



Estrela Armorial: a presença de Ariano Suassuna na mídia nacional¹

Amilcar Almeida Bezerra²

Faculdade Maurício de Nassau

Resumo

O presente trabalho contém uma reflexão sobre as idéias do escritor Ariano Suassuna e sua presença na mídia nacional, que se intensifica a partir de meados dos anos 90 com a adaptação de algumas de suas obras para a televisão. A divulgação de sua obra nos meios de comunicação de massa acompanha a difusão cada vez mais ampla das idéias do intelectual Ariano Suassuna, pensador da cultura no Brasil contemporâneo e executor de políticas culturais. Procuramos então, analisar algumas das principais idéias do autor e compreender a lógica de sua inserção no circuito da grande mídia nacional.

Palavras-chave

Cultura de massa; Cultura popular; identidade nacional; política cultural.

Conhecido durante muito tempo como autor do Auto da Compadecida, o escritor e teatrólogo Ariano Suassuna talvez nunca imaginasse alcançar o prestígio do qual desfruta hoje nos meios de comunicação de massa. Nacionalista convicto, criou nos anos 70 em Pernambuco o Movimento Armorial, reunindo artistas das mais diversas especialidades em torno do objetivo de construir uma arte erudita nacional inspirada nas raízes populares. O movimento atingiu certa notoriedade na música, na literatura e nas artes plásticas, constituindo uma referência estético-política que até há pouco se manteve hegemônica no plano local, conferindo prestígio e poder ao seu mentor.

Entretanto, é a partir de meados dos anos 90 que a fama do escritor, até então mais ou menos restrita aos círculos locais ou especializados, ganha um extraordinário impulso graças a adaptações de suas peças para a televisão. Com uma boa dose de carisma a seu favor, Ariano Suassuna começa a angariar espaço na mídia por meio de declarações e atitudes polêmicas tendo como pano de fundo uma inflexível postura nacionalista. Como exemplos, podemos citar sua renúncia ao Prêmio Sharp de Teatro em função do caráter multinacional da empresa patrocinadora, bem como as críticas ao festival “Rock in Rio”, considerado por ele um acinte à cultura brasileira. Entrevistas concedidas às maiores revistas e jornais do país surgem com frequência cada vez maior,

¹ Trabalho apresentado ao NP 17 – Folkcomunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Mestre em Comunicação Social pela UFPE (Universidade Federal de Pernambuco) e Docente do Curso de Comunicação Social da Faculdade Maurício de Nassau. Endereço eletrônico: amilcar.bezerra@gmail.com



ao mesmo tempo em que se intensifica o volume de convites para que o autor ministre palestras e escreva artigos sobre cultura brasileira nos mais diversos veículos. Já com ares de celebridade, Ariano vence a habitual resistência a viagens e em 2001 vai ao carnaval do Rio de Janeiro onde, do alto de um carro alegórico, atravessa a passarela do samba desfilando pela Império Serrano, cujo enredo o homenageava.

2. Obra célebre, autor desconhecido

Dez anos antes, em 1991, o assédio ainda não era tão grande. Naquele ano, o Almanaque da Folha de São Paulo publicava uma entrevista com Ariano Suassuna cuja introdução alardeava exatamente um contraste entre as conhecidas obras do autor e o relativo anonimato de seu nome. O depoimento à repórter Marilene Felinto representava o fim de um período de dez anos de afastamento voluntário dos jornais e da literatura. Monarquista de carteirinha até 1981, ano da morte de D. Pedro Henrique, então herdeiro do trono brasileiro, Ariano se decepciona ao saber que o sucessor legítimo da coroa, filho de Henrique, seria integrante da organização de extrema direita intitulada TFP (Tradição, Família e Propriedade). O sonho de uma Monarquia de esquerda alimentado pelo autor ia por água abaixo, o motivando a se afastar naquele ano da Literatura e da Imprensa (era então colunista do Diário de Pernambuco)

Na entrevista, Ariano manifesta seu habitual desprezo pela cultura de massas norte-americana, e prega a valorização estética de um ideal puro de cultura popular como matéria-prima para a construção de uma arte erudita nacional.

Com a eleição de Miguel Arraes para o governo de Pernambuco, Ariano assume, em 1995, o cargo de Secretário de Cultura do estado. Eram os anos da eclosão do Movimento Mangue, mas o secretário conduziria uma política voltada para a valorização de elementos da cultura popular distanciados da influência da cultura de massa. Excluídos pelo poder público, os mangueboys protestaram o quanto puderam contra a legitimidade de tal postura mas, Ariano Suassuna, depois de algumas concessões, se manteve no cargo até o final do governo Arraes em 1998.

3. O Suassuna Global

Na época, algumas de suas obras já haviam alcançado grande popularidade, graças a três bem-sucedidas adaptações para a Rede Globo durante os anos 90. As duas primeiras - “Uma mulher vestida de sol” e “A farsa da Boa preguiça” - foram ao ar respectivamente em 1994 e 1995, sob a direção de Luiz Fernando Carvalho. Depois de várias tentativas frustradas e vetos taxativos do autor, finalmente um diretor conseguia a anuência para transpor suas peças para a televisão. Luiz Fernando Carvalho havia



cativado a preferência do escritor com o trabalho realizado na novela *Renascer*, da qual Ariano era admirador confesso. Foi essa mesma admiração que o fez trazer Carvalho ao Recife no início de 2000, com o objetivo de transformar uma de suas aulas-espetáculo no Especial de carnaval “Folia Geral”, produzido pela Rede Globo Nordeste. Mas o maior sucesso entre as adaptações televisivas de sua obra viria em Janeiro de 1998, com uma versão do “Auto da Compadecida” em formato de minissérie. Dividida em quatro capítulos, a produção, dirigida por Guel Arraes, obteve altos índices de audiência, o que estimulou o diretor, em parceria com a Globo Filmes, a preparar uma versão para o cinema eliminando várias cenas da minissérie original. O filme foi um grande sucesso de bilheteria, tendo levado mais de dois milhões de espectadores às salas de exibição, mesmo depois da série ter sido mostrada na televisão aberta.

Em Março de 1999, a emissora cria o quadro “O canto de Ariano”, um espaço semanal de cerca de dois minutos, no qual o escritor conta casos do cotidiano e emite opiniões sobre cultura. Tanto “O Canto de Ariano”, quanto o “Folia Geral”, despertaram o interesse do canal de TV paga “Multishow”, que no ano de 2000 colocou no ar as duas produções da Globo local.

Juntamente com as suas colunas semanais na Folha de São Paulo, escritas entre 1999 e 2000, tais acontecimentos no âmbito da televisão colocaram a imagem de Ariano Suassuna no circuito da mídia nacional. Em 1997 ele já havia publicado no periódico paulista o seu então mais novo romance, que consistia numa adaptação do clássico *Romeu e Julieta*, de William Shakespeare para o universo nordestino. A obra veio encartada em edição especial do caderno “Mais!” da Folha de São Paulo, conhecido suplemento dominical dedicado às artes e ao debate intelectual. Em 2002, Ariano Suassuna ainda teve sua imagem divulgada em outdoors por toda a cidade do Recife, acompanhado da declaração: “Americano, nem sanduíche!”. A publicidade fazia referência ao mais recente número da Revista *Continente Multicultural*, que trazia matéria de capa com o autor da *Compadecida*. No ano seguinte, sua imagem ainda seria estampada na capa de uma edição da Revista “Caros amigos”, na qual ele era o principal entrevistado.

4. O Brasil de Ariano Suassuna na Folha de São Paulo



Após o fim de seu mandato como Secretário da Cultura do estado de Pernambuco, Ariano Suassuna aceita um convite para tornar se colunista da Folha de São Paulo em 1999. Ao longo deste ano o espaço destinado ao seu texto correspondia a uma única coluna espremida na segunda página do Jornal, espaço comumente destinado à Opinião. Em 2000 a contribuição semanal do escritor passa a ocupar espaço privilegiado (meia página) na Ilustrada, suplemento cultural do referido jornal, com o nome de Amanaque Armorial. E lá permanece até o fim do ano, quando a coluna é encerrada. Os textos trazem uma gama de opiniões que traduzem de forma geral a visão de mundo do escritor, bem como estão reproduzidos num meio de comunicação de grande influência nacional, o que evidencia a transformação não só do artista, mas também do intelectual Ariano Suassuna em um produto de mídia. De acordo com os trechos pesquisados em sua coluna, então, conseguimos sistematizar um breve mapeamento de suas idéias, que não se restringem ao âmbito da arte, tendo também implicações mais amplas no âmbito político e cultural. Eis alguns tópicos que podem ser considerados como eixos do seu pensamento:

- a) Os valores estéticos presentes na arte popular são inestimáveis, e devem necessariamente ser preservados e aproveitados.
- b) A arte popular deve desfrutar do mesmo status que a arte erudita, embora haja diferenças fundamentais entre elas.
- c) O artista nacional deve se dedicar à missão de recolher na cultura popular o subsídio para a elaboração de uma arte erudita de caráter nacional. Contribuir para a construção de uma identidade nacional através da arte é uma obrigação moral do artista.
- d) A cultura de massa produz arte medíocre, por isso deve ser combatida. Os artistas brasileiros que produzem arte com características de arte de massa merecem ser rotulados de “mercenários” e “traidores” por quebrarem a moral que pressupõe a elaboração artística. Como a submissão da cultura popular à cultura de massa representa o fim da arte, cabe aos artistas, políticos e intelectuais, lutar contra esse estado de coisas.

5. Fascínio pela tradição

Embora seja um crítico feroz da cultura de massa, Ariano sempre demonstrou estar satisfeito com a popularidade alcançada por suas obras na televisão. Não vê contradição entre o objetivo de construir uma arte erudita baseada na cultura popular e a veiculação dessa arte num meio de comunicação de massa. E nem poderia. Nunca houve no país uma distinção muito rígida entre cultura de massa e cultura erudita, tampouco entre cultura erudita e popular.

Diferente de alguns países europeus de antiga e sólida tradição cultural burguesa, a formação de uma esfera artística, no sentido culto da palavra, não desfrutou, no Brasil, das condições materiais necessárias para se consolidar de forma auto-suficiente. Tal fenômeno pode ser constatado pela quantidade de escritores que se tornaram jornalistas e de atores de teatro que acabaram migrando para as telenovelas ao longo da história das comunicações no país. Como constata Renato Ortiz, em seu “A moderna tradição brasileira”, essa esfera artística “cultura” se desenvolve junto ao crescimento da televisão, dos jornais e do rádio, estando portanto entrelaçada com os níveis popular e massivo da cultura. A própria ambigüidade do termo MPB (Música Popular Brasileira) não nos deixa mentir.

Para Canclini, a impossibilidade material de consolidar a autonomia do campo cultural provoca em autores latino-americanos, como Octavio Paz, um intrigante fascínio nostálgico pelo pré-moderno. Busca-se então um passado idealizado, no qual as hierarquias não são de ordem econômica, mas tradicional ou espiritual, numa referência ao papel desempenhado pelo poder simbólico naquelas sociedades. Daí resultaria uma visão contrária à modernização sócio-econômica, que é vista como inimiga da autonomia da esfera cultural na medida em que a submete a fatores mercadológicos. A apologia de Paz ao Zapatismo – por exemplo - não se dá em função de seu caráter de movimento social, e sim no que o caracteriza como seita mágica subordinada ao mito do retorno à idade do ouro, segundo definição do próprio autor (CANCLINI, 2000). Dentro de uma lógica semelhante, são os aspectos místicos que fazem com que Ariano Suassuna aponte o Arraial de Canudos como modelo de sociedade genuinamente brasileira e que estão, por exemplo, na raiz de seu fascínio pelo Sebastianismo. O capitalismo seria, nessa visão, responsável pela cisão criada entre o povo e as classes mais abastadas:

“García Lorca pertencia à classe privilegiada de seu país. Como nós, desejava que se acabasse aquela cisão dilaceradora, causada pelo capitalismo, e que



separava o povo de nós. (...) mesmo em plena vigência da cisão, amava profundamente a arte de seu povo.” (SUASSUNA, 01/06/1999)

Partindo do pressuposto de que há uma cisão, o autor chama a atenção do público esclarecido para a valorização estética da arte popular. A beleza para ele, no entanto, está ligada a uma visão idealizada na qual o popular não estaria submetido a influências externas que o descaracterizassem.

6. Televisão Brasileira e Identidade Nacional

Nos últimos quarenta anos a televisão desempenhou um papel central na consolidação de uma identidade nacional, graças ao seu fabuloso alcance e penetração em todas as camadas sociais. Gabriel Priolli, professor da PUC e estudioso do tema, comenta:

“Os brasileiros comungam identidade, ou fazem convergir as várias identidades numa idéia central de ‘brasilidade’, graças, em larga medida, às horas que dedicam à TV. É no vídeo que se trava o diálogo inter-regional, por estreito que seja. É nele que se vê os vários Brasis, a multiplicidade de nossos problemas, a diversidade de formas de expressão – ainda que, centrada no Rio e São Paulo, ela procure impor a perspectiva carioca ou paulista das coisas.” (PRIOLLI, 17/09/2000)

São, basicamente, esses os motivos que levam Ariano a redimir a televisão brasileira, mesmo levando em consideração seu eventual papel nefasto como propagadora da medíocre “arte de massas”. Segundo ele, a televisão pode ser útil na medida em que seu aparato possa servir como instrumento de integração nacional, ressaltando que, “ao lado do ruim e do péssimo, a televisão, como qualquer outro meio de expressão, pode mostrar (e mostra) excelente arte.” Por outro lado, ao citar Priolli em sua coluna, Suassuna sublinha a importância de valorizarmos a qualidade das produções brasileiras como forma de resistir “à imposição universal de padrões culturais norte-americanos que tanto debilita outros países”. Em seguida, define sua concepção de identidade como “uma bela e fecunda unidade de contrastes”, conceito vinculado ao de uma identidade nacional historicamente construída em cima do discurso nacional-popular. (SUASSUNA, 19/10/1999)

Ainda é importante frisar que o estrondoso êxito televisivo de “O Auto da Compadecida” se dá no esteio de uma etapa posterior à consolidação da televisão como



meio de comunicação de massa de alcance nacional. Nessa etapa, a ênfase se direciona não só à conquista de mercados regionais, mas também à concessão de uma visibilidade a cada uma dessas regiões dentro de um espaço de circulação nacional.

Segundo Ortiz, “vencida a fase de consolidação nacional da televisão brasileira, surge a necessidade de se explorar os mercados regionalmente. Dentro deste quadro é importante que o regional seja resgatado a partir do olhar e das idéias do centro” (ORTIZ, 1988:167)

O autor chama a atenção para a reciclagem das identidades regionais em função da Indústria Cultural, ressaltando o fato de, nesse processo, a Rede Globo agregar símbolos de modernidade tanto à tradição gaúcha quanto à tradição mineira – só para citar dois exemplos. No caso do Nordeste, ao que parece, a estratégia ainda não leva tanto em consideração eventuais traços de modernidade a serem incorporados, mas se resume, salvo raras exceções, à repetição de caracteres tradicionais e pitorescos, que correspondem ao lugar subalterno da região dentro de uma identidade nacional historicamente construída.

7. Imagens do Nordeste

Apesar da proposta Mangue de uma identidade local antenada e imbuída das representações da cultura pop, o dogma armorial praticado por Ariano se impõe como política cultural hegemônica em Pernambuco a partir de 1995, enfatizando uma visão tradicionalista da cultura. Essa versão oficial da “pernambucanidade” empurra os mangueboys para o circuito alternativo da mídia, a partir do qual alcançarão posteriormente projeção nacional. Entretanto, apesar do prestígio obtido pelos artífices do Mangue-beat nos segmentos especializados, a idéia que associa o Nordeste à tradição de uma imaculada cultura popular continuará a prevalecer nos grandes meios. Na Folha de São Paulo, por exemplo, é a política cultural de Ariano que vai ocupar espaço cativo, e não o maracatu plugado do Mangue-beat.

Nas páginas do jornal paulista, as idéias de Ariano Suassuna surgem não mais como princípios orientadores de uma política cultural, mas como expressões particulares do universo do artista em meio ao debate intelectual. Paradoxalmente, no seio da Indústria Cultural, Ariano vai cavar uma trincheira destinada a combatê-la.

Uma contradição apenas aparente: longe de representar o fim da arte e da cultura popular, a mídia vai reabilitá-las, segundo Nestor Garcia Canclini, como recurso complementar destinado a garantir a verossimilhança da experiência artística no momento do consumo. A autonomia e o desinteresse prático comum às belas artes, bem



como a criatividade singular e atormentada de indivíduos isolados, são mitos que subsistem no imaginário do grande público e servirão de referencial para a fruição artística através do consumo. (CANCLINI, 2000)

Portanto, quanto mais Ariano critica a Indústria Cultural e traz para o mundo da política suas valorações de natureza estética, quanto mais defende a autenticidade e rejeita o achatamento da qualidade artística pela cultura de massa, mais se torna atrativo a um público que espera, ao ler os seus textos, participar de uma experiência catártica. Leitores da Folha de São Paulo em todo o país o vêem como representante de um verdadeiro Brasil que, se não pode mais ser vivenciado em seu atribulado cotidiano, onde a pureza se encontra despedaçada, pode ser desfrutado simbolicamente por meio daquilo que é dito naquelas colunas.

O “Brasil verdadeiro” mesmo tendo pouco a ver com o cotidiano do leitor urbano, é um mito que está associado desde muito tempo à construção de uma identidade nacional baseada em elementos tradicionais da cultura. Mito que remonta a Mário de Andrade e Gilberto Freyre e que, ao longo do século XX, estará cada vez mais vinculado à imagem do Nordeste como bcal por excelência de sua gestação. Mário traz consigo, a partir da década de 1920, um novo discurso nacionalista e prepara o terreno para sua posterior institucionalização. Defende uma concepção de arte nacional intimamente ligada às culturas populares, tendência que no Brasil se manteve hegemônica até meados dos anos 1940, mas cuja influência ainda é marcante na obra de artistas e intelectuais (TRAVASSOS, 2000). Já Freyre é o principal mentor intelectual da idéia de “brasilidade nordestina”, que surge no bojo do processo de elaboração de uma identidade cultural homogênea para a região Nordeste, a partir dos anos 1930. Em ambos os casos, delineia-se a construção de uma identidade calcada nos elementos tradicionais da cultura. Filiado a esta linhagem, o pensamento de Ariano se aproxima da alegoria nacional baseada num estereótipo pré-moderno que, na opinião de Canclini, endossa uma imagem da América Latina feita sob medida para o consumo das metrópoles. (CANCLINI, 1997) Para Maria Theresa Didier, a visão que Suassuna tem dos povos do terceiro mundo se coaduna com a imagem estereotipada pela qual eles são comumente representados no primeiro. Uma brasilidade essencialmente espontânea, dionisíaca e irracional corresponderia ao que os países ricos esperam dessa mesma brasilidade. (DIDIER, 2000). Num momento posterior, o projeto Armorial vai dar continuidade ao vínculo da construção identitária do nordeste com elementos de sua cultura tradicional, sedimentando a imagem da região como lócus privilegiado da



tradição e do pitoresco. Seu pensamento é, portanto, tributário dessa mitologia e, inspirado nela, vai se materializar em política pública no estado de Pernambuco.

Em São Paulo e no restante da mídia nacional, longe de alcançar o poder, as idéias de Ariano se restringem a uma utopia político-estética que, embora figurem nas páginas de jornais e revistas, não encontram eco na esfera política. Fecha-se desta forma um ciclo que garante sobrevivência midiática a um estereótipo pré-moderno do nordeste no âmbito nacional, reforçado por um modelo de política pública praticado na região. Por outro lado, essas mesmas idéias amealham uma legião de fãs que, fascinados com os relatos de uma cultura popular que muitos imaginavam perdida, vibram com o nacionalismo quixotesco à la Suassuna.

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. A invenção do Nordeste e outras artes. São Paulo, Cortez, 1999.

CANCLINI, Nestor García. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: USP, 2000.

CANCLINI, Nestor García. Después Del posmodernismo: la reapertura Del debate sobre la modernidad. Imaginarios Urbanos. Buenos Aires: EUDEBA, 1997.

DIDIER, Maria Theresa. Emblemas da Sagração Armorial. Recife: UFPE, 2000.

FELINTO, Marilene. Ariano Suassuna. In: Almanaque da Folha de São Paulo, São Paulo, 2 de Out. de 1991. Disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/leituras_16jun00.shtml>
Consultado em: 13/04/2004

ORTIZ, Renato. A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988

PRIOLLI, Gabriel. TV brasileira, 50 anos.
Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/qtv2009200092.htm>>
Consultado em: 07/01/2004

SUASSUNA A. A literatura de cordel. Folha de São Paulo, São Paulo, 01 de Jun. de 1999. Opinião, 1-2.



SUASSUNA A. Televisão e identidade nacional. Folha de São Paulo, São Paulo, 19 de Out. de 1999. Opinião, 1-2.

TRAVASSOS, Elizabeth. Modernismo e música brasileira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ZAIDAN, Michel. O fim do Nordeste. São Paulo: Cortez, 2001.