAS PARA "EXPRESSÃO"

Fonte: Propaganda Institucional: Assuma seu cearencismo, 2018, online.

E, assim como o termo "expressão", a palavra "somos", na Figura 19, recebe destaque, pois remete a um grau de pertencimento à cultura cearense, e, mais profundamente, ao "cearencismo". Em seguida a frase "e tá presente em todo lugar: centro, periferia, litoral e

interior". A propaganda enfatiza a expansão do "cearencismo", em uma cena tipográfica tratada na figura 20, com a palavra "todo".

FIGURA 19: CENA TIPOGRÁFICA DA PALAVRA "SOMOS"	FIGURA 20: CENA TIPOGRÁFICA DA PALAVRA "TODO"
Fonte: Propaganda Institucional:	Assuma seu cearencismo, 2018, online.

O "cearencismo é sentimento". Neste momento o termo é apresentado de forma destacada, pela terceira vez, utilizando um big close na boca dos personagens pronunciando a palavra e, com isso, ampliando a interação e identificação com o público. A propaganda trata o termo como um afeto da cultura cearense, mas também como uma convicção; foi perceptível a certeza com que o narrador passou ao fazer uso da fala prolongada para destacar a palavra "sentimento" e, nisso, uma certeza que vem sendo transmitida ao longo de sua locução.

Na propaganda não poderia deixar de apresentar a imagem do vaqueiro, um dos símbolos mais conhecidos da cultura representativa do Estado do Ceará, em que aparece tirando o chapéu, em gesto altivo, mas humilde do sertanejo. Com o mesmo sentido, surge dentro de um coração vazado, produto da arte vernacular, a imagem de um cearense de cabeça erguida, altivo, que também remete à cultura popular. E, por fim, o narrador pontua que "não basta se reconhecer. É preciso mostrar tudo o que envolve ser cearense", ou seja, "ser cearense" não se restringe, apenas, em entender que é o cearense, mas também apresentar, para as demais realidades, todos os elementos que configuram a cultura; na propaganda o "ser" é destacado como um reforço ao ser cearense.

Entretanto, torna-se inviável pensar "tudo o que envolve ser cearense", pois, as informações que compõem a cultura cearense são múltiplas, o que torna o trabalho publicitário extenso e desafiador quanto a temática abordada em relação a distintas maneiras de levar o público a refletir sobre a própria realidade cultural; juntamente com a propaganda que não explora, em sua narrativa, fatores que contribuíram para a história da cultura cearense, como por exemplo, o termo cearensidade, criado por Barroso (1969), em vista de uma identidade que a represente. Portanto, e, por fim mesmo, não é possível refletir sobre "tudo o que envolve ser cearense" uma vez que a mesma propaganda seria incapaz de esgotar outros pontos do "tudo", dada a dinamicidade da vida humana e sua produção cultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma consideração fundamental a que chegamos e, que fecha o Resumo, é a de que a complexidade de identificação de padrões de comportamento em contextos globais e complexos exige a negação de diferentes formas de expressão da vida humana. Isto significa afirmar a negação de pluralidades de estilos de vida e culturas, se apoiando no ponto de vista do preconceito, de modelos padronizados ideais a ser perseguidos.

O termo cearencismo se encontra abarrotado destes equívocos, sedutores, mas questionáveis. Assim, quando optamos por trabalhar com o termo "cearencidade" e não "cearecismo", justificamos, comprovadamente, pelo fato de o primeiro termo englobar uma dinamicidade da vida e de culturas humanas jamais esgotável em um perfil típico-ideal; o segundo, esgota-se e satisfaz-se em propaganda representativa de determinado contexto histórico, sem refletir acerca de valores passados que um dia refletiram este "ser cearense", que é o caso da propaganda estudada. A ideia é fortalecida mais ainda quando há uma apropriação da primeira versão apenas para "dar o grau", melhorar imagens e narrativas reafirmando a continuidade do "cearencismo, reproduzindo comportamentos, dialetos e crenças. Por fim, reforçadoras de implicações pejorativas e comprometedoras que o sufixo "ismo" acarreta.

Referências bibliográficas

ARANHA, Altair J. **Dicionário Brasileiro de Insultos**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

ARRAES, Soraia Cristina Blank. **Estudos linguísticos em língua materna e em língua estrangeira**. Vol. 59. São Paulo: Paco Editorial, 2018.

BARROSO, Parsifal. **O cearense**. Rio de Janeiro: Gráfica Records Editora, 1969. _____. **O Cearense**. 2. ed. São Paulo: Escrituras Editoras e Instituto Myra Eliane, 2017.

CARVALHO, Gilmar de. **Bonito pra chover: ensaios sobre a cultura cearense**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2003.

CARVALHO FILHO, Benedito José de. **Marcas de família: travessias no tempo**. São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto do Governo do Estado do Ceará, 2000. *In:* BARROSO, Parsifal. **O Cearense**. Rio de Janeiro: Gráfica Records Editora, 1969.

CAVALCANTE, Rogério. **Cearensês**: a cultura do povo cearense. 3. ed. Fortaleza: ed. do autor, 2012.

COHN, Gabriel. (Org.). **Max Weber**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2006. (Coleção Sociologia).

FURTADO, Hélio Dias. **Capitão Vitorino: a comicidade de um cabra macho**. *In*: SILVA, Antônio de Pádua Dias da (Org.). **Sexualidade, identidade e gênero em debate**. Olinda, PE: Livro Rápido, 2009. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/21401/1/Capita%cc%83o%20Vitorino%20Carneiro.pdf. Acesso em: 31 de out. 2019.

GARCIA, Carlos. **O que é nordeste brasileiro**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

POLESI, Cassiano. **Matriz de marketing, comunicação e negócios**: como propagar a sua marca na internet com alma. 2. ed. São Paulo: Ed. do autor, 2007.

SILVA, Rodrigo. **O ceticismo da fé**: Deus: uma dúvida, uma certeza, uma distorção. São Paulo: Ágape, 2018.