



Revista Internacional de Folkcomunicação

ISSN: 1807-4960

revistafolkcom@uepg.br

Universidade Estadual de Ponta Grossa
Brasil

Araujo, Margarete Panerai; Fajer, Roberta Fernandes
Aulas-Espectáculo: Comunicação e Cultura Brasileira¹
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 16, núm. 36, 2018, -Junio, pp. 199-213
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.16.i36.0012>

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631766334013>

- [Cómo citar el artículo](#)
- [Número completo](#)
- [Más información del artículo](#)
- [Página de la revista en redalyc.org](#)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Aulas-Espetáculo: Comunicação e Cultura Brasileira¹

Margarete Panerai Araujo²

Roberta Fernandes Fajer³

RESUMO

O artigo descreve a comunicação como um processo social, cujo foco analisa a ação em defesa da cultura brasileira, desenvolvida pelo escritor, dramaturgo, romancista, poeta e professor Ariano Suassuna e de suas aulas-espetáculo. O método utilizado foi qualitativo e descritivo. Infere-se que as aulas-espetáculo são veículos acumuladores e aceleradores culturais e representam as novas correntes da folkcomunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Cultura; Ariano Suassuna.

Entertainment-and-Entertainment: Brazilian Communication and Culture

ABSTRACT

The article describes communication as a social process, whose focus analyzes the action in defense of Brazilian culture, developed by the writer, playwright, novelist, poet and teacher Ariano Suassuna and his show classes. The method used was qualitative and descriptive. It is

¹ Artigo apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) em 2016 em São Paulo.

² É pós-doutora em Administração Pública e de Empresas em Políticas e Estratégias pela FGV EBAPE/RJ (2013); e pós-doutora em Comunicação Social, Cidadania e Região na UMESP nas Cátedras UNESCO e Gestão de Cidades (2010). Possui Doutorado em Comunicação Social pela PUCRS (2004); Mestrado em Serviço Social (1999); e Especialização em Antropologia Social (1989). Sua graduação com Bacharelado e Licenciatura é em Ciências Sociais pela PUCRS (1987). É professora-pesquisadora da Universidade La Salle, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Memória Social e Bens Culturais. Correio eletrônico: margarete.araujo@unilasalle.edu.br.

³ Mestrado Profissional em Memória Social e Bens Culturais na Unilasalle (2017). Especialização em Administração em Marketing pela Fundação de Ensino Superior de Pernambuco - FESP UP (1986), especialização em Administração e Planejamento de Turismo pela Fundação de Ensino Superior de Pernambuco - FESP UP (1985); Graduada em Comunicação Visual pela Universidade Federal de Pernambuco (1983).

inferred that show classes are accumulating vehicles and cultural accelerators and represent the new currents of folkcommunication.

KEY-WORDS

Communication; Culture; Ariano Suassuna.

Introdução

Este estudo tem por objeto descrever a comunicação como um processo social, pressupondo uma bidirecionalidade do emissor para o receptor, e do receptor que passa a ser emissor. Com foco na folkcomunicação, que analisa a troca de informações e manifestações culturais e atitudes da massa através de agentes e meios ligados ao folclore, apresenta-se uma retrospectiva histórica da comunicação e uma análise das aulas-espetáculo – exemplo de ação em defesa da cultura brasileira – do escritor, dramaturgo, romancista, poeta e professor Ariano Suassuna. O método utilizado foi qualitativo cujos materiais de pesquisa foram bibliográficos descritivos. Este artigo está dividido nesta introdução, no referencial teórico e nos dados de análise, oferecendo um rápido panorama de Ariano e sua obra e das aulas-espetáculo, enquanto ações de comunicação em defesa da cultura brasileira.

Estudos da comunicação

A comunicação torna comum a informação, que é um processo social, pressupondo uma bidirecionalidade (retorna como emissor para o receptor), e o receptor passa a ser emissor. Wolf (1995) afirma que, quando se pensa na história da Comunicação, pensa-se na história da humanidade, pois comunicação é a linguagem. E o que caracteriza a linguagem é o ser humano, o único capaz de criar uma referência e um referencial, e também criar símbolos e meios de comunicação.

A noção de comunicação, dos séculos XVII e XVIII, foi ligada ao processo de urbanização. Seu desenvolvimento englobou também o final do século XIX, cujo princípio teórico, projetado no núcleo da ideologia e do progresso, inspira uma das primeiras concepções de uma ciência da comunicação. Numa visão de sociedade coerente e integrada a comunicação tornou-se um componente básico. Com a indústria cultural, que aparece junto com a publicidade, em 1840, ela foi acompanhada com o cinema, a ópera, as histórias em

quadrinhos e o fotocine. A modernidade marcou vários momentos da história da comunicação como a revolução industrial, as conquistas de outras regiões, os produtos das metrópoles, as guerras entre as potências e o desenvolvimento global, etc.

Wolf (1995) e Mattelart (1999) sintetizaram alguns momentos teóricos significativos, e esse pensamento colaborou com as noções e um histórico parcial da internacionalização da comunicação. Desde a teoria hipodérmica entre as duas guerras mundiais e a difusão das comunicações de massa as teorias da propaganda destacaram os fatores retóricos e psicológicos que eram utilizados. Nos anos seguintes os paradigmas de análise sociopolítica (quem diz o quê, a quem, em que canal e com que efeitos) ofereciam suas características. Já a Teoria de abordagem empírico-experimental ou da persuasão mostrou sua contemporaneidade e os estudos psicológicos experimentais ofereciam uma relação mecanicista e imediata entre o estímulo e a resposta, típica das pesquisas sobre os *mass media* (WOLF, 1995).

A teoria funcionalista acentuou a explicação das funções exercidas pelo sistema de comunicação de massa e concentrou-se nos problemas da manipulação já com uma orientação sociológica da *comunicação research*. Também a Teoria culturológica teve características fundamentais no estudo das massas distinguindo seus elementos antropológicos mais relevantes e a relação entre o consumidor e o objeto de consumo. O objeto de análise que se procura atingir é a definição da nova forma de cultura da sociedade contemporânea. O autor e o texto que inaugurou esta corrente foi Edgar Morin e seu Espírito do tempo. A indústria cultural de 1962, cuja polêmica contra o objeto de estudo foi representada pelos *mass media* e contra a sociologia da comunicação de massa era evidente: mesmo que os *mass media* veiculassem e defendessem a cultura de massa, ela só poderia ser tratada a fundo pelo método da totalidade através de uma sociologia da cultura contemporânea e uma fenomenologia sistemática apoiada numa pesquisa empírica de Morin, segundo Wolf (1995). A cultura de massa formou um sistema de cultura, constituindo-se como conjunto de símbolos, valores, mitos e imagens, que dizem respeito tanto à vida prática, como ao imaginário coletivo. Todavia, não foi o único sistema cultural das sociedades contemporâneas, que congregam realidades policulturais, onde a cultura de massa se faz incluir, controlar e censurar, corromper no sentido absoluto (WOLF, 1995, p.90).

A internacionalização da Comunicação, segundo Mattelart (2000) ampliou consideravelmente essas análises sobre o processo de globalização, oferecendo instrumentos para a construção do pensamento sobre o poder geopolítico. As relações dos fenômenos da comunicação na trajetória da globalização, na retrospectiva de Mattelart (2000), permitiram dizer que a comunicação internacional surgiu com o nacionalismo moderno.

Mas foi somente no século XX que as mais diversificadas formas de comunicação forçaram a adoção de uma língua universal e, outra própria em esfera particular. A geopolítica do mundo, fomentada pela Guerra Fria, serviu para encobrir as lógicas geoeconômicas. Essa força, que passou a ser mundial, se evidenciou no decorrer da década de 1970, com contestações gerais e diversidade na comunicação. Segundo Mattelart (2000, p.99), as “redes globais” dos anos 1980 deram início a um plano de conjunto sobre a Nova Ordem Mundial. Estende-se a uma “cobertura frequentemente tendenciosa, inexata, não objetiva e não adaptada feita pelas quatro grandes agências de imprensa dos países desenvolvidos que monopolizam o mercado mundial de notícias.” (MATTELART, 2000, p. 99).

Com o tempo, o debate ampliou-se num leque de protesto e clamor sobre questões amplas relacionadas à comunicação. E as reivindicações sobre a Nova Ordem Mundial tiveram indubitavelmente uma função de despertar estratégico. A globalização é, conforme Mattelart (2000, p.125-129), primeiramente um modelo de administração de empresas que, respondendo à crescente complexidade do ambiente da concorrência, procederam à criação e à exploração de competências em nível mundial, objetivando maximizar lucros e consolidar suas fatias de mercado. A famosa liberdade de expressão dos cidadãos ganha um novo concorrente direto com a “liberdade de expressão comercial”, passando agora a ser apresentada como um novo “direito humano”. Com isso, Mattelart (2000, p.163) reforçou um contexto marcado pelo retraimento do Estado previdenciário e a derrocada das políticas públicas de ajuda ao desenvolvimento.

Para Rubim (1994) o caminho da mídia realmente transcendeu e até obscureceu significativamente o mero estar atento na mensagem, pois ela se integrou na vida e nos mundos contemporâneos, configurando uma dimensão pública governada por regras específicas que alteram os parâmetros da sociabilidade. Dessa forma, a contaminação da política pela comunicação não se esgotou no deslocamento de poder ocasional pelo monopólio tendencial do ato de publicizar ou na criação de temas, atores, cenários. A política

colocou-se no centro da análise, pois ela incorporou a comunicação. Com essa reflexão, Rubim (1994, p. 48) deixa claro que,

[...] a política deve ser pensada como obrigatoriamente incorporando a comunicação como momento indispensável de sua realização e não como mera divulgação de fato político, entendido como totalidade pronta e acabada, onde e quanto a política já se realizou em sua inteireza e plenitude. Na contemporaneidade, a política para ter existência social e atender aos trâmites dessa atual sociabilidade, necessita compreender a publicização como não exterior (algo que se soma ou se agrega), no momento de sua existência efetivamente social e política (RUBIM, 1994, p. 48).

Portanto, trata-se tanto da luta pela publicização de acontecimentos políticos, quanto da atividade política sintonizada com o contemporâneo. Em seus estudos, Gomes (2004) faz uma revisão de literatura, indicando que a crise da comunicação política, no final dos anos 80 e, primeira metade dos 90, coincide exatamente com o encantamento com o advento dos novos meios de massa; saudando, inclusive, um renascimento dessas possibilidades democráticas. Ele cita que,

[...] o advento do formato Web da internet, no início dos anos 90, trouxe consigo enormes expectativas no que respeita à renovação das possibilidades de participação democrática. Os exageros da retórica da revolução tecnológica são por demais conhecidos para que mereçam maiores comentários. De todo modo, havia nos planos teórico e prático a sincera esperança de uma renovação, induzida pela internet, da esfera pública e da democracia participativa. Praticamente sem exceção, quase todas as formas de ação política por parte da esfera civil podiam agora ser realizadas mediante a internet, do contato e pressão sobre os representantes eleitos até a formação da opinião pública, do engajamento e participação em discussões sobre os negócios públicos até a afiliação a partidos ou movimentos da sociedade civil, da manifestação à mobilização, da interação com candidatos até a doação para fundos partidários ou de organizações civis, da intervenção em fóruns eletrônicos sobre matéria (GOMES, 2004, p. 10).

Gomes (2004), Marques (2009), Eisenberg (1999) relatam em seus estudos que a literatura sobre internet e participação política vem perdendo potenciais, pois os limites dos media digitais, no que se refere ao incremento das práticas democráticas não atinge mais cidadãos e instituições representativas. Os meios de comunicação de massa considerados por esses autores são veículos “acumuladores e aceleradores culturais” e constituem um sistema cultural fundado sobre os meios de comunicação. Convém lembrar que o processo

folkcomunicação também trata dessa tendência natural no sentido do desenvolvimento da circulação de informações, ou seja, da constituição de uma cultura em extensão.

Segundo Beltrão (1980), a folkcomunicação sempre significou a comunicação por intermédio de artifícios populares, ou seja, uma comunicação que se dá por meio do folclore. Esse processo conseguiu atingir as pessoas socialmente marginalizadas, de áreas distantes e ou grupos sociais de contracultura. Benjamim (2008) destacou que a globalização tem esse desafio de consolidar um conhecimento científico que deve ser interdisciplinar caracterizando linguagem e códigos típicos da semiologia e que a folkcomunicação, conforme Beltrão (1980, p. 26),

[...] preenche o hiato, quando não o vazio, não só da informação jornalística como de todas as demais funções da comunicação: educação, promoção e diversão, refletindo o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas por diversas razões e circunstâncias do processo civilizatório (BELTRÃO, 1980, p. 26).

Com essa abordagem parcial de internacionalização da comunicação de massa e da folkcomunicação, analisa-se um dos trabalhos do autor Ariano Suassuna, enquanto modelo acelerador da cultura brasileira.

Ariano: As Aulas-Espetáculo enquanto Comunicação da Cultura Brasileira

Embora muitos pensem que ele era pernambucano, Ariano nasceu na Paraíba, na Cidade da Parahyba – hoje João Pessoa. E sempre se disse um sertanejo, pois, além de seu amor pelo sertão, tanto a família de seu pai como a de sua mãe eram sertanejas. Ele disse ter nascido no litoral por um acaso – esse acaso foi o fato de seu pai ser presidente da Paraíba quando de seu nascimento. A obra de Ariano não foi convencional, assim como não o foi sua trajetória. Seu interesse pela arte começou ainda quando estudante, na época de colégio. Inicialmente foram a música erudita e a pintura que lhe chamaram a atenção. Ele dizia já ter feito de tudo na vida, até ter sido advogado. Em relação a isto, costumava dizer que tinha entrado para o curso de direito por não ter jeito para nada.

No meu tempo não havia essas opções que tem hoje não. No meu tempo só tinha três opções: Medicina, Direito e Engenharia. Quem era bom em conta de somar, ia ser engenheiro; não é o meu caso, eu faço uma conta de somar quatro

vezes, dá quatro resultados errados, cada um diferente do outro. Quem gostava de abrir barriga de lagartixa de manhã, ia ser médico; não gosto. E quem não dava para nada, ia fazer Direito; foi o meu caso (SUASSUNA, 1975, s.p.).

E ele só estudou Direito porque, como dizia, juntou-se com um bando de loucos. Esses “loucos” a quem ele se referia eram estudantes que se interessavam não só pelo direito, mas por humanidades. Eram poetas, pintores, escritores e atores. Entre eles estavam Hermilo Borba Filho e Laurênio de Melo, com quem ele fundou o Teatro do Estudante de Pernambuco, tendo o primeiro como líder. Foi por meio de Hermilo que Ariano conheceu o teatro de Federico Garcia Lorca, um teatro que se baseia no romanceiro popular espanhol. E que lhe serviu de inspiração para fazer teatro com os elementos de sua região (NEWTON JÚNIOR, 2010).

Ariano falava que ele não criava nada, que quem criava era o povo; ele apenas transformava tudo aquilo em histórias. Chegou mesmo a dizer que algumas de suas obras haviam sido inspiradas em folhetos de cordel. É o caso de sua primeira peça de teatro – Uma Mulher Vestida de Sol –, inspirada no romanceiro popular nordestino, e do Auto da Compadecida, que recria textos de cordel. Sendo esta última também influenciada por gêneros de literatura medievais, principalmente por Calderón de la Barca. Mas, como aponta Lima (2014, s.p.), o que Ariano queria evidenciar na sua obra “era a busca pela identidade nacional brasileira, a valorização da cultura nacional e toda sua rica diversidade.” Além destes elementos, sua obra continha uma forte crítica social. E ele, nem sempre, era bem interpretado. Como estudioso da cultura, Ariano também foi o principal idealizador do Movimento Armorial, no início da década de 1970. Esse Movimento traz aspectos do Teatro do Estudante de Pernambuco (TEP), do Gráfico Amador e do Teatro Popular do Nordeste, outros movimentos dos quais, Ariano participou. Perguntado, em uma entrevista, sobre o significado e os objetivos desse movimento, ele respondeu:

O Movimento Armorial foi criado com o objetivo de buscar uma arte brasileira erudita fundamentada nas raízes populares da nossa cultura. E para, através dessa arte, lutar contra o processo de descaracterização e de vulgarização da cultura brasileira (SUASSUNA, 2009, s.p.).

Essa arte brasileira erudita que o Movimento buscava – a Arte Armorial – foi definida assim:

A Arte Armorial Brasileira é aquela que tem como traço comum principal a ligação com o espírito mágico dos “folhetos” do Romanceiro Popular do Nordeste (Literatura de Cordel), com a Música de viola, rabeca ou pífano que acompanha seus “cantares”, e com a Xilogravura que ilustra suas capas, assim como com o espírito e a forma das Artes e espetáculos populares com esse mesmo Romanceiro relacionados (SUASSUNA, 1975, s.p.).

Mas, segundo Newton Júnior (2010), o que ele esperava com o Movimento Armorial era que cada artista brasileiro, em qualquer lugar do Brasil, fizesse em relação à cultura popular do seu estado aquilo que os armoriais estavam fazendo em relação à cultura popular do Nordeste. A ideia não era divulgar apenas a cultura nordestina; ele pensava muito em termos de Brasil.

Esse Movimento buscava as origens ibéricas, mouras, medievais e renascentistas da cultura popular de nosso país. Uniram-se a Ariano outros nomes de destaque na cultura nordestina, como Antonio Madureira, Francisco Brennand, Raimundo Carrero, Gilvan Samico e Géber Accioly, entre outros, com o mesmo intento. Vinculado a esse Movimento, surgiu o Quinteto Armorial. Era um grupo de música de câmara erudita brasileira com base no popular. Faziam uma ligação entre canções do folclore medieval e do estilo popular nordestino e o grupo era composto por seis integrantes; eles tocavam pífano, violão, zabumba, rabeca, viola caipira, violino, flauta transversa e viola. Entre eles estavam Antônio Madureira e Antônio Nóbrega. Este último, após o grupo ter-se desfeito, fez carreira solo com um trabalho que se aproximou ao Armorial.

Ainda no início dos anos 1980, Antônio Nóbrega lançou um bumba meu boi chamado de Boi Castanho do Reino do Meio Dia. Antônio Madureira mais tarde veio a fazer novo trabalho com Ariano; ele participou das aulas-espetáculo que encantaram plateias pelo Brasil afora. As aulas-espetáculo surgiram oficialmente quando Ariano era Secretário de Cultura de Pernambuco, de 1995 a 1998 naquele estado. Nessas aulas eram usados instrumentos como a rabeca e a viola, fruto da pesquisa de Ariano e Antonio Madureira para a valorização dos instrumentos musicais populares.

A primeira aula-espetáculo de Ariano aconteceu em 26 de setembro de 1946, quando tinha apenas 19 anos. Ele foi à fazenda de um primo, no Sertão do Ceará, nas férias e lá conheceu um cantador chamado Dimas Batista. Ele o considerou o melhor que já havia

conhecido. Isso o impressionou tanto que, ao voltar para Recife, pediu que o Diretório Acadêmico do curso de Direito onde ele estudava organizasse uma cantoria. Ele, então, convidou Dimas Batista e outros três cantadores – com quem criou forte amizade – e realizou a cantoria no Teatro de Santa Isabel. Segundo ele: “E foi com essa cantoria que eu dei minha primeira aula-espetáculo.” (SUASSUNA *apud* VICTOR; LINS, 2007, p. 51).

Oficialmente, as aulas-espetáculo surgiram quando Ariano era Secretário de Cultura de Pernambuco, de 1995 a 1998 naquele estado, no governo de Miguel Arraes. Ele aceitou a Secretaria de Cultura mesmo sabendo que não tinha verba nenhuma. De acordo com Newton Júnior (2010), em entrevista recente a uma das pesquisadoras, ele disse: “Ah, então eu vou fazer sem verba mesmo. Vou fazer essas aulas-espetáculo”. Em programa realizado pela TV Senado, do Rio Grande do Norte, diz:

Quando eu assumi a Secretaria de Cultura do Estado eu disse a Dr. Arraes: eu não quero assessores políticos, eu quero assessor artista. Então nomeei um músico, uma bailarina, um gravador, um mestre de maracatu. Eram meus assessores. Porque, inclusive, eu queria fazer da aula-espetáculo uma alavanca, porque eu queria deflagrar em todo o Brasil uma discussão sobre a cultura brasileira. Então eu levava os músicos comigo, porque eu sabia que ia ter pouca verba, então eles trabalhavam pelo salário que recebiam de assessores. E a aula quem dava era eu (SUASSUNA, 2006).

E quando perguntado, no mesmo programa, se o resultado das aulas-espetáculo havia sido positivo, respondeu: “Eu achei que foi. Você me perdoe à mania de grandeza, mas eu acho que hoje existe um outro olhar sobre a cultura brasileira. E eu acho que eu fui uma das pessoas que desempenharam um papel nessa mudança.” (SUASSUNA, 2006). Disse ainda que foi a partir daquelas aulas que surgiu a ideia de sair em caravana por várias cidades. Mas, em verdade, as aulas de Ariano sempre foram espetáculos. Suas aulas, na Universidade Federal de Pernambuco – onde ele lecionava – eram sempre concorridas, chegando a ter estudantes sentados pelo chão – e que nem matriculados nas disciplinas eram. E, segundo os estudiosos de sua obra, sua metodologia era influenciada por Paulo Freire, de quem era amigo. Ele, de fato, encantava os alunos.

Anos depois, foi nomeado secretário especial de Cultura de Pernambuco, no governo de Eduardo Campos, em 2007, quando teve oportunidade de executar o projeto das aulas-espetáculo nos moldes que gostaria. Ainda segundo Newton Júnior – que acompanhou Ariano

em várias dessas aulas –, as aulas eram dadas em cidades do interior de Pernambuco – às vezes cidades muito pequenas –, para pessoas que nunca tinham assistido a um espetáculo erudito.

Ariano tinha verdadeira adoração por circo; foi no circo que teve o primeiro contato com o teatro. E foi esse o formato de espetáculo que ele criou para essas aulas – inclusive porque era móvel –, onde ele fazia uma mistura de ambiente de sala de aula com apresentações de teatro. Ele o chamou de “Circo da Onça Malhada”, onde a onça malhada era o povo brasileiro, numa alusão à miscigenação étnico-cultural da nossa população. Eram apresentados números, tanto musicais quanto de dança, eruditos e de compreensão não muito fácil. Newton Júnior (2010) segue contando que o público sempre gostava. Segundo ele, Ariano tomava por base uma frase de Capiba – um conhecido músico e compositor pernambucano –, que dizia assim:

Dizem que o povo brasileiro gosta dessa música que vai para as rádios, essa massificação. É a mesma coisa: dizem que o cachorro gosta de osso, mas só dão osso para o cachorro. Quando derem o filé e o osso, garanto que o cachorro vai comer o filé, porque o cachorro tem é fome (ENTREVISTADO NJ, 2016).

Ele explica que Ariano aplicava isso na obra de arte, levando um trabalho de qualidade para um público que não teria acesso àquilo de outra forma. Sempre numa linguagem que as pessoas tinham acesso. Era como plantar uma semente. Pessoas cujo contato maior era com o forró eletrônico, com o que estava nas rádios.

Então Ariano chegava com um espetáculo refinadíssimo, de música erudita, de canto e de dança; apresentava isto em praça pública e era ovacionado. Mas, muito desse sucesso se dava pela pessoa dele, e pela forma com que ele conduzia as aulas-espetáculo: contando casos, mostrando, ilustrando; sempre numa linguagem. [...] Ariano tinha um potencial enorme, uma capacidade enorme para falar para qualquer tipo de público. Era um comunicador nato. [...] ele tinha uma capacidade imensa de se comunicar com as pessoas (ENTREVISTADO NJ, 2016).

Além dessas aulas no interior de Pernambuco, Ariano também percorreu o país com suas aulas-espetáculo. Para quem não o conhecia, essas aulas podiam parecer, à primeira vista, apenas mais uma apresentação de um contador de casos. Sim, “casos”, e não “causos” – palavra que ele detestava, segundo sua ex-assessora, a jornalista Adriana Victor comenta em

entrevista concedida em maio de 2016 a uma das pesquisadoras. De fato, ele gostava de contar fatos que viveu e histórias que conhecia. Mas, cada uma dessas aulas tinha um título relativo a um tema de cultura, sobre o qual ele discorria de maneira séria, e acessível a todos. “As pessoas não se davam conta do quanto estavam aprendendo enquanto estavam rindo com ele”, diz Victor. Alguns dos temas dessas aulas foram: “Raízes populares da cultura brasileira”, “Celebração das culturas dos sertões”, “Ecos dos sertões de Canudos” e “Ariano Suassuna – Arte como missão”.

Se pararmos para analisar, o que Ariano fazia desde sempre era a mais pura ação de comunicação e marketing da cultura nacional. Ele propagava a cultura por onde passava e por esse motivo seu trabalho é um exemplo da folkcomunicação. E, se olharmos para as aulas-espetáculo do Circo da Onça Malhada, veremos aí outro aspecto muito importante que se refere ao papel do Estado na promoção da cultura. Na medida em que esse trabalho foi sendo realizado por Ariano enquanto secretário de cultura de Pernambuco, foi vista uma ação cultural idealizada e promovida diretamente no âmbito do Estado. E isto faz uma grande diferença, num momento em que as definições sobre a política e a promoção da cultura têm sido praticamente repassadas pelo Estado à iniciativa privada por meio das leis de incentivo à cultura.

Desde que essas leis foram criadas – e apesar da sua importância no cenário cultural do país –, a cada novo governo, o que se tem visto é a transferência da definição das políticas culturais do Estado para a iniciativa privada. Na medida em que se atingiu o patamar de 100% de renúncia fiscal pela Lei Rouanet, deixou-se de incentivar as instituições privadas a investirem em cultura. Elas, em verdade, não investem mais nada e, o que é mais sério, ainda determina onde esses valores serão investidos, ocupando o papel do Estado na definição das políticas culturais do país. A esse respeito, Antônio Albino Canelas Rubim nos diz

[...] o Estado como agente responsável por políticas culturais é esquecido, a não ser como repassador da imensa maioria dos recursos. A intensa divulgação das marcas das empresas nas atividades culturais apoiadas nas leis de incentivo faz com que público e sociedade imaginem equivocadamente que existe uma grande mobilização de recursos privados para a cultura (RUBIM, 2011, p. 19).

É claro que quando falamos na participação do Estado na definição das políticas culturais não estamos dizendo que este deve deliberar de forma unilateral acerca dos investimentos em cultura. Sobre isto, Rubim (2011, p. 23) destaca:

Um Estado – nem máximo, nem mínimo – pode e deve produzir cultura em íntima conexão e sinergia com a sociedade, desde que seja capaz, enquanto arranjo democrático, de garantir, através de variados dispositivos, uma autonomia relativa para os personagens do campo cultural – criadores eruditos e populares, intelectuais, artistas, cientistas etc. – e da sociedade (RUBIM, 2011, p. 23).

No exemplo do Circo da Onça Malhada, o Governo de Pernambuco usou o marketing para, de fato, promover cultura. A última aula-espetáculo de Ariano foi realizada no dia 18 de julho de 2014, durante o 24º Festival de Inverno de Garanhuns (FIG), cidade do Agreste de Pernambuco. E no dia 23 do mesmo mês a Onça Caetana (como ele chamava a Morte) o levou.

Cumpriu sua sentença. Encontrou-se com o único mal irremediável, aquilo que é a marca do nosso estranho destino sobre a terra, aquele fato sem explicação que iguala tudo o que é vivo num só rebanho de condenados, porque tudo o que é vivo, morre (SUASSUNA, 1975, p. 133).

Seu trabalho tem fortes raízes: seus livros, traduzidos em vários idiomas, continuarão sendo lidos; suas aulas-espetáculo continuarão informando e divertindo pessoas que se valem dos recursos de mídia existentes para continuar a assisti-las incansavelmente, como se cada vez fosse à primeira. E ele continuará a missão que tomou para si “... de defender a cultura brasileira” (SUASSUNA *apud* VICTOR; LINS, 2007, p. 119). Assim a nova corrente da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão percorreu o fluxo inverso e as aulas- espetáculo hoje retroalimentam as indústrias culturais e a folkmídia.

Conclusões

O artigo objetivou descrever a comunicação como um processo social apresentando parcialmente um exemplo de ação em defesa da cultura brasileira através do escritor e professor Ariano Suassuna e de suas aulas-espetáculo enquanto exemplo da folkcomunicação. Relatar sobre esse estudo a partir de sua obra possibilita perceber realmente que as aulas-

espetáculo se constituem em veículos de “acumulação e aceleração culturais”. Ao tomar para si a missão de defender a cultura brasileira, Suassuna não mediu esforços e atuou em várias frentes. Assim como no Movimento Armorial, idealizado por ele, que atraiu muitos outros artistas, plantando uma semente que se desenvolve até os dias atuais, nas aulas-espetáculo, ele propagava a cultura brasileira por meio do riso e, levou conhecimento a vários pontos do Brasil: desde as ruas do interior de Pernambuco até as demais regiões do país. Usando de linguagem acessível, conseguiu transmitir temas de grau de complexidade elevada a quem, muitas vezes, sequer sabia ler. Oportunizou as pessoas o contato com o que ele considerava cultura de qualidade, esperando com isso despertar nelas o interesse por algo que fosse além da cultura de massa.

Referências Bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BENJAMIM, Roberto. Folkcomunicação: Da proposta de Luiz Beltrão à Contemporaneidade. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, ano 5, nº 8 e 9, p. 281-287, jan. e dez. 2008.

DE CARVALHO, Ângela Maria et al. Folkcomunicação: Análise das Influências do Conceito desde sua Gênese Até a Contemporaneidade. XVIII CONGRESSO DE COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 18, 2013, Bauru. **Anais...** Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1592-1.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2015.

DEMO, Pedro. **Metodologia das ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1995.

EISENBERG, José. Internet Popular e Democracia nas Cidades. **Revista IP – Internet Pública**, Belo Horizonte, n. 1, p. 7-24, jun. 1999. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/journals/2/articles/30777/public/30777-32946-1-PB.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2010.

FAJER, Roberta Fernandes. **Narrativas de memória e cultura em Ariano Suassuna**. 2017. 166 f. Dissertação (mestrado em Memória Social e Bens Culturais) - Centro Universitário La Salle, Canoas, 2017. Disponível em: <http://biblioteca.unilasalle.edu.br/docs_online/tcc/mestrado/memoria_social_e_bens_culturais/2017/rffajer.pdf>. Acesso em: 9 set. 2016.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

LIMA, Guilherme. **Ariano Suassuna e a identidade do Brasil cultural**. In: Obvious – Escritos da Ansiedade. 2014. Disponível em: <http://lounge.obviousmag.org/escritos_da_ansiedade/2014/07/ariano-suassuna-e-a-identidade-do-brasil-cultural.html>. Acesso em: 08 nov. 2015.

MARQUES, Francisco. A internet e a participação política no estudo de caso Brasileiro: um relato de pesquisa. **Revista Em Questão**, volume 15, número 2. Porto Alegre: 219-247 de junho a dezembro de 2009.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

_____. **A globalização da comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

MORIN, Edgar; SCHAEFFER, Pierre; HALL, Stuart et al. **Cultura e comunicação de massa**. Tradução de C. N Coutinho. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, Serviço de Publicações, 1972.

NEWTON JÚNIOR, Carlos. **Movimento Armorial**: Entrevista – Carlos Newton Júnior (2010). [2010]. Jornal Diário de Pernambuco. Entrevista concedida a Thiago Corrêa. Disponível em: <<http://www.vacatussa.com/movimento-armorial-entrevista-carlos-newton-junior-2010/>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

NEWTON JÚNIOR, Carlos. Entrevista concedida a FAJER, Roberta Fernandes. Fortaleza, 2016. [A entrevista encontra-se transcrita na obra FAJER, Roberta Fernandes. Diário de campo: os bastidores de uma pesquisa sobre Ariano Suassuna. Porto Alegre: Ed. do Autor, 2017. 82 p.]

RUBIM, A. A. C. Crise e Políticas Culturais. In: BARBALHO, Alexandre et al. **Cultura e desenvolvimento**: perspectivas políticas e econômicas. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 13 a 25.

_____. Mídia e política: transmissão de poder. In: MATOS, Heloíza (org.). **Mídia, Eleições e Democracia**. São Paulo: Página Aberta, 1994.

SARTORI, Giovanni. **A política**: lógica e método nas ciências sociais. Tradução de Sergio Bath. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1997.

SILVA, Juremir Machado da; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

SUASSUNA, A. **Ariano Suassuna – Movimento Armorial**. In: Sete Cine Recife. [2015]. Disponível em: <<https://setecinerecife.wordpress.com/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

_____. **Aula-espetáculo: Ariano Suassuna - Arte Como Missão**. TV Senado, Portal de Notícias. Senado Federal. 2013. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/noticias/tv/programaListaPadrao.asp?ind_click=3&txt_titulo_me>

[nu=Document%E1rios&IND_ACESSO=S&IND_PROGRAMA=N&COD_PROGRAMA=3&COD_VIDEO=266488&ORDEM=0&QUERY=&pagina=2](#)>. Acesso em: 04 dez. 2015.

_____. **Auto da compadecida**. 11ª edição. Rio de Janeiro: Agir, 1975.

_____. **Cultura popular e resistência nacional**. [2009]. Revista Princípios. Entrevista concedida a Fábio Palácio de Azevedo. In: Vermelho Portal. Disponível em: <<http://www.vermelho.org.br/noticia/246447-11>>. Acesso em: 06 dez. 2015.

_____. **Programa especial sobre a vida e obra de Ariano Suassuna** - Parte 1. [2006]. TV Assembleia – RN. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fdlj4ryzOyo>>. Acesso: em 04 nov. 2015.

VICTOR, Adriana; LINS, Juliana. **Ariano Suassuna: um perfil biográfico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

Artigo recebido em: 02/04/2018

Aceito em: 04/05/2018