



(Re)inventando o autêntico na mídia: Ariano Suassuna e a espetacularização do narrador tradicional

*(Re)inventing authenticity in media: Ariano
Suassuna and the spectacularization
of traditional storyteller*

Amilcar Almeida Bezerra¹

RESUMO Depois de consagrado nos círculos literários, o escritor Ariano Suassuna tornou-se também uma celebridade midiática nacional, em função das adaptações televisivas de sua obra. Entrevistas aos meios de comunicação de massa e conferências ao redor do país ajudaram a construir sua imagem pública como um sertanejo desterrado na cidade e exímio contador de histórias. Ao analisar algumas dessas falas, procuramos inferir não apenas os valores que nortearam essa produção de sentido engendrada pelo autor, mas também compreender o fascínio que seu discurso tradicionalista exercia sobre o público brasileiro. Para nos auxiliar nesta tarefa, resgatamos as ideias de Walter Benjamin com relação ao narrador tradicional, bem como reflexões de autores que tratam do lugar da sensibilidade romântica e da idealização do passado na cultura contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE Ariano Suassuna; narrador; mídia; consumo; celebridade.

ABSTRACT After established as a great author in literary circles, the writer Ariano Suassuna became a national media celebrity, due to television adaptations of his literary work. In most of his interviews to mass communication means and conferences around the country, Suassuna used to display his skills as a traditional storyteller and a country man exiled in the big city. In this article, we selected some excerpts of his speech in order to understand the values that guided this production of meaning engendered by the author, and the fascination that his traditionalist discourse plays on brazilian contemporary culture. As a theoretical support, we rely on Walter Benjamin's ideas about the storyteller and the concepts of some authors who reflect about the role of romantic tradition and idealization of the past in the contemporary culture.

KEYWORDS Ariano Suassuna; storyteller; media; consumption; celebrity.

¹ Professor Adjunto do Núcleo de Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
E-mail: amilcar.bezerra@gmail.com

INTRODUÇÃO

Ariano Suassuna (1927-2014) foi um dos poucos escritores cânones da literatura brasileira a atingir o *status* de celebridade midiática. Romancista, teatrólogo, poeta e gravurista, criou em 1970 o Movimento Armorial, que reuniu, no Recife, artistas das mais diversas linguagens em torno da construção de uma arte erudita nacional inspirada nas tradições populares do Nordeste. A partir de então, ele se tornaria um personagem-chave na estruturação do campo artístico em Pernambuco. Professor universitário e gestor público em diversas oportunidades à frente da Secretaria de Cultura do Estado, também era notável pelo carisma transmitido ao público em numerosas entrevistas e conferências nas quais se mostrava um talentoso contador de ‘causos’ e anedotas.

Conhecido por sua defesa radical das tradições populares rurais brasileiras, mais especificamente, as nordestinas, Suassuna construiu uma imagem pública de si próprio calcada na figura do sertanejo desterrado na cidade, cujos valores, crenças e hábitos estariam para sempre em desajuste com o ambiente urbano e as tecnologias modernas. Para a disseminação dessa imagem pública, concorreram as suas constantes aparições em meios de comunicação de massa a partir dos anos 1990. Nessa época, Ariano Suassuna passou a receber convites cada vez mais frequentes para conceder entrevistas em canais de televisão e em jornais e revistas de circulação nacional, fenômeno deflagrado pela exibição das primeiras adaptações televisivas de sua obra teatral pela Rede Globo. Além de tais aparições na mídia massiva, inúmeras conferências ministradas por Ariano Suassuna ao redor do país, também conhecidas como “aulas-espetáculo”, renderam, em seus últimos anos de vida, um farto material para compartilhamento de vídeos digitais em

plataformas como o *YouTube*. Tais arquivos incluem registros completos de aulas-espetáculo, entrevistas em programas de televisão como a revista dominical “Fantástico”, o *talk-show* “Programa do Jô” ou a sabatina coletiva do “Roda Viva” e até mesmo vídeos de pequena duração com falas extraídas de conferências e entrevistas diversas, alguns dos quais já atingiram milhares de acessos.

Este ensaio teve como objetivo realçar de que modo ocorreu a construção dessa *persona* pública, tomando como exemplo algumas das historietas relatadas por Ariano Suassuna, seja em meios de comunicação de massa, seja em registros de suas aulas-espetáculo disponíveis no *YouTube*. Apoiados nesse conjunto de falas, procuramos inferir não apenas os valores que nortearam essa produção de sentido engendrada pelo autor, mas também tentamos compreender o fascínio que seu discurso tradicionalista exerce sobre o público brasileiro contemporâneo. Para nos auxiliar nesta tarefa, recorreremos às ideias de Walter Benjamin sobre o narrador tradicional, bem como às reflexões de autores que tratam do lugar da sensibilidade romântica e idealização do passado na sociedade de consumo atual.

O CONSUMO DA AUTENTICIDADE

Os tradicionais discursos e imagens que historicamente compõem um dado regime de visibilidade do Nordeste reproduzido na literatura, na música popular, na dança, no teatro, no cinema e na própria televisão ao longo do século 20 (ALBUQUERQUE JR., 1999), assumem, nas releituras televisivas da obra de Suassuna, do ponto de vista mercadológico, um formato planejado para se adequar ao gosto das parcelas de uma elite cultural formadora de opinião, com o objetivo de valorizar publicamente a imagem de marca da Rede Globo de Televisão.



A imagem de um Nordeste rural pré-moderno, povoado de expressões artísticas populares embebidas em mitos ancestrais, torna-se, no Brasil contemporâneo, um objeto de fetiche para os setores das elites urbanas interessados em consumir valores associados a uma certa noção de “autenticidade” comumente associada a essas expressões.

Mais do que o fenômeno de refuncionalização ou reconfiguração de manifestações das culturas populares tradicionais no bojo dos processos de modernização da sociedade brasileira, percebemos aqui a projeção de um imaginário burguês que herdou, da tradição do pensamento romântico (LÖWY; SAIRE, 1995), idealizações de autenticidade vinculadas ao popular. Nesse sentido, observamos que a cosmologia de Suassuna se aproxima mais do imaginário romântico do burguês urbano do que da realidade atual do sertão nordestino. Um ideal conservador, porque fetichiza elementos arcaicos (WILLIAMS, 1979) garimpados no espaço social sertanejo, atribuindo-lhes uma espécie de aura (BENJAMIN, 1994a), na qual residiria o autêntico ‘ser’ da nação. Ao mesmo tempo, ignora as mudanças advindas dos processos de modernização que vêm alterando a morfologia social do sertão nordestino, cada vez mais submetido a vetores de transformação econômicos e simbólicos de alcance global, idealizando num passado livre da influência moderna, uma fonte de pureza e autenticidade.

O crescente adensamento dos valores da sociedade de consumo no Brasil conduziu, entre outros efeitos, à transformação do discurso de identidade nacional calcado nas representações da tradição popular, em produtos de mídia de massa. Ocupando lugar central nesse universo simbólico usualmente classificado como “nacional-popular”, os discursos e as imagens sobre a região Nordeste, e mais particularmente sobre o sertão nordestino, desde

1970 circulam nas redes de televisão no seio de uma estratégia de formação de um imaginário nacional comum. Porém, a partir dos anos 1990, o consumo de representações midiáticas do Nordeste rural assumiria novas conotações relacionadas à busca do consumidor urbano contemporâneo por experiências próximas do que ele acredita ser “autêntico”.

Elder Maia Alves (2011) descreve o consumo contemporâneo da autenticidade sertaneja como integrado a um fenômeno mais geral: a procura do sujeito moderno por uma experiência autêntica por meio do consumo de bens culturais, característica do espírito de nossa época. Colin Campbell (2001), ao caracterizar o que chama de “espírito do consumismo moderno”, identifica suas marcas nascentes no surgimento do pensamento romântico europeu, em fins do século 18. O recurso à fantasia e à imaginação como meios para se atingir as emoções e provocar deliberadamente o prazer são características específicas do universo romântico e estão na raiz do que Campbell chama de hedonismo moderno. Segundo ele, essa cosmovisão romântica, ao longo do século 19, transformou-se em tendência cada vez mais presente no cotidiano das classes burguesas, compondo uma lógica cultural complementar à ascense de origem protestante que vinha estimulando o acúmulo de poupança desde os primórdios do capitalismo moderno. A associação da ética ascética do trabalho de origem protestante com uma ética hedonista do consumo, herdeira do Romantismo, formaria a partir do século 19 uma estrutura de sensibilidade duradoura, responsável por manter estáveis as sólidas bases sobre as quais se assentam tanto as práticas de produção quanto os hábitos de consumo do sistema capitalista moderno.

Portanto, muito embora a ética romântica se oponha aos aspectos fundamentais da racionalidade

capitalista, segundo Campbell ela acaba funcionando não apenas como um contraponto, mas também como um elemento essencial e complementar à lógica racional utilitária capitalista, na medida em que fundamenta uma ética do consumo das emoções a impulsionar o sistema produtivo.

Löwy e Saire (1995), em sua classificação dos tipos de Romantismo, definem o restitutionista como aquele que não apenas enxerga no passado a pureza e a autenticidade, mas também almeja o retorno ou a recriação deste passado, opondo-se tanto ao modelo da economia de mercado capitalista quanto à racionalidade política e burocrática modernas, como embasado principalmente nas dimensões simbólica e estética, além de ser irreduzível a rotulações políticas definitivas.

Mesmo diante da relativa autonomização do campo da arte (BOURDIEU, 2010), historicamente emancipado do domínio das práticas mágico-religiosas (MORIN, 2011), as manifestações estéticas mantêm ainda parte de seu caráter místico naquilo que Walter Benjamin (1994a) chama de “valor de aura”. Em tempos de mercantilização das formas artísticas, presenciamos a consolidação de instituições modernas responsáveis por conferir esse “valor de aura” a certas obras de arte, legitimando seu caráter pretensamente autêntico. Museus, galerias, publicações especializadas, críticos culturais e alguns artistas consagrados pela tradição canônica desfrutam deste poder quase sobre-humano de atribuir tal valor a novos artistas e obras. Dentre as principais características do “valor de aura” benjaminiano estão a autenticidade e a unicidade da obra de arte, conceitos que o Movimento Armorial — idealizado por Suassuna — projeta religiosamente nas manifestações pré-modernas da cultura rural do sertão nordestino. Nesse sentido, talvez nenhum

movimento artístico de teor nacionalista ou regionalista no Brasil tenha chegado tão longe em termos de sacralização das culturas populares.

Ainda segundo Campbell, o Romantismo representa até hoje a resistência desses valores diante do domínio da racionalidade utilitária e do lucro mercantil. Contudo, para além de uma aparente oposição que possa representar diante desse domínio, a ética romântica torna-se parte do sistema que configura a individualidade histórica do capitalismo moderno (CAMPBELL, 2001).

É essa lógica que vai inspirar a assimilação pela mídia da obra de Suassuna como um signo de “autenticidade”. Transformado em “estilo de vida” por parcelas das elites urbanas brasileiras, o consumo de tradições nordestinas é uma das modalidades que assume a necessidade contemporânea de experimentar emoções “autênticas”. O espírito do Romantismo permite que a fantasia e a imaginação viajem no tempo e no espaço a fim de vivenciar diferentes sentimentos e experiências. Por outro lado, o culto ao “valor de aura” transforma-se em estilo de vida no seio da industrialização do simbólico.

As projeções de autenticidade nas culturas populares ganham relevância no contemporâneo como expressões do desejo de restauração de um modo de vida que não teria mais lugar na temporalidade moderna da cidade. Segundo Alves, aspectos da ética romântica consolidada no século 19 municiam o estilo de vida de grupos de *status* que valorizam as

tradições populares [...], um diversificado mosaico de manifestações e expressões experimentado segundo o signo da autenticidade e da criatividade popular. (ALVES, 2011, p. 462)

Trata-se, portanto, de compreender como, no caso específico de Ariano Suassuna, sua transformação



em celebridade contemporânea está vinculada a uma crença generalizada em seu papel de mediador autorizado a descortinar para o público cidadão o universo da cultura tradicional sertaneja. Entendemos aqui a celebridade como a “atribuição de *status* glamouroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública” (ROJEK, 2008, p. 11).

Consideramos que a cosmovisão Suassuniana se manifesta de modo coerente tanto em sua obra como em sua atuação intelectual, seja como conferencista em suas aulas-espetáculo, articulista em colunas publicadas em jornais e revistas de grande circulação ou celebridade entrevistada pelos principais meios de comunicação do país.

A leitura de sua imagem pública como autoridade capaz de fazer a mediação com as culturas populares pré-modernas passa, em nosso ponto de vista, pela assunção do papel tradicional do narrador, conforme descrito por Walter Benjamin (1994b). Ao iniciar o artigo “O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”, Benjamin caracteriza a propriedade de contar histórias oralmente como um saber em vias de extinção na modernidade, citando o embaraço que comumente se abate sobre quem se vê obrigado a narrar uma história para um grupo de pessoas. Atribui esse fenômeno a uma incapacidade cada vez maior, na modernidade, de comunicarmos a experiência subjetiva por meio da linguagem.

Segundo Benjamin, a narração seria um ato coletivo, que teria como pressuposição a cumplicidade entre quem conta e quem ouve a história. O conteúdo narrado, por sua vez, seria um resultado da cumulação de séculos de saber tradicional, maturado em finas camadas, transmitindo a experiência coletiva que garantiria a perpetuação de tradições culturais pelas gerações. A esta função, típica das sociedades tradicionais, corresponderia um modo

específico de narrar, uma espécie de estética da narração, descrita por Benjamin em algumas de suas mais marcantes características. Assim, a narrativa, longe de ser apenas a ação de relatar uma história, seria uma performance que consistiria na unidade harmônica entre os elementos da fala, do olhar e do gesto. Entonações, gagueiras propositais, sorrisos pontualmente inseridos no fluxo narrativo, gestos manuais e olhares significativos estão aí reunidos nessa linguagem narrativa oral, cuja finalidade é tornar a história facilmente memorizável e, portanto, reproduzível ou recriável por outros narradores. Quanto mais concisa, melhor se incorpora à experiência e mais facilmente pode ser recontada.

Diferentemente da informação moderna veiculada pelos meios de comunicação de massa, que se esgota junto com sua novidade, a narrativa é perene, não precisa ser verdadeira, nem precisa de provas ou de explicação. Se dá à interpretação, à reinterpretação e à recriação ao longo de séculos ou mesmo milênios.

Na acepção Benjaminiana, rotular alguém de narrador na modernidade significa distanciar-se dele tanto no tempo quanto no espaço. Assim, o narrador pertenceria a outro mundo e temporalidade, ainda não enquadrados nos parâmetros modernos. Sua narrativa obedece a uma cosmologia mais ou menos fixa, análoga ao mundo natural ou sagrado. Daí deriva sua sabedoria sedimentada ao longo de gerações e adequada a seu próprio mundo.

SUASSUNA, O NARRADOR

Num mundo em que a comunicabilidade da experiência via narrativa parece cada vez mais difícil e o conselho, uma das funções dominantes da narrativa, parece cada vez mais inútil, Suassuna reinseriu a arte tradicional de narrar no seio da sociedade de

consumo, tanto em suas entrevistas e aulas-espetáculo, quanto em seus artigos de opinião. Selecionamos a seguir alguns trechos extraídos de entrevistas e conferências que evidenciam marcas da narrativa tradicional na fala de Ariano. Personalidade incrustada nas encruzilhadas entre o campo e a cidade, o popular e o erudito, o oral e o escrito, ele propiciou, com seu modo particular de narrar, o acesso imaginário do público urbano a uma temporalidade ancestral, aniquilada pela evolução tecnológica e pelos esquadrihamentos racionais do contemporâneo. Já que a modernidade é também uma coleção de experiências que desmoralizam os esquemas narrativos da tradição (BENJAMIN, 1994b).

Os casos relatados por Suassuna, à maneira da narrativa tradicional, traduzem e sintetizam sua cosmologia em alegorias concretas, de fácil compreensão, ao mesmo tempo em que transmitem valores associados aos seus juízos éticos e estéticos. Este senso prático da narrativa, que sempre traz um ensinamento moral de fundo ou uma lição de vida, é mais uma característica do narrador nato.

Várias das histórias contadas por Suassuna eram repetidas há anos em suas entrevistas e aulas-espetáculo. Todavia, o fato de muitos saberem de antemão o que seria dito e também o fato de o próprio palestrante saber que boa parte da plateia estaria a par de suas anedotas, não impedia as aulas-espetáculo de continuarem lotadas e criavam uma atmosfera de cumplicidade entre narrador e ouvintes. É o acordo tácito que fundamenta a narração como ato coletivo, neste caso mais voltado para a performance em si da narração do que para o conteúdo da narrativa. O descolamento de sua antiga função, que consistia em passar adiante os ensinamentos da tradição, propicia a ressignificação do ato de narrar em espetáculo e a leitura de suas marcas típicas como vestígios da autenticidade de um passado perdido.

Era comum, nas várias entrevistas que concedeu ao apresentador Jô Soares na televisão, o entrevistador pedir a Suassuna que contasse novamente histórias que ele já tinha ouvido, tal como a que trata do mentiroso de Taperoá, cujo protagonista é um narrador que, segundo Suassuna, inspirou a composição do personagem Chicó, do “Auto da Compadecida”.

[...] ele era um ator, Jô! Ele ficava mentindo e nós ficávamos numa roda todos assistindo, ele contando [...] aí um dia chegou um sujeito implicante lá e disse: ‘essa história que você está contando não é verdade não, que eu estava lá e vi’. Aí ele disse: ‘não! É verdade!’ Aí, o camarada: ‘não, não é!’ [...] Aí de repente ele disse: ‘muito bonito isso que você fez. Agora tá todo mundo constrangido. Eu constrangido, o pessoal aqui também [...] todo mundo sabe aqui em Taperoá que eu minto!’ Aí virou pra gente e disse: ‘me digam uma coisa: vocês gostam mais das minhas mentiras ou da verdade desse besta?’ Aí todo mundo aplaudiu Chicó e o besta teve que sair. (SUASSUNA, 2007)

O *caso* acima, contado com a graça e a maestria do narrador que domina as ferramentas da oralidade intraduzíveis para a escrita, resume a preferência de Suassuna pela fantasia ao invés da realidade, ou a necessidade do devaneio para tornar suportável a vivência do real, como tantas vezes explicou em artigos sobre estética. Reflete ainda a perspectiva barroca, que busca integrar o mundo imaginário ao real, traço tão marcante em sua cosmovisão. Porém, em nenhum de seus tratados sobre estética, a ideia seria comunicada de forma tão concisa quanto na anedota citada.

Ao abordar a distinção entre magia e técnica, Benjamin (1994a) traça uma analogia entre ambas,



sugerindo que a técnica seria para o mundo contemporâneo, o que a magia fora para as sociedades pré-modernas. Suassuna comunicava seu desconforto com a tecnologia, essa magia contemporânea, por meio de narrativas bem-humoradas. Mesmo vivendo na cidade, levaria o público a crer em sua aversão às novidades modernas.

Eu não tenho nada contra o computador não, mas o computador tem contra mim. Você veja, outro dia uma amiga minha, Jô, foi colocar meu nome [...] Tem um computador aí agora que quando acha que está errado, recusa e faz uma sugestão, não é? Pois bem, ela foi botar meu nome completo. Meu nome completo é Ariano Vilar Suassuna. Ela colocou o nome Ariano, o computador aceitou. Ela colocou Vilar, ele recusou e sugeriu “vilão”. Aí ela botou Suassuna, ele recusou e não sei se por causa do número de “s”, sugeriu assassino. Quer dizer, meu nome no computador é “Ariano Vilão Assassino”. E ainda acham que eu sou contra o computador, ele que é contra mim! (SUASSUNA, 2007)

Para justificar sua habitual resistência a viajar de avião, indiferente às estatísticas que comprovam a segurança do transporte aéreo, relata, numa de suas aulas-espetáculo, um diálogo com um amigo que tentava inutilmente convencê-lo da insegurança do transporte terrestre:

Mas rapaz, você vai num carro por essas estradas, o carro cai num buraco [...] você é capaz de morrer! Aí eu disse: pior é o avião! Aonde ele vai, o buraco acompanha [...]

, gesticula, simulando um buraco que acompanha o movimento do avião.

Para criticar a padronização modernista na ambientação e no protocolo dos aeroportos brasileiros, Suassuna se queixava da mesma voz feminina que o perseguia em todos eles, e perguntava-se como aquela mesma locutora poderia viajar a tantos lugares diferentes em tão pouco tempo. A plateia desabava em risos: “Todos os aeroportos são iguais”, reclamava (SUASSUNA, 2011).

Parte em função de sua conhecida resistência a viagens, parte em decorrência de suas convicções políticas nacionalistas, Ariano jamais saiu do Brasil. A fim de comprovar que tratava-se de uma questão de escolha e não de falta de oportunidade, costumava contar um conhecido episódio de sua juventude, que certa vez chegou a relatar também numa de suas colunas da *Folha de São Paulo*, sugestivamente intitulada “Desaforo”:

Um dia, sendo nós ainda jovens, dois amigos meus meteram na cabeça que eu deveria fazer um curso de literatura em algum país europeu. Falaram com o pessoal da Aliança Francesa, conseguiram passagem, hospedagem e vaga num curso em Paris. Já estavam cuidando do passaporte quando um deles me disse: “Você tem que ir porque, sem um curso na Europa, nenhum escritor brasileiro pode conhecer verdadeiramente o Brasil”. Na mesma hora, desmanchei a viagem. Que mistério seria aquele? Se fosse assim, um jovem escritor alemão também jamais poderia entender a Alemanha sem fazer um curso no Brasil. E daí por diante, passei a recusar todos os convites que recebia para viajar. Não queria incorrer no erro dos que vão fazer cursos fora e nunca mais se curam: ficam para sempre desajustados, porque nem são mais brasileiros nem se tornaram alemães ou americanos, como talvez sonhassem antes de ir. Além disso, detesto viajar,

e não vejo nenhuma necessidade de estar pra lá e pra cá, afastando-me do sossego da minha casa e do convívio com a família, tão importante para mim. Existem, até, alguns lugares que eu teria gosto de conhecer: Portugal, a Espanha, o Norte da África, a Sicília, a Grécia, a França, e outros. Mas estão muito longe. Eu iria, contente, ver o Mediterrâneo se ele fosse ali na Paraíba, no Rio Grande do Norte ou em Alagoas. E tem mais: de todos os lugares que citei, meu preferido é Portugal, por ser o único país da Europa onde o povo tem, como nós, o bom senso de falar português. É por isso, então, que nunca saí do Brasil. Mesmo assim, no ano passado, a propósito do lançamento do “Romance d’A Pedra do Reino” em Paris, um jornalista francês disse que eu sou ‘extremamente culto’. Confesso que fiquei orgulhoso. Não por ver reconhecida minha suposta cultura, mas por ter me tornado ‘culto’ aqui: tal cultura, se existe, foi adquirida exclusivamente pelo estudante e professor, que fui, da Universidade Federal e da Católica, ambas de Pernambuco. (SUASSUNA, 1999, p. 1-2)

O nacionalismo convicto de Suassuna também se manifestava em vários casos por ele narrados. Numa crítica às tentativas cada vez mais frequentes, e nem sempre bem-sucedidas, de batizar filhos com nomes que remetam a grafias e sonoridades estrangeiras, geralmente anglo-saxônicas, contava a seguinte história:

Tá demais. Até nos nomes! Tão considerando os nomes brasileiros nomes de segunda classe! Se algum de vocês tem nome estranho, me perdoe. A culpa não é de vocês não. Não é nem do pai. Isso é uma lavagem cerebral que a gente sofre desde menino. E que eu acho que é minha missão

chamar atenção pra isso. Outro dia eu cheguei na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), dei uma aula e os jovens fizeram uma fila pra pedir autógrafa. Aí chegou uma moça junto de mim, e eu disse:

- Como é seu nome, minha filha?

Ela disse:

- Wheydja.

- Como é que se escreve?

Ela disse:

- W-H-E-Y-D-J-A.

- Pois não! Pa-ra Whey-dja... (simula escrever num papel).

Atrás de Wheydja, tinha outra:

- Como é que você se chama, minha filha?

- Whemytta

- Como é que se escreve?

- W-H-E-M-Y-T-T-A.

Aí eu disse:

- Você é irmã de Wheydja?

- Como você adivinhou?

O melhor de tudo foi que atrás tinha um rapaz que parece que ouviu minha conversa com as duas e deve ter pensado: “esse homem é um analfabeto”. Aí quando chegou a hora dele, eu disse:

- Qual o seu nome?

E ele:

- Hugo, H-U-G-O. (SUASSUNA, 2011)

As marcas da oralidade são ressaltadas pelo ato de soletrar, que surpreende o ouvinte ao revelar, no fluxo da narrativa, a estranha grafia dos nomes. O desfecho bem-humorado, ao mesmo tempo em que tenta fazer crer no ridículo da atual profusão generalizada de nomes impronunciáveis ou incompreensíveis, abre-se à leitura de uma provável ignorância do velho sertanejo ou de sua inadequação ao mundo moderno. Essa mesma inadequação



foi exemplificada por Suassuna em conferência no Tribunal Superior do Trabalho (TST), quando revelou não usar telefone celular:

Aquilo é uma escravização. [...] Para um sertanejo, o próprio telefone fixo é uma coisa meio misteriosa. Eu acho meio mal-assombrado [...] a gente falando com uma pessoa sem a pessoa estar perto [...] e aquele então que é sem fio! É misterioso demais pra mim [...] não gosto não. (SUASSUNA, 2012)

Apesar de residente numa capital litorânea desde 1942, Suassuna, sempre que tinha oportunidade, colocava-se na posição de sertanejo e, como tal, resistente à incorporação do aparato tecnológico moderno em seu cotidiano.

Nesse sentido, à medida que se construía publicamente como personagem “autenticamente” tradicional, utilizando-se, entre outras ferramentas, da forma de narrativa descrita por Benjamin, ele se inseria como produto na sociedade de consumo, ao mesmo tempo em que representaria a sobrevida de um discurso histórico sobre a região Nordeste na mídia nacional, por meio de sua resignificação em objeto de consumo do “autêntico”. Nessa perspectiva, o consumo do autêntico reforçaria a imagem de alteridade calcada no exotismo, marcas históricas das representações hegemônicas sobre a região Nordeste.

Suassuna resgatava um estereótipo de sertanejo “puro” em sua performance narrativa, e assim deslocava seu lugar de enunciação. Rompia com o que se esperava da fala de um habitante da cidade, de um professor de filosofia ou de um autor consagrado pela academia, posicionando-se na fronteira estratégica entre o mundo citadino e o universo rural, apresentando ao público urbano um sertanejo “sob

medida” para seu consumo. Mesmo reconhecendo-se atravessado por influências urbanas, optava pelo recurso à tradição e negação das tecnologias modernas como estratégia de afirmação de uma identidade própria. Ao construir sua imagem como um sujeito “arcaico”, reconhecia sua defasagem diante dos hábitos e aparatos tecnológicos modernos, mas desdenhava de tudo isso em favor de sua suposta autenticidade. Dentro da lógica contemporânea, o consumo simbólico de sua subjetividade “arcaica” se inseria no movimento mais geral de busca pela autenticidade da experiência no mundo atual.

Ao representar seu personagem arcaico, Ariano Suassuna dialogava profundamente com o imaginário do público urbano. A Rede Globo explorou esse viés não apenas nas representações do universo sertanejo expressas em sua obra teatral e literária, mas também nas frequentes entrevistas realizadas com o autor em programas, tais como o *talk-show* de Jô Soares ou a revista dominical *Fantástico*. Nelas, assim como em suas aulas-espetáculo pelo Brasil afora, Suassuna se mostrou como um personagem coerente com seu universo simbólico e reinventou a si próprio como narrador.

REFERÊNCIAS

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

ALVES, Elder Maia. *A economia simbólica da cultura popular sertanejo-nordestina*. Maceió: UFAL, 2011.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994a. p. 165-196.

_____. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994b. p. 197-221.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Cia. das Letras, 2010.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

LÖWY, Michael; SAYRE, Robert. *Revolta e melancolia: o romantismo na contramão da modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1995.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: neurose*. Vol. 1. São Paulo: Forense Universitária, 2011.

ROJEK, Chris. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SUASSUNA, Ariano. *Aula-espetáculo*. Tribunal Superior do Trabalho (TST). Brasília. 18 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8ieVa2tVPac>>. Acesso em 24 jul. 2014.

_____. *Aula-espetáculo*. Sindicato dos professores de São Paulo. 29 set. 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=HuRc-UVxIbk>> Acesso em: 27 mai. 2013.

_____. Entrevista. *Programa do Jô*, São Paulo: Rede Globo, 5 jun. 2007. Entrevista a Jô Soares. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=l1GDZ4wDhvg>>. Acesso em jul. 2014.

_____. Opinião. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 2 mar. 1999, p. 1-2.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.

(Re)inventando o autêntico na mídia: Ariano Suassuna e a espetacularização do narrador tradicional
Amilcar Almeida Bezerra

Data de envio: 1 de agosto de 2014
Data de aceite: 21 de outubro de 2014.

