



Revista Alcance

ISSN: 1413-2591

alcance@univali.br

Universidade do Vale do Itajaí

Brasil

CHAVES CORREIA-LIMA, BRUNO; DE AQUINO CABRAL, AUGUSTO C.; BANDEIRA-
DE-MELLO, RODRIGO; MONTEIRO PESSOA, MARIA NAIULA; DOS SANTOS,
SANDRA MARIA

O PROCESSO DE INSTITUCIONALIZAÇÃO DE UM CAMPO CULTURAL SEM A
DEPENDÊNCIA DE MACROATORES: O CAMPO DO HUMOR NO CEARÁ

Revista Alcance, vol. 22, núm. 1, enero-marzo, 2015, pp. 55-79

Universidade do Vale do Itajaí

Biguaçu, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477747166004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

**O PROCESSO DE
INSTITUCIONALIZAÇÃO DE
UM CAMPO CULTURAL SEM A
DEPENDÊNCIA DE MACROATORES: O
CAMPO DO HUMOR NO CEARÁ**

**Revista ALCANCE
Eletrônica**

ISSN: 1983-716X

Disponível em:
www.univali.br/periodicos

*THE PROCESS OF INSTITUTIONALIZATION OF A
CULTURAL FIELD WITHOUT THE DEPENDENCE OF
MACROPLAYERS: THE FIELD OF HUMOR IN CEARÁ*

v. 22; n. 01

Jan./Mar.-2015

Doi: [alcan.v22n1.p55-79](https://doi.org/10.24080/alcan.v22n1.p55-79)

Submetido em: 05/11/2013

Aprovado em: 16/12/2014

*EL PROCESO DE INSTITUCIONALIZACIÓN DE UN
CAMPO CULTURAL SIN LA DEPENDENCIA DE
MACROACTORES: EL CAMPO DEL HUMOR EN
CEARÁ*

BRUNO CHAVES CORREIA-LIMA¹

AUGUSTO C. DE AQUINO CABRAL² | RODRIGO BANDEIRA-DE-MELLO³

MARIA NAIULA MONTEIRO PESSOA⁴ | SANDRA MARIA DOS SANTOS⁵

RESUMO

Neste trabalho é analisado o processo de institucionalização de um campo relacionado à cultura que apresenta longevidade institucional sem apresentar dependência de macroatores públicos ou privados quanto à sua governança e à sua sustentabilidade econômica, configurando-se como exceção à condição de dependência comumente apresentada em estudos empíricos anteriores da institucionalização de organizações culturais no Brasil. Trata-se do campo do humor no Estado do Ceará, cuja evolução do seu processo de institucionalização foi analisada à luz do modelo de Tolbert e Zucker (1999) e de fatores apontados por teóricos institucionais como influentes nesse processo. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, de natureza qualitativa, com a realização de quinze entrevistas com representantes organizacionais participantes do campo. Os resultados indicam que, mesmo sem apresentar governança concentrada (governamental ou empresarial) e nível alto de formalização de relações e normas, o campo está em fase intermediária do seu processo de institucionalização em direção à sua sedimentação. A partir da análise do campo do humor no Ceará, infere-se como fatores que potencializam a legitimidade e a longevidade de campos culturais: a existência de relação entre rotinas sociais locais e o objeto cultural em questão; a formação de enlaces interorganizacionais

1 Doutorando, Universidade Federal da Bahia, Brasil - brunoccl@hotmail.com.

2 Doutor, Universidade Federal do Ceará, Brasil - cabral@ufc.br.

3 Doutor, Fundação Getúlio Vargas, Brasil - rodrigo.bandeira.demello@fgv.br.

4 Doutora, Universidade Federal do Ceará, Brasil - naiula@ufc.br.

5 Doutora, Universidade Federal do Ceará, Brasil - smsantos@ufc.br.

que evidenciem parcerias com ganhos multilaterais com micro e pequenas empresas, especialmente àquelas relacionadas ao turismo local; e a ocorrência de isomorfismos miméticos que possibilitem a multiplicação de estruturas e práticas legitimadas.

Palavras-chave: Teoria Institucional. Campo Cultural. Campo do Humor.

ABSTRACT

This paper analyzes the process of institutionalization of a cultural field that presents institutional longevity, without showing dependence on public or private macro-players in terms of its governance and economic sustainability, becoming an exception to the condition of dependence commonly presented in previous empirical studies on the institutionalization of cultural organizations in Brazil. The topic in question is the field of humor in the state of Ceará, examining the evolution of its process of institutionalization in light of the Tolbert and Zucker model (1999) and factors indicated by institutional theorists as influential in this process. This is an exploratory and descriptive, qualitative study. Fifteen interviews were conducted with organizational representatives participating in the field. The results indicate that even without presenting concentrated governance (government or business), or a high level of formalization of relations and standards, the field is in an intermediate stage of its institutionalization process, towards its sedimentation. Based on analysis of the field of humor in Ceará, the following are inferred as factors that enhance the legitimacy and longevity of cultural fields: the existence of relationship between local social routines and the cultural object in question; the formation of inter-organizational links that demonstrate partnerships with multilateral gains from micro and small enterprises, especially those related to local tourism; and the occurrence of mimetic isomorphisms that enable multiplication of structures and legitimated practices.

Keywords: Institutional theory. Cultural field. Field of Humor.

RESUMEN

En este trabajo se analiza el proceso de institucionalización de un campo relacionado a la cultura que presenta longevidad institucional sin mostrar dependencia de macroactores públicos o privados en relación a su gobernanza y a su sostenibilidad económica, configurándose como excepción a la condición de dependencia comúnmente planteada en estudios empíricos anteriores de la institucionalización de organizaciones culturales en Brasil. Se trata del campo del humor en el Estado de Ceará, cuya evolución en su proceso de institucionalización fue analizada a la luz del modelo de Tolbert y Zucker (1999) y de factores señalados por teóricos institucionales como influyentes en este proceso. Se trata de una investigación exploratoria y descriptiva de naturaleza cualitativa, con la realización de quince entrevistas con representantes organizacionales participantes de este campo. Los resultados indican que, aun sin presentar gobernanza concentrada (gubernamental o empresarial) y nivel alto de formalización de relaciones y normas, el campo está en fase intermedia en su proceso de institucionalización en dirección a su sedimentación. A partir del análisis del campo del humor en Ceará, se infieren como factores que potencializan la legitimidad y la longevidad de campos culturales: la existencia de una relación entre

las rutinas sociales locales y el objeto cultural en cuestión; la formación de enlaces interorganizacionales que evidencian trabajo conjunto con ganancias multilaterales con micro y pequeñas empresas, especialmente aquellas relacionadas al turismo local; y la ocurrencia de isomorfismos miméticos que posibilitan la multiplicación de estructuras y prácticas legitimadas.

Palabras clave: Teoría Institucional. Campo Cultural. Campo del Humor.

INTRODUÇÃO

A partir do ponto central da Teoria Institucional que é a consideração do ambiente institucional sobre o ambiente técnico, Meyer e Rowan (1991) afirmam que organizações que seguem a tendência de contemplar fatores cognitivos relacionados à cultura aumentam sua legitimidade e sua perspectiva de sobrevivência, independentemente da eficácia imediata das práticas e dos procedimentos adquiridos.

Conforme Almond e DeJordy (2012) existem lacunas significativas em nossa compreensão dos processos institucionais nas organizações culturais, assumindo estas como organizações voltadas à produção e à disseminação cultural. Estudos anteriores da Teoria Institucional indicam que, em campos relacionados à cultura de países emergentes, o processo de institucionalização geralmente depende da participação de atores com maiores potenciais reguladores, de governança e de patrocínio. Conforme a Unctad (2010), nos países em desenvolvimento, apesar do alto talento artístico e dos potenciais ganhos à sociedade e à economia regionais, existem poucos mecanismos que viabilizem a promoção de atividades culturais por meio de patrocínios de fundações, empresas ou subsídios governamentais. No Brasil, essa realidade é ratificada por estudos como o de Ferreira *et al.* (2009), Carrieri *et al.* (2008), Campos (2007) e Pimentel *et al.* (2006), que indicam que na institucionalização de organizações culturais é recorrente a dependência destas aos subsídios estatais ou aos patrocínios seletivos, ou seja, de atores cujo porte e poder se destacam perante os demais.

Ressalta-se, porém, que as iniciativas do poder público fomentam e articulam capitais sociais previamente existentes e capazes de conformar redes interorganizacionais que emergem das relações imbricadas de diversos modos: bilateral-multilaterais, homogêneo-heterogêneos ou, ainda, formal-informais (NOHRIA, 1992).

Dada predominância dessa dependência, Tolbert e Zucker (1999) ressaltam a relevância para a Teoria Institucional em investigar os processos de institucionalização de campos onde não predominaram pressões de macroatores, geralmente o estado, que exercem também alguns elementos coercitivos.

Por não se enquadrar na predominância de governança, regulação e patrocínio de macroatores, o processo de institucionalização do campo do humor no estado do Ceará é um fenômeno cuja investigação torna-se relevante para compreensão da

institucionalização em atividades relacionadas à cultura. A origem e a evolução desse campo estão centradas em costumes populares, nos esforços conjuntos de humoristas e pequenos empreendimentos da iniciativa privada, especialmente nos espaços de bares, restaurantes, pizzarias e teatros. Ao objetivar a legitimidade e a longevidade social por meio da valorização de crenças, valores, símbolos, ou seja, elementos subjetivos, os atores do campo do humor no Ceará realizam, desde a década de 1980, com seus enlaces interorganizacionais, o processo de institucionalização desse campo organizacional, sob a perspectiva de que campos são redes de relacionamentos, “que emergem como ambientes estruturados e estruturantes para organizações e participantes individuais” (WHITE; OWEN-SMITH; MOODY; POWELL, 2004, p. 97).

Apesar de registros literários indicarem raízes sociais históricas da imersão do humor na cultura cearense desde o século XVIII (BRÍGIDO, 1900), ressalta-se que a partir da década de 1980 esse campo se configurou como um negócio, de forma resistente e contínua, iniciado pelas relações de parcerias entre artistas humoristas e proprietários de bares e restaurantes de Fortaleza.

O crescente número de eventos de humor na noite de Fortaleza e no interior do Estado, o reconhecimento de humoristas cearenses em âmbito nacional, a inclusão de *shows* de humor nos roteiros turísticos de visitantes do estado, o funcionamento dos únicos teatros no Brasil voltados exclusivamente ao humor (Teatro Chico Anysio e Teatro do Humor Cearense), a criação do Museu Chico Anysio, dentre outros fatores, caracterizam a estruturação do campo, evidenciando que essa atividade profissional, aparentemente individual, envolve diferentes atores – empresas de produção de eventos de humor, fórum e associações ligados ao humorismo, teatros, bares, restaurantes, pizzarias, barracas de praia, *shoppings*, hotéis, órgãos governamentais, turistas, agências de viagens, guias turísticos, taxistas profissionais ligados à cenografia, à maquiagem, aos serviços de som, dentre outros interessados que formam um campo gerador de riqueza cultural.

Em primeira análise, à luz do modelo de processo de institucionalização, de Tolbert e Zucker (1999), este estudo torna possível compreender o contexto de formação do campo do humor como negócio, além de identificar as forças causais e as reações organizacionais que potencializaram o desenvolvimento do processo de institucionalização. Em um segundo momento analítico, a partir da consideração de indicadores de institucionalização e de variáveis moderadoras, compreendem-se as relações formadas por enlaces interorganizacionais, isomorfismos, hábitos e rotinas sociais entendidos como legítimos no campo. Esses dois eixos atendem ao objetivo geral de analisar o processo de institucionalização do campo do humor no Ceará que ocorre sem a dependência da governança e dos subsídios governamentais ou de atores de maior porte.

Para isto, a presente pesquisa qualitativa analisou, por meio de entrevistas e análise documental, as participações dos atores organizacionais nas etapas do processo de formação e institucionalização do campo humorístico no Ceará.

Além desta introdução, este trabalho é composto pela seção de referencial teórico em que são discutidas as temáticas Teoria Institucional e Organizações Culturais. Em seguida, são compreendidos os procedimentos metodológicos aplicados neste estudo. A quarta seção aborda a análise dos resultados, enquanto a última traz as considerações finais e apresenta sugestões para pesquisas futuras.

REFERENCIAL TEÓRICO

Teoria Institucional

A Teoria Institucional, objeto de estudo deste trabalho, como provável abordagem dominante nos estudos organizacionais (GREENWOOD *et al.*, 2008; LAWRENCE; SUDABBY; LECA, 2011), é uma das abordagens da Administração advindas das ciências sociológicas, políticas e econômicas, que busca incorporar em suas proposições a ideia de instituições e de padrões de comportamento, de normas e de valores, de crenças e de pressupostos, nos quais se inserem indivíduos, grupos e organizações (MACHADO-DA-SILVA; GONÇALVES, 1999; ROSSETTO; ROSSETTO, 2005).

Ao contrário da perspectiva do ambiente técnico em que as organizações concentram atenção em proteger seus processos centrais das perturbações ambientais, a vertente institucional destaca um ambiente caracterizado pela atenção à legitimidade e à aceitação da organização perante os demais membros do campo ao qual está inserida por meio de adequações aos valores socialmente e culturalmente compartilhados (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2006).

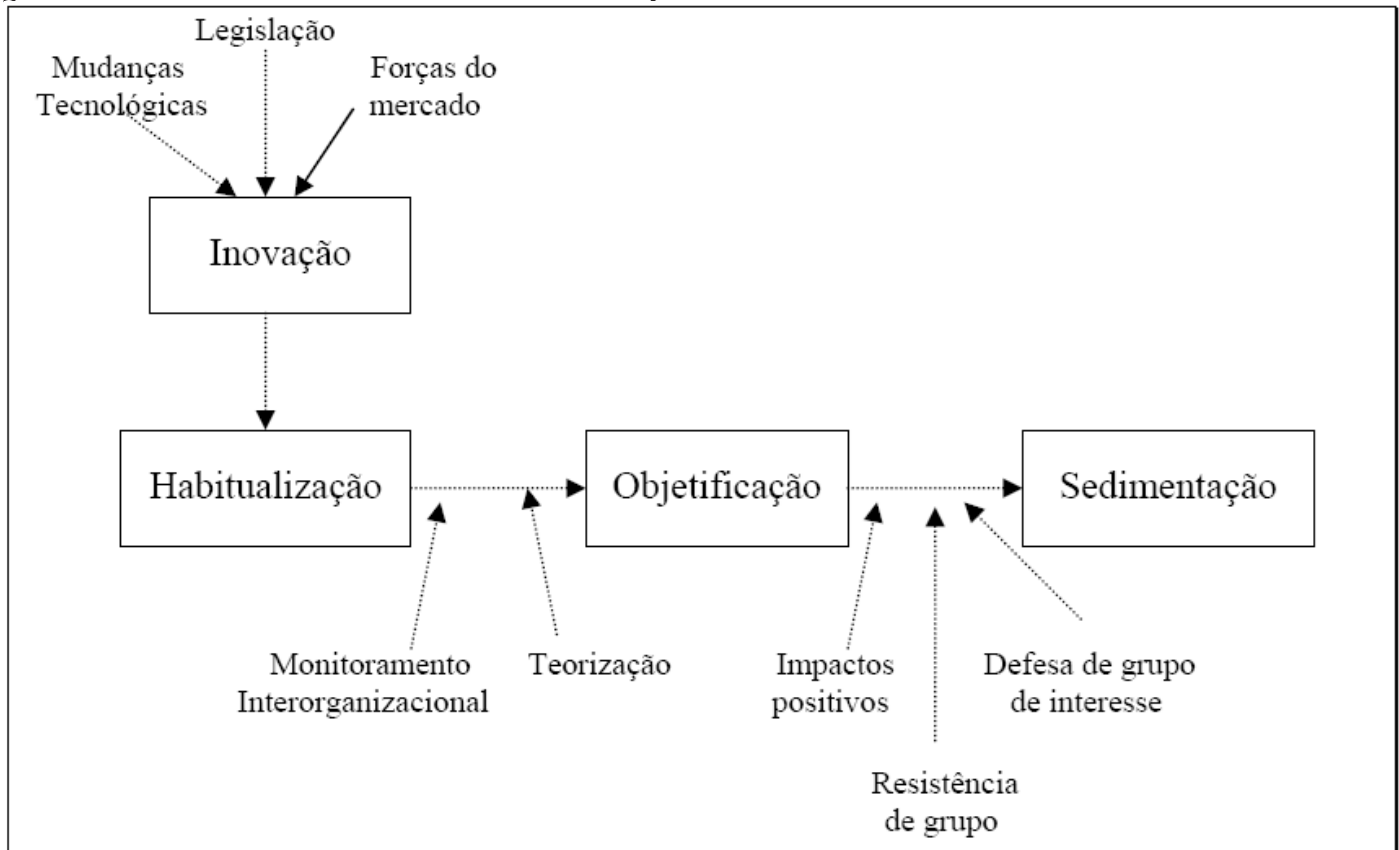
Uma organização é dita legítima, então, na medida em que seus meios e seus fins estão em conformidade com normas, valores e expectativas sociais (ASHFORT; GIBBS, 1990). A busca pela legitimidade é uma fonte impulsionadora para a adoção de práticas institucionalizadas (ALPAY *et al.*, 2008).

Processo de Institucionalização à Luz do Modelo de Tolbert e Zucker (1999)

A institucionalização não é um fenômeno instantâneo que se configura em um curtíssimo espaço de tempo por meio de exclusivas vontades individuais e aleatórias dentre as organizações. É, para Berger e Luckmann (2005), um processo que se desenrola historicamente, sendo sustentado pela legitimidade de seus elementos constituintes.

Tolbert e Zucker (1999) indicam que, a partir de um contexto de existência de forças causais críticas, se configuram os processos inerentes à institucionalização. Inicialmente, perante as primeiras forças, atividades inovativas são desenvolvidas gerando uma gradação de fases do processo de institucionalização/estruturação do campo: habitualização, objetivação e sedimentação, de acordo com a Figura 1.

Figura 1 – Processos inerentes à institucionalização.



Fonte: Tolbert e Zucker (1999, p. 207).

O processo de habitualização indica a formação de novos arranjos estruturais em resposta a problemas organizacionais específicos e à formalização desses arranjos em políticas e procedimentos de organizações que encontrem problemas em comum. Neste estágio, há o desenvolvimento de estruturas de organizações similares que, mesmo que em pequeno número, de maneira independente, podem adotar semelhantes inovações por estarem submetidas a circunstâncias parecidas, estimuladas por forças causais, tais como mudanças tecnológicas, legislação e forças de mercado (TOLBERT; ZUCKER, 1999).

A Objetificação, de acordo com Tolbert e Zucker (1999), em um significado de semi-institucionalização, está relacionada com a difusão da estrutura criada anteriormente, entretanto, nesse estágio há valorização da estrutura e da sua crescente adoção nas organizações, assumindo um caráter mais permanente e disseminado, tendo como fonte as duas forças causais: o monitoramento interorganizacional em que, a partir de evidências diversas, as organizações avaliam riscos de novas estruturas, monitorando competidores; e a teorização, em que, a partir um problema organizacional genérico, um arranjo estrutural é justificado como solução para o problema com bases lógicas e empíricas.

No estágio de Sedimentação, as estruturas se perpetuam. Essa última fase representa "um processo que fundamentalmente se apóia na continuidade histórica da estrutura e, especialmente, em sua sobrevivência pelas várias gerações

de membros da organização” (TOLBERT; ZUCKER, 1999, p. 209). Destaca-se a presença dos três fatores críticos: impactos positivos, como resultados efetivos relacionados à adoção da estrutura; a resistência de grupo, exercida por pessoas que são contrárias à estrutura por serem afetadas adversamente por ela; e, em contrapartida, a defesa de grupo de interesse, representado por pessoas beneficiadas pelas mudanças na estrutura.

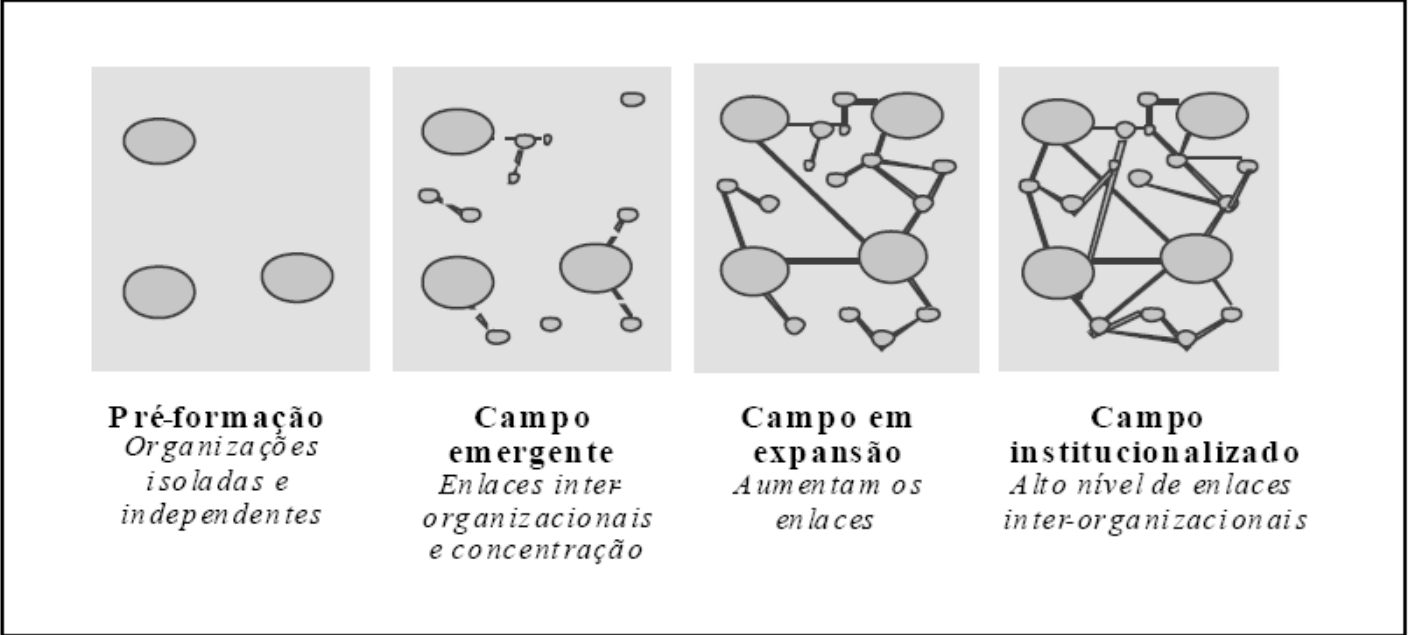
Rotinas, Enlaces Interorganizacionais e Isomorfismos

Desde a década de 1970, teóricos institucionais apontaram diversas características pertencentes aos campos organizacionais que se configuraram como indicadores de institucionalização. Neste estudo, ressaltam-se as rotinas (DIMAGGIO; POWELL, 1991), os enlaces interorganizacionais e os isomorfismos institucionais (SCOTT, 1995; DIMAGGIO; POWELL, 1983). De acordo com esses teóricos, quanto maior a presença dessas variáveis mencionadas, mais avançado está o processo de institucionalização.

Quanto às rotinas, o Novo Institucionalismo as indica como predominância cognitiva juntamente com as classificações, os *scripts* e os esquemas, fatores ordenados por hábitos e ações práticas que permeiam o campo. Assumindo hábitos como comportamentos e procedimentos repetitivos, rotina é o mecanismo mantenedor de tais hábitos (POWELL; DIMAGGIO, 1991).

Os enlaces interorganizacionais são conformados no decorrer do processo histórico de formação e estruturação/institucionalização do campo organizacional em que é possível identificar fases distintas que caracterizam os momentos gradativos. Holanda (2003) apresenta formas de classificação de etapas do processo mencionado, como demonstrado na Figura 2. Considera que, no seu estágio inicial, um campo organizacional está composto por organizações isoladas e especializadas. Com o passar do tempo, o campo vai se estruturando e as organizações reconhecem a importância umas das outras, estreitando relacionamentos e aumentando a interação, ou seja, há uma tendência de moverem-se em direção à semelhança à medida que o campo vai se estruturando e passando para as etapas seguintes de formação. O que define a transição para uma etapa adiante é o nível de enlaces entre as organizações (HOLANDA, 2003).

Figura 2 – Etapas de formação de um campo organizacional



Fonte: Holanda (2003).

O isomorfismo institucional, representado pelas semelhanças nas diversas formas do campo, é subdividido em três diferentes mecanismos: coercitivo (organizações dependentes sob coação das mais fortes), mimético (cópia das melhores práticas) e normativo (formas comuns de interpretação e ação, profissionalização) (SCOTT, 1995; DIMAGGIO; POWELL, 1983). Para este estudo, destaca-se a análise do mecanismo coercitivo, que, conforme Holanda (2003, p. 34), “se refere à pressão externa que é exercida sobre as organizações para que elas adotem procedimentos e/ou técnicas semelhantes”. A ênfase nesse mecanismo conota a existência de diferentes forças de poder e influência dentre os atores do campo. É um mecanismo que aborda a influência política em um ambiente cujas organizações mais fortes forçam outros atores da cadeia a adotar práticas semelhantes às suas (VENTURA, 2005). Dimaggio (1991) aponta que a realização de transações com o Estado, a dependência de uma única fonte de recursos e a limitação do número de organizações no campo favorecem a institucionalização por meio do isomorfismo.

Variáveis Moderadoras do Processo de Institucionalização

Cunha, Passador e Passador (2011) afirmam em seu estudo de categorização de redes interorganizacionais que o nível de institucionalização está diretamente relacionado às variáveis: natureza de governança e formalização de relações e normas.

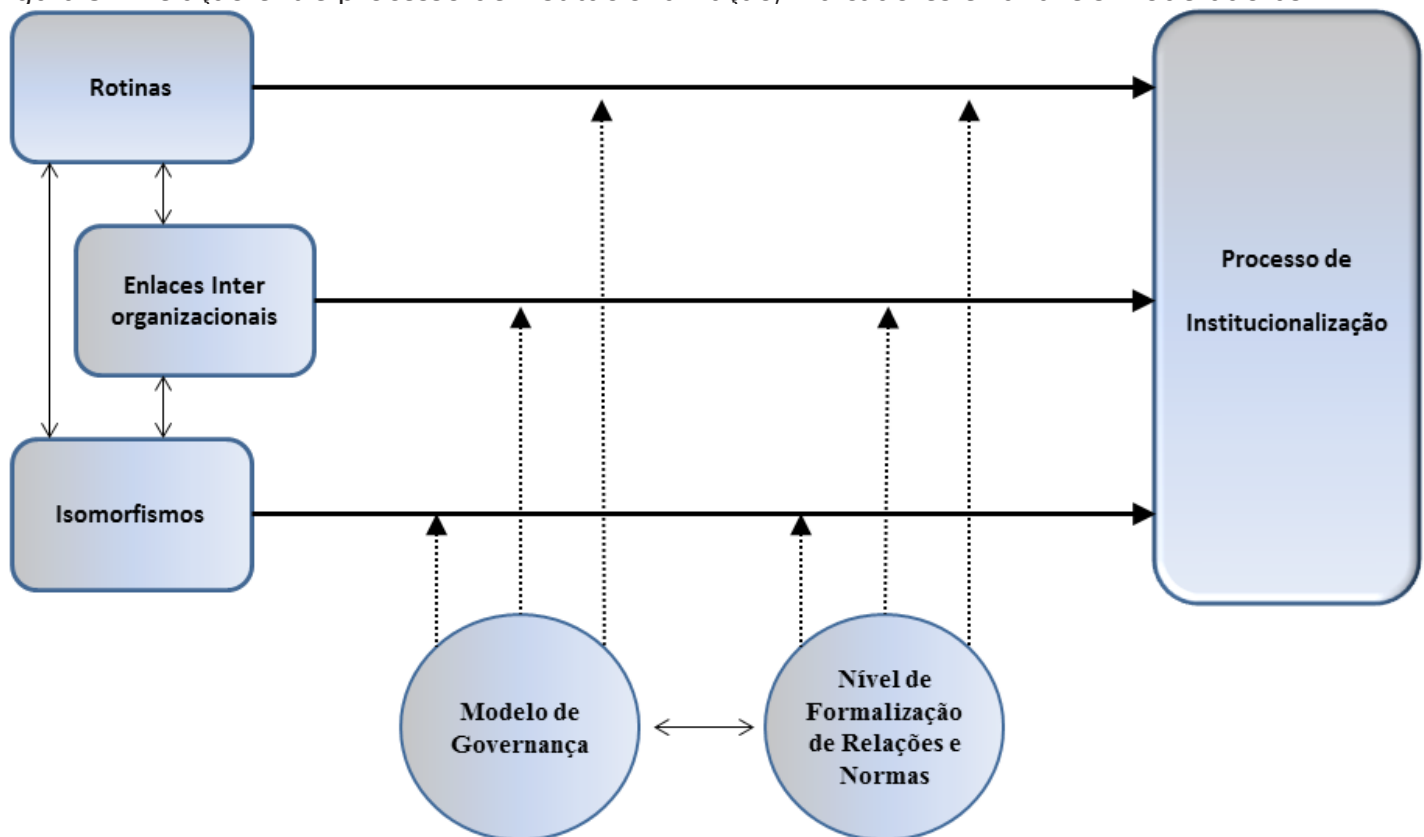
A governança pode definir os padrões de institucionalização da rede (CUNHA; PASSADOR; PASSADOR, 2011). Os autores mencionam os três modelos de governança propostos por Provan e Kenis (2008): (1) auto-organização, em que não existe a governança concentrada em um agente e as relações entre organizações

ocorrem conforme a institucionalização social da rede; (2) presença de organização central líder que concentra e coordena as ações, exercendo poder e influência sobre os demais membros da rede; e (3) presença de uma entidade administrativa autônoma, intermediária, que realiza a gestão de forma mais profissional.

Quanto à formalização das relações e normas da rede, Grandori e Soda (1995) afirmam que redes com orientação social, mais informal, tendem a um menor grau de institucionalização, enquanto aquelas mais burocratizadas, com relações mais formais, tendem a um maior nível de institucionalização. Contudo, a formalização é compreendida como um fenômeno gradativo e não dicotômico (CUNHA; PASSADOR; PASSADOR, 2011).

A Figura 3 ilustra a influência de moderação das variáveis modelo de governança e nível de formalização de relações e normas na relação entre os indicadores (rotinas, enlases e isomorfismos) e o processo de institucionalização.

Figura 3 – Relação entre processo de institucionalização, indicadores e variáveis moderadoras



Fonte: Elaborada pelos autores com base em Dimaggio e Powell (1983), Dimaggio e Powell (1991), Scott (1995) e Cunha, Passador e Passador (2011).

Os fatores rotinas, enlases interorganizacionais e isomorfismos são apresentados na Figura 3 como variáveis independentes que se relacionam com a variável dependente processo de institucionalização. Contudo, a relação entre essas variáveis sofre influência de força e de direção das variáveis moderadoras: modelo de governança e do nível de formalização de relações e normas. Assume-se como

variável moderadora, segundo Baron e Kenny (1986), uma variável qualitativa ou quantitativa que afeta a direção e/ou a força da relação entre a variável independente e a variável dependente.

Devido o processo de institucionalização ocorrer em um ambiente de valorização a elementos cognitivos, simbólicos e intangíveis, ressaltam-se nesse contexto organizações relacionadas à cultura e à criatividade. A vida institucional é, para Mohr e White (2008), organizada em torno de redes culturais, estruturas relacionais em que os significados de valores, histórias e retóricas se configuram juntos em várias configurações estruturadas.

Organizações Culturais e sua Relação de Dependência com Macroatores

Assumem-se como organizações culturais aquelas voltadas à produção e à disseminação cultural. Para Leão Jr. (2003), são organizações cujos objetivos sociais e conservacionistas visam à manutenção e à restauração de bens de interesse público, assim como dos valores culturais procurando corresponder à produção daquilo que é entendido como um bem requerido pela sociedade. Sob ponto de vista funcional, Throsby (2001) ressalta que organizações ligadas à cultura se direcionam à produção e ao consumo de bens culturais, que passam a ser tratados como mercadorias e revelam as questões de demanda e oferta, mercado e distribuição. Dentre os tipos de organizações culturais classificadas por Dimaggio (1982), destacam-se, neste estudo, aquelas organizações culturais estruturadas empresarialmente com finalidade de lucro, cuja sustentabilidade econômica se dá por meio de receitas obtidas dos seus espetáculos e produções.

No Brasil, na matriz atual, há o predomínio pela manutenção da dependência das organizações culturais aos insuficientes subsídios estatais ou aos macropatrocínios seletivos (FERREIRA et al., 2009; HOFFMANN; DELLAGNELO, 2007; GOULART; MENEZES; GONÇALVES, 2003). Conforme a Unctad (2010), as atividades culturais e criativas, em países em desenvolvimento, como o Brasil, recebem poucos patrocínios de fundações, empresas ou subsídios governamentais, apesar do alto talento artístico reconhecido e dos potenciais ganhos à sociedade, à cultura e à economia regionais.

Embora o Estado brasileiro sempre tenha sido o principal financiador, organizador e motivador do setor cultural, progressivamente, aumenta o espaço à iniciativa de financiamento e empreendimento da cultura ao setor empresarial (GOULART; MENEZES; GONÇALVES, 2003). Contudo, Barbalho e Gadelha (2013) identificam ineficiências nos resultados do programa governamental de incentivo à cultura pela participação privada. Trata-se do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) que, instituído pela Lei Rouanet (Lei 8.313/1991), possibilita concessões fiscais a empresas que apóiam propostas de projetos culturais previamente aceitas pelo Ministério da Cultura. Dentre as ineficiências e as distorções mencionadas por Barbalho e Gadelha (2013) estão: o foco de o patrocínio cultural estar na esfera privada, privilegiando projetos que agreguem maior valor de imagem mercadológica à empresa e não de

maior valor cultural; e a concentração de projetos na região sudeste que captou, em 2011, 79,9% dos recursos, em detrimento das regiões Sul (11,2%), Nordeste (5,3%), Centro Oeste (3%) e Norte (0,7%).

Apesar das insuficiências e das distorções de patrocínios financeiros indicadas por Barbalho e Gadelha (2013), há recorrência da influência estatal, além de aspectos financeiros nas organizações culturais no Brasil. Tal influência foi verificada em estudos como Carrieri et al. (2007), Pimentel et al. (2006), Hoffmann e Dellagnelo (2007), Goulart, Menezes e Gonçalves (2003), Leão Júnior (2003), Gameiro, Menezes e Carvalho (2003). A participação governamental influencia na governança dessas organizações por meio de financiamentos, regulações, controle administrativo ou por concessão de espaços públicos, tais como a Feira *Hippie* (CARRIERI et al., 2008) e o Mercado Central (PIMENTEL et al., 2006). Na Feira *Hippie*, o poder coercitivo do estado foi fundamental nos primeiros anos do processo de institucionalização, modificando, inclusive, o nome evento. No Mercado Central, o estudo de Pimentel et al. (2006) evidenciou elevada influência do poder público nas fases de institucionalização e des-institucionalização do campo. A re-institucionalização desse campo somente se deu a partir da superação da influência estatal por meio da ação de um grupo hegemônico de comerciantes locais que promoveram sustentação ao mercado como um espaço cultural.

Em congruência com a análise de Pimentel et al. (2006), o estudo de Campos (2007, p.121) indica que o traço concentrador de poder político na história brasileira não permitiu que a sociedade participasse da construção das instituições do campo artístico-cultural, "ao contrário, muitas vezes ele freou iniciativas agregadoras dos diversos segmentos artístico-cultural". A autora se refere à insuficiência de estímulos financeiros e estruturais por parte do poder público, além de intervenções coercitivas que, por vezes, vão de encontro ao curso do processo de institucionalização dos campos relacionados à cultura no Brasil. O campo artístico-cultural no Brasil só se desenvolveu plenamente em estados em que há maior nível de renda, como São Paulo, devido maior potencial de consumo dos produtos e serviços artísticos (CAMPOS, 2007; BARBALHO; GADELHA, 2013).

Entretanto, Barbalho e Gadelha (2013) destacam como principal distorção das políticas públicas brasileiras, por meio do Pronac, não assegurar a continuidade os projetos culturais, uma vez que são aprovados com previsão de início, meio e fim, enquadrados em cronogramas e orçamentos finitos, resultando em incertezas quanto à gestão e à sustentabilidade desses projetos. Os autores afirmam existir regras no jogo da cultura, em que, no final da partida, automaticamente, o jogador volta para a primeira casa e inicia nova partida, praticamente do ponto zero, como construções de castelos em bancos de areia.

O objeto deste estudo se diferencia frente a tal constatação de dependência e de temporalidade, pois se trata do processo de institucionalização de um campo cultural no nordeste brasileiro que mantém continuidade e longevidade há quase três décadas, sem dependências de macroatores estatais ou privados quanto à sua governança e sustentabilidade econômica.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo se configura como de natureza qualitativa ao possibilitar identificar os fatores, do ponto de vista histórico, relacionados às etapas do processo de formação e institucionalização do campo. Tal escolha é apropriada em investigações sobre fatos do passado, em estudos referentes a grupos dos quais se dispõem de pouca informação, em pesquisas dirigidas à análise de atitudes e valores, como indicadores do funcionamento de estruturas sociais (RICHARDSON, 2008), em pesquisas orientadas ao processo e ao significado e não somente com resultados e produto (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Quanto aos objetivos ou fins, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva. Quanto aos procedimentos ou meios, o trabalho configura-se como bibliográfico, documental e de campo. Seu caráter bibliográfico é caracterizado pela busca, seleção e mapeamento da literatura pertinente junto a livros, periódicos e anais de eventos, jornais e sítios oficiais na Internet que serviram de base teórica-metodológica sobre a institucionalização como um processo, especialmente em organizações culturais, considerando o humor do Ceará como campo pesquisa. Documental, ao analisar reportagens, propagandas, livretos e circulares veiculadas por organizações relacionadas ao humor cearense. E de campo, em razão do levantamento e da coleta de dados primários, por meio de 15 entrevistas junto aos principais atores que compõem o campo do humor.

Caracterização do campo e seleção dos sujeitos

Halinen e Törnroos (2005) destacam o desafio e a importância de se estabelecer limites em estudos de caso que buscam tornar uma rede de atores e seu contexto em um objeto viável de pesquisa. Para os autores, são escolhas fundamentais: delimitar o que pertence à rede relacional e seu contexto; e quais atores, dentre vários, devem ser selecionados como informantes.

O universo do campo do humor no Estado do Ceará é formado por diferentes atores organizacionais, que podem ser divididos em doze categorias que, nesta pesquisa, foram representadas pelos quinze diferentes participantes da amostra da pesquisa por meio de entrevistas. A amostra dos quinze entrevistados é formada por, no mínimo, um sujeito representante de cada uma das doze categorias. Algumas dessas doze categorias de organizações foram representadas nesta pesquisa por mais de um entrevistado, explicando assim a totalidade de quinze participantes informados no Quadro 1, que também apresenta as organizações escolhidas por critérios de tempo de atuação e acessibilidade.

Quadro 1 – Representação das doze categorias organizacionais pelos sujeitos entrevistados

CATEGORIA DE ATORES ORGANIZACIONAIS	ORGANIZAÇÃO / ATORES REPRESENTANTE	ENTREVISTADOS	CÓD. IDENT
Humoristas	Precursor na formação do campo	Paulo Diógenes (Raimundinha)	E-01
Empresas de Promoção de Eventos Humorísticos	Caminho das Pedras Produções e Eventos LTDA	Valéria Vitoriano (Rossicléa)	E-06
	Central do Riso	Vitor Nogueira – Empresário e Diretor	E-08
Fórum dos Humoristas	Fórum Cearense do Humor (FOCHUM)	Francisco Ernesto Silva (Veia Cômica) – Presidente	E-02
Associações de Humoristas	Associação dos Humoristas Cearenses (ASSO-H)	José Jader Soares (Zebrinha) - Presidente	E-03
	Associação Cearense de Humor (ASCEHUM)	Lailton Rocha Melo (Lailtinho) - Presidente	E-04
Sindicato dos Humoristas	Sindicato dos Humoristas do Ceará (SINDIHUMOR)	Cleber Fernandes (Froxilda Fofolett) – Vice-Presidente	E-05
Bares e Restaurantes com humor	Beira Mar Grill	Lailton Rocha (Lailtinho)– Promotor de <i>show</i>	E-04
	Lupus Bier	Valéria Vitoriano (Rossicléa)– promove <i>show</i>	E-06
		Lissandro Turatti – Empresário Proprietário	E-07
Teatros e Museu	Teatro Chico Anyisio e Museu do Humor Cearense	José Jader Soares (Zebrinha) - Diretor	E-03
	Teatro do Humor Cearense	Vitor Nogueira – Diretor	E-08
Emissoras de Televisão e Rádio	TV Jangadeiro	Augusto Bonequeiro –	E-09
	TV Diário e Rádio V. Mares	Cleber Fernandes (Froxilda F.)	E-05
	TV União	Amadeu Maya (Babalu)	E-10
09. Empresas Clientes	Palestras-humor em empresas.	José Jader Soares (Zebrinha) - Diretor	E-03
10. Organizações Governamentais	Secretaria de Cultura do Ceará (SECULT)	Karla Karenina (Meirinha) – humorista e ex-Assessora de Políticas Públicas para Humor	E-11
		Norma Paula–Gerente da Linguagem Humor	E-12
	Secretaria Executiva Regional III	Olinda Marques – Secretária	E-13
11. Sindicato Guias Turismo	Sind. Estadual Guias de Turismo	Flávio Alvarenga– Presidente	E-14
12. Veículo de Propag. e Antecedentes históricos	Jornalista (<i>O Povo</i>) e Pesquisador do humor no Ceará	Tarcísio Matos – Autor do livro <i>Vaiando o Sol</i>	E-15

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os sujeitos das entrevistas foram escolhidos por critérios de relevância e acessibilidade. Quanto à relevância, foram escolhidas caracterizações capazes de diferenciar os humoristas detentores de informações mais válidas e suficientes

para compreensão da institucionalização do campo: a) o maior tempo de atuação no humorismo cearense; b) o posicionamento de liderança em relação a outros humoristas, seja por representação em organizações formais ou pela influência na formação de grupos.

Procedimento na análise de dados

A análise da pesquisa bibliográfica e documental ocorreu por meio de investigação de sequência cronológica de fatos em que pessoas e lugares protagonizaram narrações em livros, *sites* e documentos das organizações relacionadas ao humor no Ceará.

Na pesquisa de campo, a análise de conteúdo das entrevistas foi feita mediante categorização realizada no roteiro de entrevistas, composto por 16 perguntas divididas em três blocos que buscaram investigar: (1) A evolução histórica e os contextos de referências que nortearam a formação do campo do humor no Ceará; (2) a participação dos principais atores sociais do campo; e (3) a configuração atual do campo e aspectos gerais de sua institucionalização, tais como valores, crenças, normas, rotinas, estruturas, recursos materiais e financeiros, problemas e desafios.

Os dados das diferentes fontes, primárias e secundárias, foram confrontados entre si buscando elucidações e confirmações dos fatos mencionados e das participações dos atores envolvidos em seu devido espaço geográfico e de tempo.

RESULTADOS

Para atender o objetivo deste estudo de analisar o processo de institucionalização de um campo relacionado à cultura não dependente de macroatores, esta seção está subdividida em duas subseções que analisam: (4.1) as fases do processo de institucionalização do campo à luz do modelo de Tolbert e Zucker (1999); e (4.2) as relações entre os indicadores e o processo de institucionalização, considerando a influência de variáveis moderadoras.

O Processo de Institucionalização do Campo do Humor no Ceará

A discussão teórica do modelo proposto por Tolbert e Zucker (1999), apresentado na Figura 1, indica as fases de habitualização, objetificação e sedimentação como sucessivas etapas do processo de institucionalização.

Fase de Habitualização do Campo do Humor no Ceará

No campo do humor no Ceará, a fase de habitualização ocorreu no contexto inicial dos *shows* de humor nas noites de Fortaleza que, desde a década de 1980, se configuram como alternativa de entretenimento aos cearenses e como atração turística. Essa primeira fase do processo foi protagonizada pela emersão das

relações entre humoristas e micros e pequenas empresas do segmento de bares e restaurantes da cidade de Fortaleza, sem quaisquer participações de macroatores públicos ou privados.

O marco inicial do movimento dos *shows* de humor no Ceará ocorreu em meados da década de 1980, quando o ator e humorista Paulo Diógenes (E-01), que protagoniza a personagem Raimundinha, foi convidado por uma empresária a representar em seu bar o mesmo personagem que protagonizava uma peça teatral de comédia. A partir dessa relação foram iniciados arranjos estruturais (fazer humor em bares e restaurantes) que viriam formar um novo campo organizacional na cultura cearense. *"Eu digo sempre que aprendi a fazer humor em bar e o público aprendeu a assistir, porque, na época, nem eu fazia, nem o público assistia (...) Mas o público teve paciência comigo, e assim começou* (E-01).

Esse contexto se relaciona ao modelo de Tolbert e Zucker (1999) que indica as forças de mercado como uma das forças que causam a inovação e, conseqüentemente, a fase de habitualização, caracterizada como fase em que novos arranjos estruturais são criados em resposta a situações organizacionais específicas. Ressalta-se que as outras duas forças causais do modelo exposto na Figura 3, mudanças tecnológicas e legislação não foram identificadas como influentes para o início do campo do humor no Ceará.

Paralelamente aos *shows* de humor de Paulo Diógenes (E-01) e Tom Cavalcante em bares, já no final da década de 1980, Falcão, Lailton Rocha (E-04), o Lailtinho Brega, Karla Karenina (E-11) e Valéria Vitoriano (E-06), a dupla Meirinha e Rossicléa, começaram a fazer humor em contextos sociais muito semelhantes, como os hábitos da juventude de fazer círculos de amigos para compartilhar brincadeiras e "molecagens", e como a realização de pequenas apresentações casuais, em universidades e comícios, em prol, muitas vezes, de causas sociais, sem pretensões prévias de constituir um movimento de humor ou de edificar uma carreira como humorista, assim como explica Karla Karenina (E-11): *"Quando a gente começou a brincar de fazer humor, era uma coisa ainda despropositada, não tínhamos muitas intenções, a gente brincava"*. A aleatoriedade das circunstâncias sociais comuns motivadoras das primeiras apresentações públicas desses artistas é outro fator que caracteriza a fase de habitualização.

A existência de um movimento de humor no Ceará começou a ser percebida após eventos como o Festival Brega no Pirata Bar e a apresentação Reunião Ministerial, que reuniu esses humoristas precursores simultaneamente no palco do Teatro São José, entre 1989 e 1990 (E-01; E-11). Assim, esses primeiros humoristas foram alcançando legitimidade perante o público cearense e perante as casas em que eram promovidos os espetáculos. Portanto, a fase inicial ocorreu sem quaisquer iniciativas e estímulos estruturais, financeiros e de governança de instituições governamentais ou de macropatrocinadores privados.

Fase de Objetificação e transição para Sedimentação do Campo do Humor no Ceará

A segunda fase de um processo de institucionalização, conforme o modelo de Tolbert e Zucker (1999), é a objetificação, caracterizada pela difusão das estruturas bem-sucedidas que deixam de ter caráter circunstanciais e passam a ser permanentes. No campo do humor no Ceará, essa realidade foi percebida com maior intensidade a partir de 1994, quando houve uma difusão quanto ao número de humoristas que ingressaram no campo buscando espaços para apresentarem seus trabalhos humorísticos. Além destes, essa fase caracterizou a inserção de organizações, tais como associações, sindicato, emissoras de rádio e televisão, secretarias estadual e municipal, agências de turismo, dentre outras, conformando enlaces interorganizacionais que foram aumentando em proporção e organização no decorrer do tempo.

A partir de notório monitoramento interorganizacional como força causal, assim como indica a fase de objetificação do modelo de Tolbert e Zucker (1999), houve grande difusão também na quantidade de empreendimentos comerciais que promoviam *shows* de humor nas noites de Fortaleza. *"De 1994 pra cá houve uma explosão de casas de show. A partir daí, as casas, vendo o retorno, começaram a fazer as suas agendas, e isso movimentou todo mundo"* (E-06). Os sucessivos festivais de humor em bares, pizzarias e *shoppings* se configuraram como oportunidades de visibilidade para muitos novos humoristas.

A difusão foi aumentando na passagem da década de 1990 para a década de 2000. Percebe-se, então, que a fase de objetificação do campo do humor no Ceará gerou impactos positivos que promoveram o crescimento do campo quanto à ampliação de enlaces interorganizacionais entre humoristas, organizações relacionadas ao turismo e ao poder público, gerando aumento da quantidade e da importância de alguns novos atores organizacionais no campo.

Nesse período, houve maiores definições de grupos de humoristas que são liderados por alguns precursores do campo e vinculados com alguma organização que sedia os espetáculos de humor. Dos grupos formados, ressaltam-se cinco:

- (1) Grupo que se apresenta na pizzaria *Lupus Bier*, formado por 10 a 15 humoristas, liderados por Valéria Vitoriano (E-06), que dirige a Produtora Caminho das Pedras e tem articulações com organizações do *trade* turístico;
- (2) Grupo que se apresenta no restaurante *Beira Mar Grill* e em barracas da Praia do Futuro, formado por, aproximadamente, 20 humoristas, liderados por Lailton Rocha (E-04), que dirige a ASCEHUM e tem articulações com *trade* turístico e secretarias do Estado do Ceará.
- (3) Grupo que se apresenta no Teatro Cearense do Humor, formado por, aproximadamente 20 humoristas, liderados por Vitor Nogueira (E-08).

Bruno C. Correia-Lima, Augusto C. A. Cabral, Rodrigo Bandeira-de-Mello,
Maria N. M. Pessoa e Sandra M. dos Santos

(4) Grupo que se apresenta no Teatro Chico Anysio, formado por, mais de 40 humoristas, liderados por Jader Soares (E-03), que dirige também a ASSO-H e promove enlances com FOCHUM e secretarias estaduais e municipais.

(5) Grupo que apresenta, em rádios e televisões locais, programas de humor, tais como *Nas Garras da Patrulha*, *Beco do Riso*, *Vila do Riso*, *Botando Boneco*, *Autarquias do Humor*, etc., que alcançaram prestígio social ao fazer humor satirizando hábitos, comportamentos e linguagens tipicamente cearenses.

Contudo, a difusão também possibilitou o surgimento de dificuldades que motivaram resistências diversas entre os próprios humoristas quanto a estruturas e comportamentos que surgiram como tentativas de competitividade. Buscando resistir à acirrada competição mercadológica ocasionada pela difusão no campo, humoristas e organizações promoverem alguns comportamentos, hábitos e estruturas diferenciados em relação àqueles do início da formação do campo. Valéria Vitoriano afirma que *"Há problemas pelo uso indevido de nomes, pela falta de ética, falta do piso e do teto de preço de show, humor a qualquer preço, fazer rir a qualquer custo"* (E-06).

O modelo teórico de Tolbert e Zucker (1999) enfatiza que, entre a fase de habitualização, caracterizada pelos arranjos inovadores e bem-sucedidos, e a fase de objetificação, caracterizada pela larga difusão das estruturas, existem duas forças a serem consideradas: o monitoramento interorganizacional e a teorização. A primeira é enfaticamente explícita no campo do humor no Ceará, entretanto a segunda é pouco expressiva quanto à sua formalização. Ou seja, observa-se que os arranjos estruturais bem-sucedidos do final da década de 1980 e início da década de 1990 foram sendo disseminados sem antes terem sido *teorizados* formalmente. Crenças, normas e valores, nesse período inicial, apesar de existentes, são percebidos como incipientes, imaturos e não unânimes. Ressalta-se que alguns grupos formalizam contratações de alguns humoristas para com as empresas que promovem e sediam os *shows*. Contudo, em uma perspectiva interorganizacional mais ampla, não houve uma teorização formal, documental que assegurasse definições de parâmetros, limites e fronteiras de estruturas e comportamentos, dificultando assim a institucionalização do campo.

Com base nessas caracterizações mencionadas na fase de objetificação, é possível afirmar que o campo do humor no Ceará está avançando para o estágio de sedimentação, entretanto ainda não está nesta fase. O avanço é identificado pela existência de resistências e de respostas às resistências, entretanto não é possível estabelecer com clareza quais são os aspectos estruturais e comportamentais formalmente legitimados no campo, pelo baixo grau de teorização formal já mencionado. Logo, essas resistências se configuram como discordâncias e críticas a alguns arranjos estabelecidos, entretanto, muitos se configuram como meios de competitividade que, na opinião de uns, são legítimos, na visão de outros, são reprováveis.

Relações entre indicadores de institucionalização e variáveis mediadoras no campo do humor no Ceará

Dos indicadores de institucionalização discutidos na Teoria Institucional, este estudo centrou sua discussão em três fatores que conformaram o avanço do processo de institucionalização descrito na subseção 4.1, são eles: rotinas, enlaces interorganizacionais e isomorfismos. Ademais, na subseção 4.2.2, serão analisadas as participações das variáveis moderadoras natureza de governança e formalização de relações e normas.

Indicadores de institucionalização do campo do humor no Ceará

Assumindo rotinas como mecanismo mantenedor de hábitos, é percebido que o campo do humor no Ceará avançou em seu processo de institucionalização, evidenciando rotinas internas e também sendo favorecido por rotinas socioculturais cearenses.

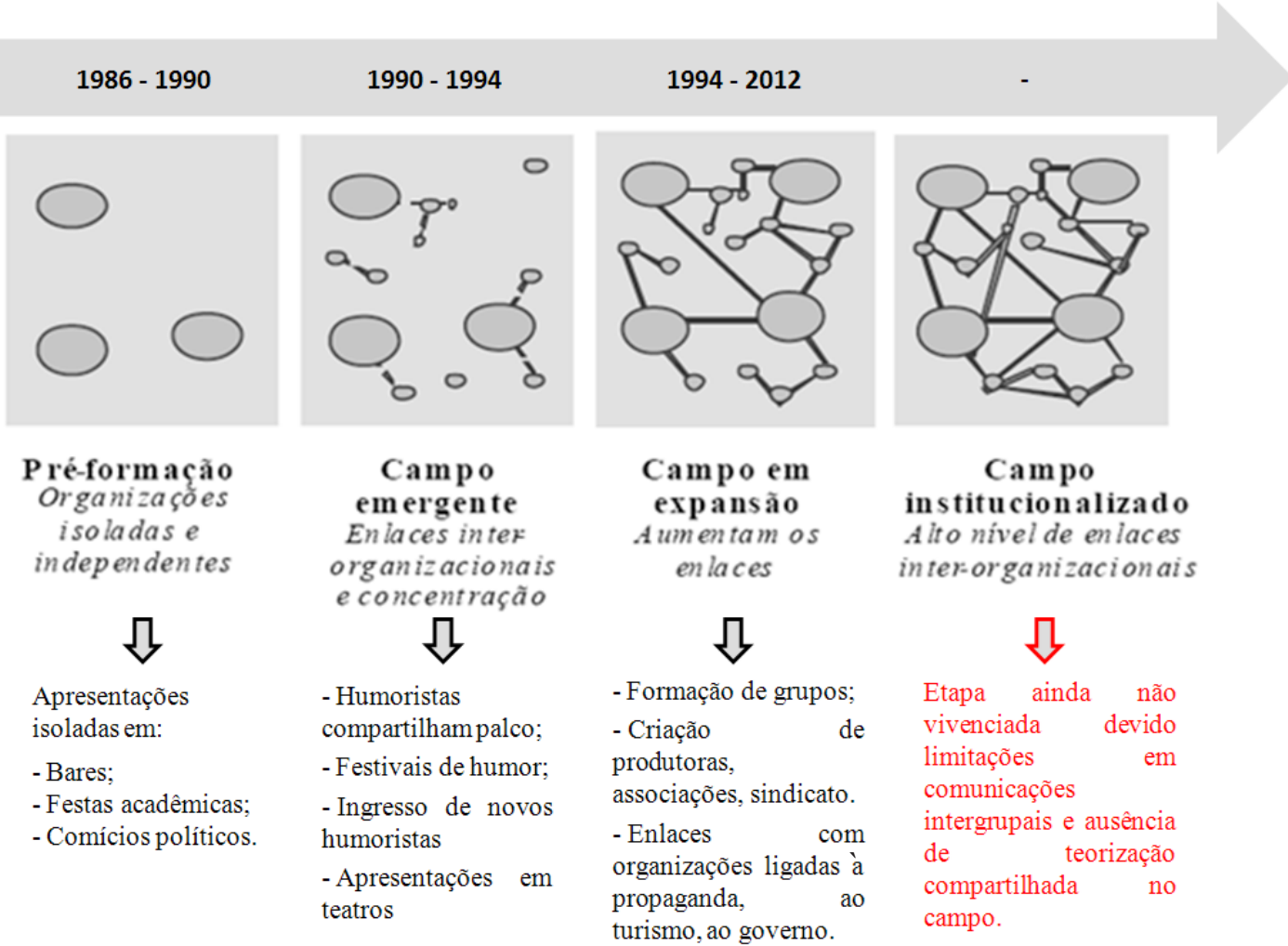
Quanto às rotinas internas do campo, foi percebida sua intensa presença inserida nos contextos dos eventos, tais como: palcos simples e pequenos; sons; espaço para preparação de figurinos; simultaneidade com o funcionamento habitual dos bares e restaurantes; tempo de apresentação de cada humorista; preços de cachê, *couvert* artístico ou ingresso. *"Quando você faz um show você faz a sua perfumaria, eu tenho o meu cenário, a minha luz, fazer tudo uma unidade. Tem toda uma costura, uma abertura, um fechamento, tem gente pra controlar o tempo"* (E-06).

Foram destacadas pelos entrevistados algumas rotinas sociais que favoreceram a legitimação e a longevidade do campo, como, por exemplo, a rotina de degustar caranguejos em dias de quinta-feira. Muitos empreendimentos associaram *shows* de humor e consumo de caranguejo.

Também como rotina social, entrevistados afirmaram existir na cultura cearense uma disposição forte e positiva ao humor. Karla Karenina (E-11) acredita que *"o humor é uma manifestação da alma do cearense espontaneamente reconhecida (..) a gente traz o riso na cara o tempo todo, mesmo quando a gente está chorando por dentro"*. Tarcísio Matos (E-15) reforça a crença na existência dessa rotina social no Ceará *"Ao invés de se entristecer com o sofrimento de uma serie de adversidades, o cearense faz humor"*. Essa disposição sociocultural cearense ao humor contribui com a aproximação e legitimação do campo junto ao público cearense, fortalece o vínculo do humor como elemento da identidade cultural cearense junto ao público turista e, por fim, contribui para entrada humoristas e outros participantes no campo. Segundo Paulo Diógenes (E-01): *"a gente [humoristas] representa o povo cearense"* (E-01).

Quanto aos enlaces interorganizacionais, apresenta-se como um forte indicador de avanço na institucionalização do campo, especialmente após década de 2000, conforme descrito na subseção de 4.1. Para sintetizar as informações do processo de estruturação do campo do humor, a Figura 4 ilustra a associação entre a evolução dos enlaces interorganizacionais propostos por Holanda (2003) e os fatos ocorridos campo pesquisado.

Figura 4 – Etapas de enlaces interorganizacionais no campo do humor no Ceará



Fonte: Adaptada de Holanda (2003).

Alguns membros precursores do campo, com maior prestígio e legitimidade social, promoveram algumas diferenciações ao articular enlaces interorganizacionais voltados, principalmente, ao público turista. *“Existem enlaces: Se você compra uma passagem lá no Rio Grande do Sul, já vem fechado com show de humor. 90% das casas do trecho turísticos aqui fazem parcerias com guias, recepcionistas de hotel e com taxistas também”* (E-08).

Os enlaces são formados de acordo com os interesses, legitimidade e recursos inerentes a cada um dos grupos mencionados na subseção 4.1. Vitor Nogueira (E-08) explica que as relações dos grupos de humoristas com as diversas organizações que compõem o campo são conformadas pelas lógicas de mercado, tempo e legitimidade no campo. *“Quem faz show em determinadas casas está em um patamar acima, o outro já não está, pois está ocupando um outro espaço, porque está no começo. Então, é mercado, tudo meio que se ajusta* (E-08).

Dos três tipos de isomorfismos diferenciados por Dimaggio e Powell (1991), destaca-se no campo do humor a presença do isomorfismo mimético nas estruturas, procedimentos, caracterização dos personagens e até no conteúdo dos textos. *“Normalmente o cara que está chegando se espelha em alguém”* (E-08). O

mimetismo de conteúdos e personagens, apesar de existir, é ilegítimo por alguns dos participantes do campo, assim como afirma Jader Soares (E-03): *"Cada um acredita na sua forma. Uns acreditam na forma do colega e dá uma copiada. Copiar, não! Tem que criar um estilo"*.

Ressalta-se a ausência do isomorfismo coercitivo no campo do humor que não recebeu imposições ou estímulos estatais, legislativos ou por coação de algum participante com supremacia de poder. Apesar de Dimaggio (1991) indicar que a realização de transações com o Estado e a dependência de uma única fonte de recursos estimulam o processo de institucionalização por meio do isomorfismo, o campo do humor avançou em seu processo de institucionalização sem a apresentar essas características. Conforme os entrevistados, as transações com organizações vinculadas ao Estado do Ceará e à Prefeitura de Fortaleza foram tardias e pouco ou nada representativas na evolução histórica do campo. *"Somente depois de 2010, foi a primeira vez que o humor foi incluído nas linguagens artísticas do Estado. O relacionamento não é estreito"* (E-11). O relato de Ernesto Silva (E-02) reforça o pequeno nível da participação estatal: *"O Estado e o Município precisam dar retorno para que os humoristas executem seus trabalhos com mais qualidade"* (E-02).

Variáveis moderadoras e suas influências no processo de institucionalização do campo do humor no Ceará

As variáveis moderadoras das relações interorganizacionais indicadas por Cunha, Passador e Passador (2011) e analisadas neste estudo foram: natureza de governança e formalização das relações e das normas.

Quanto à natureza de governança, as relações interorganizacionais no campo do humor no Ceará emergiram e se conformaram por meio do modelo de auto-organização, em que não existe a governança concentrada em um agente e as relações entre organizações ocorrem conforme a institucionalização social. O relato de Ernesto Silva (E-02) mostra que a governança no campo do humor foi desconcentrada entre os grupos de humoristas, seus líderes e organizações parceiras: *"Hoje o humor [no Ceará] é feito de grupos que, cada um nas suas instâncias, consegue fazer o que chamamos de humor no Ceará. Está organizado por conta desses grupos"* (E-02).

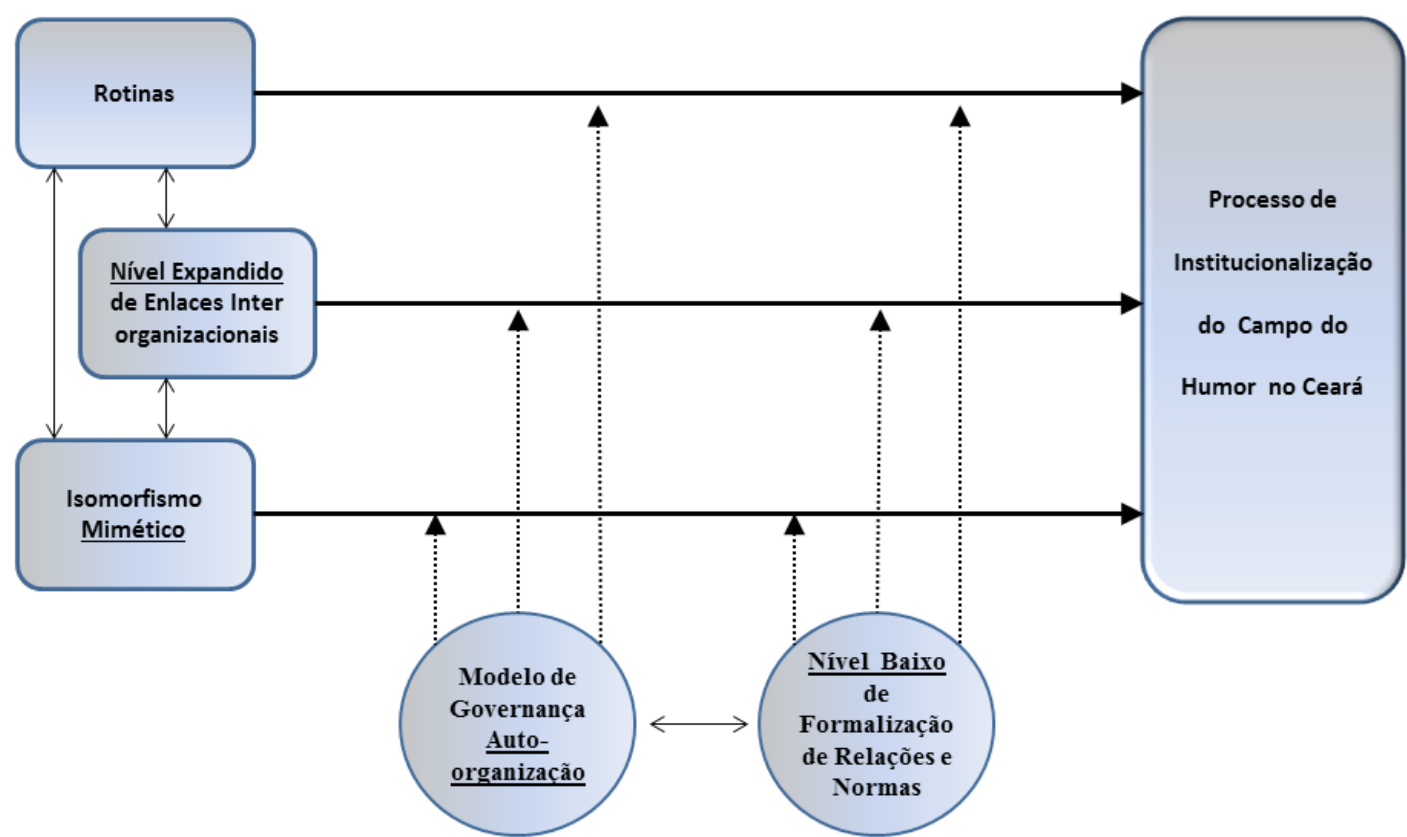
Não houve concentração de governança em um único macroator público ou privado. A participação governamental no campo se deu quase duas décadas após seu início e se resumiu à disponibilização de pequenos recursos por meio de editais de cultura, parceria com grupo seletivo de humoristas em projetos de divulgação e contratações para *shows* de humor de caráter educativo em comunidades carentes e escolas municipais. Logo, o poder público nunca exerceu papel protagonista na governança do campo, seja em aspectos de regulamentação ou em aspectos financeiros.

A variável formalização de relações e normas indicada por Cunha, Passador e Passador (2011) se relaciona à força crítica teorização do modelo de Tolbert e Zucker (1999) já analisado na seção 4.1.2 deste estudo. Ressalta-se que, embora existam

algumas relações contratuais entre humoristas e empresários que delimitam alguns aspectos profissionais, o campo é caracterizado pelo pequeno nível de normas de condutas formalmente comuns entre indivíduos, grupos e organizações. Ao refletir acerca de condutas contestadas no campo, Karla Karenina (E-11) afirma a necessidade de maior nível de formalização para avançar no processo de institucionalização. *“Não tem como fiscalizar, não tem um órgão. Por isso a tentativa de se fazer um fórum, um sindicato, uma coisa que tenha normas, existe a necessidade de institucionalizar”*.

A Figura 5 ilustra as relações entre os indicadores analisados e o processo de institucionalização, bem como a influência das variáveis mediadoras. São enfatizados na ilustração que rotinas, enlaces interorganizacionais e isomorfismo mimético exerceram influência no processo de institucionalização do campo, conforme previsto na teoria. Os isomorfismos coercitivo e normativo estão ausentes por apresentarem insignificantes níveis influência. Destaca-se também que o modelo de governança que moderou as relações nesse campo foi o de auto-organização de governança não concentrada. Ademais, o nível baixo de formalização de relações e normas também exerceu influência de moderação entre os indicadores e o processo de institucionalização do humor do Ceará.

Figura 5 – Relação entre processo de institucionalização, indicadores e variáveis moderadoras



Fonte: Elaborada pelos autores com base em Dimaggio e Powell (1983), Dimaggio e Powell (1991), Scott (1995) e Cunha, Passador e Passador (2011).

Em suma, a análise deste estudo explicita que a participação dos atores organizacionais norteou o estágio avançado do processo de estruturação e institucionalização do humor no Ceará, relacionando-os com fases teorizadas por Tolbert e Zucker (1999), bem como foram analisadas as relações do campo que não dependeram da governança, da regulação ou do patrocínio de macroatores em seu processo de institucionalização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

À luz da Teoria Institucional, este estudo constatou, por meio de análise qualitativa, que o processo de institucionalização do campo do humor no Ceará está em fase intermediária, em avanço para sua sedimentação. Trata-se de um campo cuja longevidade de quase três décadas não dependeu de macroatores estatais ou privados, configurando-se como exceção perante o que é recorrente em campos culturais brasileiros. Essa análise atende à sugestão de Tolbert e Zucker (1999) que afirmaram a relevância para a Teoria Institucional em investigar os processos de institucionalização de campos onde não predominaram pressões de atores que exercem alguns elementos coercitivos, geralmente o estado.

Os resultados deste estudo trazem contribuições teóricas ao apresentar um campo organizacional cultural cujo processo de institucionalização se deu sem a presença de governança concentrada, de dependência de macropatrocínios, de alto nível de teorização formal de relações e normas e de significativas relações com organizações governamentais, elementos tidos por teórico-institucionais como estimuladores de um processo de institucionalização.

Sem a ocorrência de tais características, ressaltam-se os elementos que podem ser inferidos como determinantes no avanço da institucionalização do campo cultural estudado. Ainda que se admita que construções sociais são fenômenos cuja complexidade dificulta a determinação exata de fatores que as expliquem, os resultados desta pesquisa apontam que a existência das rotinas sociais, do nível elevado de enlaces interorganizacionais e de isomorfismos miméticos, conduziram o processo de institucionalização do humor no Ceará.

Portanto, a partir da análise do campo do humor no Ceará, infere-se que a legitimidade e a longevidade de campos culturais são potencializadas: quando o objeto cultural em questão está alicerçado nas raízes históricas da identidade cultural de um povo, expostos por rotinas sociais; quando os enlaces interorganizacionais evidenciam parcerias com ganhos multilaterais com micro e pequenas empresas, especialmente àquelas relacionadas ao turismo local, que tende a valorizar a atividade como cultura local; e quando isomorfismos miméticos possibilitam que estruturas e práticas bem legitimadas sejam multiplicadas e caracterizem identidade ao campo.

Contudo, assumindo que o campo cultural pesquisado ainda não sedimentou seu processo institucional, são observados alguns procedimentos que podem favorecer

maior avanço, tais como a profissionalização dos humoristas, o estabelecimento de limites claros de comportamento e ações, o controle na entrada de novos participantes e o aumento da circulação de informações. Tais procedimentos se relacionam com a teorização formal, cujo nível atual foi analisado como baixo.

Este artigo contribui com o avanço teórico do Institucionalismo, pois evidencia, como na pesquisa de Pimentel *et al.* (2008), a importância do significado social, considerando valores, crenças, histórias e estórias que os atores sociais compartilham possibilitando uma integração interorganizacional no campo. Recomenda-se para pesquisas futuras a investigação da configuração de outros campos relacionados à cultura e que não sejam dependentes da participação de macroatores públicos e privados, possibilitando, assim, comparações empíricas com os resultados da presente pesquisa.

REFERÊNCIAS

ALMOND, Bradley; DEJORDY, Rich. Institutionalization in cultural industries: The reciprocal influence of commercial recordings and social practices in the evolution of traditional Irish music. **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, v. 6, n. 4, p. 304-324, 2012.

ALPAY, G.; BODUR, M.; YILMAZ, C.; CETINKAYA, S.; ARIKAN, L. Performance implications of institutionalization process in family-owned businesses: Evidence from an emerging economy. **Journal of World Business**. V. 43 p. 435–448, 2008.

ASHFORT, Blake E.; GIBBS, Barrie W. The double-edge of organizational legitimation. **Organization Science**, v. 1, n. 2, p. 177-194, 1990.

BARBALHO, Alexandre; **GADELHA**. Políticas públicas de cultura e o campo da produção cultural. **Pensamento & Realidade**, v. 28, p. 70, 2013.

BARON, R.M.; KENNY, D.A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. **Journal of Personality and Social Psychology**, v.51, n.6, p.1173-1182, 1986.

BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 25. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

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

CAMPOS, Ana Cristina. **A cultura tem poder**. Uma reflexão sobre o processo de institucionalização do campo cultural brasileiro (séculos XIX- XX- XXI). Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de Brasília. Brasília, 2007.

CARRIERI, Alexandre de Pádua; SARAIVA, Luiz Alex Silva; PIMENTEL, Thiago Duarte. A institucionalização da feira hippie de Belo Horizonte. **Organ. Soc.** [on-line]. 2008, vol.15, n.44, pp. 63-79.

DIMAGGIO, Paul. Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston. **Media, Culture, and Society**, v. 4, p. 33-50, 1982.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, v. 48, p.147-60, 1983.

- DIMAGGIO, Paul J. (compiladores) **El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional**. México: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- FERREIRA, Lusia Angelete. 2009. **Análise institucional de organizações culturais**. Dissertação (Mestrado em Administração em Desenvolvimento Empresarial) – Universidade Estácio de Sá. Rio de Janeiro, 2009.
- GAMEIRO, R.; MENEZES, M. F.; CARVALHO, C. A. Maracatu pernambucano: resistência e adaptação na era da cultura mundializada. In: CARVALHO, C. A.; VIEIRA, M. M. F. (Org.). **Organizações, cultura e desenvolvimento local: agenda de pesquisa do Observatório da Realidade Organizacional**. Recife: Edufepe, 2003.
- GOULART, S.; MENEZES, M.F.; GONÇALVES, J.C DE S. Composição e características do campo organizacional dos museus e teatros da região metropolitana do Recife. In: CARVALHO, C. A., VIEIRA, M. M. F. (Org.). **Organizações, cultura e desenvolvimento local: agenda de pesquisa do Observatório da Realidade Organizacional**. Recife: EDUFEPE, 2003.
- GRANDORI, A.; SODA, G. Inter-firms network: antecedents, mechanisms and forms. **Organization Studies**, v.16, n.2, p.183-214, 1995.
- GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; SAHLIN, K.; SUDDABY, R. (Org.). **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism**. Los Angeles, p. 573-595, 2008.
- HALINEN, A.; TORNROOS, J. Using case methods in the study of contemporary business networks. **Journal of Business Research**, v. 58, n. 9, p. 1285-1297. 2005.
- HOFFMANN, S. R. B.; SILVA, F. M. V; DELLAGNELO, E. H. L. Objetivos de organizações culturais sem fins lucrativos e suas fontes financiadoras. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 7, n. 2, jun. 2009.
- HOLANDA, Luciana Araújo de. **Formação e institucionalização do campo organizacional do turismo em Recife-PE**. 2003. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2003.
- JEFFCUTT, P; PRATT, A. C. Managing creativity in the cultural industries. **Creativity & Innovation Management**, v. 11, n. 4, p. 225-233, 2002.
- LAWRENCE, Thomas; SUDDABY, Roy; LECA, Bernard. Institutional Work: Refocusing Institutional Studies Organization. **Journal of Management Inquiry**, v.20(1), p.52-58, 2011.
- LEÃO Jr., F. P. de S. Museus na região metropolitana do Recife: das heranças do passado à construção do futuro. In: CARVALHO, C. A., VIEIRA, M. M. F. (Org.). **Organizações, cultura e desenvolvimento local: agenda de pesquisa do Observatório da Realidade Organizacional**. Recife: EDUFEPE, 2003.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; GONÇALVES, S. A. Nota técnica: a teoria institucional. In: CLEGG, S. R. *et al.* **Handbook de estudos organizacionais: modelos e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999. v. 1, p. 220-226.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; GUARIDO FILHO, E. R.; ROSSONI, L. Campos Organizacionais: Seis Diferentes Leituras e a Perspectiva de Estruturação. **Revista de Administração Contemporânea**. Edição especial, p. 150-196, 2006.
- MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

MEYER, J. W.; ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. In: MAGGIO, P. J.; POWELL, W. W (eds). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991. p. 41-62.

MEYER, John W.; SCOTT, W. Richard. **Organizational environments**: ritual and rationality. Newbury Park, California: Sage, 1991.

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

NOHRIA, N.; ECCLES, R. G. **Networks and organizations**: structure, form, and action. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

PIMENTEL, T. D.; SOARES, A. S.; LIMA, G. C. O.; MENDONÇA, M. C. N.; LEITE-DA-SILVA, A. R. A. (Des) Construção Institucional do Mercado Central de Belo Horizonte. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, XXX, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

PROVAN, K. G.; KENIS, P. Modes of network governance structure, management, and effectiveness. **Journal of Public Administration Research and Theory**, v.18, n.2, p.229-257, 2008.

RICHARDSON, Roberto Jarret. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. rev. amp., São Paulo: Atlas, 2008.

ROSSETTO, Carlos Ricardo; ROSSETTO, Adriana Marques. Teoria institucional e dependência de recursos na adaptação organizacional: uma visão complementar. **Revista de Administração de Empresas - RAE-eletrônica**, v. 4, n. 1, Art. 7, jan./jul. 2005.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations**. London: Sage, 1995.

SILVA, M. **Humor, vergonha e decoro na cidade de Fortaleza (1850-1890)**. 1. ed. Fortaleza: Museu do Ceará, SECULT, 2009.

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

TOLBERT, P.S.; ZUCKER, L.G. A institucionalização da Teoria Institucional. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Orgs.). CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. (Orgs). **Handbook de estudos organizacionais**: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. Vol. 1. São Paulo: Atlas, 1999. p.p. 195-219.

TOWNLEY, B.; BEECH, N.; MCKINLAY, A. Managing in the creative industries: Managing the motley crew. **Human Relations**. Vol. 62 n.7. p. 939–962, 2009.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2010**. a feasible development option. Genebra: UNCTAD/DITC, 2010/3. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2012.

THROSBY, David. **Economia y cultura**. Tradução Cristina Pina Aldao e Maria Condor Orduña. Madrid: Cambridge University Press, 2001.

WHITE, D. R.; OWEN-SMITH, J.; MOODY, J.; POWELL, W. W. (2004). Networks, fields and organizations: micro-dynamics, scale and cohesive embeddings. **Computational & Mathematical Organization Theory**, 10 (1), 95-117.