



“Como é linda a minha aldeia”: o papel do nacional-cançonetismo na construção de um Portugal de sonho – turismo, estereótipo e mitificação¹.

Tiago José Lemos Monteiro²

Universidade Federal Fluminense

Resumo

O objetivo deste *paper* é investigar em que medida alguns gêneros musicais populares massivos e midiáticos atuaram no sentido de reforçar uma determinada imagem mítica de Portugal, associada à condição de destino turístico ou direcionada à comunidade migrante residente no exterior, sobretudo durante a última década do Salazarismo (1964-1974) e também ao longo do decênio posterior. No que tange ao nosso (des)conhecimento da produção musical portuguesa contemporânea, percebe-se como a predominância de formatos enquadrados naquilo que se consagrou como nacional-cançonetismo está intimamente relacionada à perpetuação de alguns “recortes” estereotipizantes sobre Portugal, associada, quase sempre, a iniciativas de caráter político e mercadológico.

Palavras-chave

Relações Brasil-Portugal; Música Popular Massiva; Nacional-cançonetismo; Turismo; Comunicação interdisciplinar.

1. Considerações iniciais

O objetivo deste artigo é investigar em que medida alguns gêneros musicais populares massivos e midiáticos atuaram no sentido de reforçar uma determinada imagem mítica de Portugal, associada a sua condição de destino turístico ou direcionada à comunidade migrante residente no exterior. Embora tal imagem seja o resultado de uma estratégia iniciada durante a vigência do Estado Novo salazarista e consolidada ao longo da última década do Regime (1964-1974), percebe-se que esse imaginário continuou a ser perpetuado mesmo após a Revolução dos Cravos (abril de 1974) e no decênio seguinte.

As recentes aparições de Portugal e, sobretudo, de sua capital Lisboa, nos programas de televisão e suplementos turísticos dos jornais brasileiros de grande

¹ Trabalho apresentado à Divisão Temática 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, Mestre em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Membro do LabCULT – Laboratório de Pesquisa em Culturas Urbanas, Lazer e Tecnologias da Comunicação e vinculado ao NP Comunicação e Culturas Urbanas da Intercom. Contato: tjlmonteiro@yahoo.com.br.



circulação ainda parecem bastante vinculadas à imagem consagrada entre nós ao longo das últimas décadas. Como os atuais intercâmbios simbólicos entre os dois países primam pela idéia de assimetria ou pela existência de incontáveis ruídos (Monteiro, 2008), restam os laços históricos que já duram mais de 500 anos a unir as duas nações, razão pela qual apenas efemérides como a celebração do nosso Descobrimento ou dos dois séculos da chegada da corte de Dom João VI parecem capazes de trazer Portugal e a cultura portuguesa de volta à nossa mídia, salvo esporádicas exceções representadas pelas conquistas da seleção lusa de futebol.

Inicialmente, busco estabelecer uma conexão entre o imaginário simbólico consagrado entre nós e as representações mais comuns sobre Portugal que hoje circulam nas revistas e cadernos de turismo, notadamente naqueles cujo foco é a capital Lisboa. Aqui, o interesse residirá menos permanências e rupturas em relação a esse imaginário, e mais nos modos pelos quais os discursos hegemônicos da tradição se articulam a quadros de modernidade cada vez mais imperativos no olhar jornalístico contemporâneo sobre Portugal.

Em um segundo momento, utilizo como *corpus* de investigação o acervo de LPs da loja Modern Sound, situada no bairro de Copacabana (Rio de Janeiro): a partir de uma análise detalhada da seção de música portuguesa do supracitado estabelecimento, foi possível perceber como a predominância de formatos enquadrados naquilo que se consagrou como nacional-cançonetismo está intimamente relacionada à perpetuação de alguns “recortes” estereotipizantes sobre Portugal, associada, quase sempre, a iniciativas de caráter ao mesmo tempo político (quando sob a chancela do Secretariado Nacional de Informação) e mercadológico, num contexto posterior aos acontecimentos de Abril. Com isso, espero poder estabelecer uma interface entre as reflexões sobre o discurso turístico e a abordagem comunicacional do universo musical popular midiático, evidenciando os diálogos e conexões possíveis entre o campo da comunicação e perspectivas de outras disciplinas.

2. “Formas tradicionais” e “quadros de modernidade” nas representações de Lisboa em periódicos turísticos – um ponto de partida

Com a progressiva desmaterialização da economia, apontada, entre outros autores, por Harvey (1994), Featherstone (1995) e Castells (1999), no contexto do capitalismo tardio, o consumo de signos e a valorização da experiência imaterial passam



a legitimar, mais do que nunca, o incremento de atividades turísticas possuidoras de uma proposta algo diferenciada. Não basta mais visitar os pontos-chave determinados por um roteiro inalterado há três décadas: é preciso *viver o lugar*, acumular sensações, percorrer circuitos ausentes dos guias de turismo, mas constantes na cartografia cotidiana daquele espaço.

Tome-se como exemplo o programa *50 por 1*, exibido pela Rede Record de Televisão, no qual, dentre as inúmeras experiências lisboetas vividas pelo apresentador Álvaro Garnero, andar de elétrico pela parte antiga da cidade se configurava como a que melhor traduzia “a sua Lisboa”. Alternando programas “tipicamente turísticos”, como assistir a um espetáculo de fado e comer queijadas em Sintra, com atividades mais prosaicas tais como surfar na Praia do Guincho e visitar uma antiga farmácia, a cidade (re)construída pelo olhar do apresentador tomava forma na sobreposição de fragmentos dispersos e supostamente singulares, que nomeio de *recortes*, mediados pela subjetividade daquele que dirige o olhar.

Se nos propusermos a refletir, durante breves dois minutos, a respeito das imagens e representações que associamos a Portugal ou à cultura portuguesa, talvez sequer problematizemos a frequência com que certas “marcas de passado” são acionadas, de tão naturalizadas que tais formas se constituíram. Portugal é o “avozinho distante”, e a cultura portuguesa, concebida a partir de referências que, na melhor das hipóteses, datam da década de 50 do século passado: é de acordo com essa lógica, por exemplo, que nossa concepção de literatura portuguesa permanece atrelada aos Camões, Ecas e Camilos de priscas eras, avançando, no máximo, até Fernando Pessoa, e apenas tangenciando José Saramago em virtude da legitimação internacional simbolizada pelo prêmio Nobel concedido ao escritor em 1998. Quando pensamos em Portugal na condição de destino turístico, são os azulejos, as quintas, os vinhedos, os castelos, o velho casario do Porto, os bonecos típicos em miniatura e os *souvenirs* do Santuário de Fátima que predominam sobre as auto-estradas, os centros comerciais, os trens de alta velocidade e as construções modernas, como o Oceanário de Lisboa ou o Pavilhão da Expo. Não me parece coincidência que Manoel de Oliveira, o mais velho cineasta ainda em atividade (100 anos completados em 2008), represente metonimicamente todo o cinema português (Monteiro, 2008; 2009).

Mantendo o foco na capital Lisboa, mas sem desconsiderar que o imaginário turístico associado a Portugal e consagrado entre nós mistura indiscriminadamente elementos de regiões, culturas e, em certa medida, “sentos comuns” distintos entre si



(possibilitando que a trilha sonora de um passeio pelas praias do Algarve seja algo próximo do vira minhoto, conforme demonstrado por recente edição do programa *SBT repórter* sobre Portugal), o objetivo desta seção é verificar em que medida o supracitado imaginário, tão profundamente associado às formas tradicionais e míticas de uma certa cultura lusitana, passa a ser cada vez mais tensionado pela intromissão de diversos quadros de modernidade, vinculados à entrada de Portugal na União Européia, aos fluxos globais de pessoas e significados, à condição de fronteira semi-periférica ocupada pelo país nessa dinâmica (Santos, 2006). O *corpus* da análise é constituído pelas matérias “Portugal barato” (Revista Minha Viagem, jun. 2008) e “Da Baixa ao Alto” (Caderno Boa Viagem, jornal O Globo, julho 2008), bem como pela edição especial “Isto é Portugal” da Revista Viagem e turismo (maio 2008).

À exceção do suplemento Boa Viagem, com dez páginas inteiramente dedicadas à Lisboa, as revistas Minha Viagem e Viagem & Turismo não se restringem à capital. Em sintonia com a linha editorial da publicação (que consiste na listagem de passeios, hotéis e restaurantes de baixo custo), a primeira dedica oito páginas a Lisboa, duas ao que o repórter nomeia de “Escapadelas de Lisboa” (consistindo em programas nos arredores da capital que justificariam viagens de um dia, como Óbidos, Évora e Sintra), duas para o Porto e duas para “Cidadezinhas” destacadas em virtude de interesses específicos, como religião (Fátima), vinho (Peso da Régua, na região do Douro) ou mesmo uma centenária Universidade (Coimbra). A segunda, por sua vez, dedica 18 páginas a Lisboa (sendo que oito destas consistem em um ensaio fotográfico em preto e branco abordando o universo das casas de fado – como se o gênero fosse exclusivo da capital), dez à região do Douro (com destaque para a produção de vinhos), seis ao Porto, ao Alentejo e ao tema “Hospitalidade”, e quatro à temática da “Fé”.

Comparando-se as três matérias, a abordagem da revista Viagem e turismo é a que mais se pauta pela exaltação das formas tradicionais, direcionamento explícito já a partir dos títulos das seções. “Melancolia” e “Alma” são os termos usados para nomear, respectivamente, o ensaio sobre casas de fado e a reportagem sobre Lisboa – na verdade, uma reunião de depoimentos de escritores, fotógrafos e artistas plásticos que nasceram ou moram na capital portuguesa, mais impressionista do que factual (portanto em sintonia com certas demandas do contemporâneo por uma abordagem em que mediação das subjetividades permaneça às claras), o que talvez explique o tom mítico de algumas falas: “Lisboa é uma cidade onde se encontram anjos a pairar nas esquinas” (Reis, 2008); “As sete colinas de Lisboa (...) descem sobre o mar à procura de amor



eterno” (Honrado, 2008); “Lisboa fica no sangue” (Queiroz, 2008), dentre outras. O único trecho no qual se identifica a intromissão de eventuais quadros de modernidade é na descrição do processo através do qual “as alfacinhas passaram dos xales negros e das sabrinhas de ráfia aos *fuck me shoes* e *clutches*, do buço à civilização do *Sex & the city*” (Salazar, 2008), que, no entanto, não deixa de interpelar algumas formas tradicionais da ordem do estereótipo.

Avaliação semelhante pode ser feita da matéria da revista *Minha viagem*: menos poética do que a abordagem anterior e mais calcada no fornecimento de dicas que barateiem a viagem do leitor – “em comparação com Inglaterra, Alemanha, Itália, (...) se gasta menos fazendo turismo na terrinha. (...) Agradeça ao real forte que deixou Portugal mais acessível” (Portas, 2008) – tanto as ilustrações quanto os textos escritos privilegiam a dita “tradição” dos passeios pela região da Alfama, com suas roupas penduradas nos varais e as habituais casas de fado. Apesar de uma imagem de Fernando Pessoa grafitada num muro lisboeta (que junto com a Torre de Belém funciona como abertura para a matéria) e de uma breve nota de rodapé sobre a área do Parque das Nações (que, contudo, fica “relativamente longe do que interessa”), é a bordo do Elétrico nº 28 que se conhece a Lisboa da revista *Minha viagem*.

Em alguns pontos contrapondo-se radicalmente aos dois veículos abordados nos parágrafos anteriores, a reportagem “Fado moderno à beira do Tejo” do suplemento *Boa Viagem* (jornal *O Globo*) propõe um olhar sobre Lisboa que, sem desconsiderar a finalidade turística das informações fornecidas, adota uma estratégia dialógica em relação às formas tradicionais e aos quadros de modernidade, constituindo uma bem vinda exceção. Estão lá os bondes, os castelos, as antigas casas de comércio e, sobretudo, num tratamento mais para o afetivo do que para o anedótico, os costumes idiossincráticos do povo português: no entanto, também aparecem as lojas de design, moda, acessórios e decoração (como *Maomao*, *Happy Days*, *Hold Me* e *The Wrong Shop!*, onde é possível encontrar desde camisetas com estampas *pop* até Galos de Barcelos em versão *gay friendly*), os cafés e terraços frequentados pela juventude lisboeta e as casas de fado “vadio”, como a *Tasca do Chico* – locais ainda relativamente à margem do circuito turístico.

Como se vê, apesar das eventuais intromissões de determinados quadros de modernidade, é através da mediação das formas tradicionais que percebemos a cultura portuguesa. Nas próximas seções, dedico-me a investigar em que medida a fossilização



desse imaginário pode ser vinculada à promoção sistemática de alguns conteúdos musicais.

3. “É tão bom ser pequenino”: a construção político-mercadológica de um Portugal mítico

Em sintonia com outros fascismos europeus no que diz respeito à busca obsessiva pelas “autênticas raízes” da Nação, bem como no apelo sistemático a um passado de glórias no qual repousariam as evidências incontestáveis de um futuro grandioso, o discurso oficial do Estado Novo Salazarista consistia, em linhas gerais, na exaltação de todos os valores que fossem percebidos como características singulares do povo português, pensado como totalidade uniforme. Coube ao Secretariado de Propaganda Nacional viabilizar este discurso sob a forma de iniciativas culturais diversas. Criado em 1933, o Secretariado de Propaganda Nacional era o órgão público responsável pelas atividades de propaganda política, comunicação social, turismo, informação e cultura durante o regime do Estado Novo. Em 1945, teve seu nome alterado para Secretariado Nacional de Informação, Turismo e Cultura Popular, ou simplesmente SNI³. Durante seu período mais representativo, entre 1933 e 1950, quando esteve sob a chefia de António Ferro

[o SNI] organizou várias exposições de arte popular, promoveu o concurso da aldeia mais portuguesa, editou livros de temática etnográfica, lançou espetáculos e palestras com dança e música populares, tentou estabelecer um estilo decorativo contemporâneo inspirado nos motivos rústicos, [e] criou os bailados Verde-Gaio, companhia de dança marcada por um repertório de cariz folclórico (Alves, 2007, p.1).

O projeto desenvolvimentista de Salazar convivia com a defesa de uma concepção engessada de tradição, segundo a qual residiria na imutabilidade de certas formas culturais o caráter singularizador de uma identidade nacional forte. As motivações por trás desta estratégia são evidentes: é mais fácil manter sob controle uma cultura fossilizada do que uma em constante transformação, capaz de se articular em torno de discursos e práticas contra-hegemônicas. Não por acaso, tanto a política cultural interna

³ Houve ainda uma terceira mudança de nome, em 1968, quando o SNI passou a se chamar Secretaria de Estado de Informação e Turismo.



do Estado Novo quanto a externa, centralizada em torno do SNI, concentraram-se na defesa de uma suposta autenticidade da cultura das aldeias, do folclore do interior (da região das Beiras, do Minho, do Alto Douro e do Alentejo, de forma precípua) sobre a cultura “contaminada” da classe média urbana – curiosamente, a mesma classe média urbana que funcionava como principal pilar de sustentação ideológico do salazarismo.

A apropriação empreendida pelo regime, entretanto, solapava os processos sociais, históricos e simbólicos que deram origem a estas formas, retendo apenas os elementos pitorescos desse “Portugal profundo” mitificado que, longe de evidenciarem o seu carácter mutável, acabavam por consolidar seu fabuloso anacronismo, criando, assim, um “perfil idílico da nação, (...) encenador do mundo campestre das aldeias, inventor de ranchos folclóricos e de galos de Barcelos” (*id. ibid*)⁴.

A figura do “camponês esteta” (Alves, 2007) tão exaltada pelos concursos e exposições organizados pelo SNI, encontra correspondência no conceito de populismo estatizante que Canclini (1997) utiliza para compreender a relação entre cultura popular e formas de governo na América Latina, retendo a idéia de que

a sabedoria e a criatividade populares são encenadas como parte da reserva histórica da nação frente aos novos desafios. (...) Os valores tradicionais do povo, assumidos e representados pelo Estado, ou por um líder carismático, legitimam a ordem que estes últimos administram e dão aos setores populares a confiança de que participam de um sistema que os inclui e os reconhece (Canclini, 1997, p. 264).

Há que se destacar, no entanto, que as estratégias folcloristas empreendidas pelo SNI de António Ferro não eram direcionadas eminentemente para as classes populares, “produtoras” das formas que o regime apropriava, mas sim às classes médias e camadas mais altas da sociedade portuguesa, bem como ao público estrangeiro, sobretudo em sua condição de migrante⁵ ou turista⁶, reforçando a idéia de que toda identidade nacional

⁴ Também é possível identificar nessa postura ideológica ecos do surto folclorista identificado por Burke (1989) na Europa de finais do século XIX, segundo o qual tendiam a ser consideradas mais “puras e autênticas” as manifestações culturais oriundas do meio rural, justamente em virtude de seu aspecto tosco, mal acabado e, por conseguinte, mais capaz de articular sentimentos originais da Nação, imunes à influência de discursos transnacionais como o Iluminismo.

⁵ Vale lembrar que as décadas de 40 e 50 correspondem ao momento no qual o fluxo emigratório português foi mais intenso durante o século XX, e que a promoção destes conteúdos musicais, somada ao controle do tráfego de informações entre Portugal e Brasil efetuado pelo regime, terminava por perpetuar a imagem de um país igualmente mítico e preservado no tempo, tornado possível graças aos esforços do regime salazarista, revelando-se, por isso, politicamente estratégica.

⁶ É nesta época que surgem, por exemplo, as Pousadas de Portugal, “pequenos estabelecimentos hoteleiros onde o conforto moderno surgia a par da decoração inspirada nos motivos populares; sítios que fariam guerra a uma decoração passadista e sem identidade própria, composta de naperons, reposteiros pesados, colunas e solitários, substituindo-a por bonecos de barro e olarias regionais” (Alves, 2007, p. 6). Um exemplo de Pousada ainda em funcionamento pode ser encontrada nas imediações do Castelo de São Jorge, em Lisboa.



depende de sua legitimação por outras “comunidades imaginadas” para se afirmar enquanto tal (Alves, 2007). E para que tal objetivo fosse alcançado, era preciso mobilizar toda uma infra-estrutura de mídia e propaganda que, embora incipiente em Portugal àquela altura, revelou-se capaz de atuar nos mais diversos campos culturais.

No que diz respeito à música produzida e difundida durante esse período, cabe questionar, no contexto da política cultural salazarista, que gêneros musicais seriam esses? Para fins deste *paper*, restrinjo o foco da minha abordagem àquilo que ficou consagrado como *nacional-cançonetismo*. A expressão define, a princípio, as canções e o tipo de música que o regime salazarista apoiava e cuja execução incentivava, nas emissoras de rádio e televisão, bem como no que dizia respeito às edições discográficas. Coube ao nacional-cançonetismo ajudar a reproduzir uma série de estereótipos do nosso “senso comum mítico” sobre Portugal (Santos, 2006), entre eles a figura do português “pobre, mas honrado” e da “casa portuguesa com certeza”, que se apoiavam na exaltação de banalidades e assim ajudavam a obscurecer a real situação política e econômica do país.

Os elementos constituintes desse senso comum mítico, por sua vez, estariam diretamente relacionados a algumas variáveis históricas, políticas e sociais (que vão desde a figura do Navegador consagrada à época dos Descobrimentos até os eventos que cercam o desaparecimento de D. Sebastião) a partir das quais uma certa narrativa nacional portuguesa, que acabou por se tornar hegemônica, foi escrita ao longo dos séculos. Curioso é perceber como certas percepções míticas transbordam, inclusive, para o âmbito das Ciências Sociais, cujo esforço deveria ser no sentido de desconstruir tais discursos. É imbuído por este espírito que um antropólogo como Jorge Dias (*apud* Santos, 2006: 59-60), por exemplo, vai definir a "personalidade de base" dos portugueses a partir de características tão essencialmente lusas quanto o ato de respirar, tais como as virtudes da abnegação e do sacrifício, uma "enorme capacidade de adaptação a todas as coisas, idéias e seres", "um vivo sentido da natureza, ...um fundo poético e contemplativo" e, por fim, o fato de o português "colocar o coração acima de todas as coisas". O imaginário nacional-cançonetista, por sua vez, não ocasionalmente efetuará apropriações deste discurso, em textos de apresentação de álbuns no qual o português (quando associado à bravura, o gênero em questão é sempre masculino; à mulher parece restar o papel de eterna Penélope, sempre à espera do retorno do amado, ou de mero deleite para os olhos) é retratado como alguém que



faz da terra o seu leito de nações. Estende não apenas as fronteiras de sua pátria, mas as fronteiras do seu corpo, sob o céu da nova pátria, que continua a ser a mesma. Leva e impõe, rudemente, os mesmos hábitos, o mesmo idioma, a mesma ternura ou o mesmo carinho áspero como sua pele. O português acredita que a humanidade, como o amor, é universal. O português acredita, como as Escrituras, que de um sangue são todas as nações dos homens (David Nasser in *Portugal do meu amor*, trilha sonora original do filme de Jean Manzon, 1967).

No entanto, é preciso delimitar melhor as particularidades desse estilo musical: ele seria “nacional” em virtude da promoção sistemática de valores compreendidos como essenciais do caráter português, conforme a cartilha do Estado Novo; e “cançonetista” por se apoiar no formato canção – sobretudo o da *chanson* francesa, com suas orquestrações e harmonias características – e plasmá-la a determinados elementos da música tradicional e/ou folclórica portuguesa, como a guitarra ou a concertina, numa espécie de síntese entre o rural e o urbano que garantia a essa música uma projeção midiática considerável⁷. Isto nos permite concluir, pelo menos nesse primeiro momento, que o nacional-cançonetismo talvez seja menos um gênero em si e mais um modo de operacionalização estratégica de outros gêneros musicais, conforme atestam inúmeras das coletâneas que serão analisadas na próxima subseção deste *paper*.

Após a queda do regime, em 25 de abril de 1974, Portugal experimentou um breve período de euforia política que, no âmbito cultural, traduziu-se num aumento da presença midiática dos cineastas e cantores de intervenção. Com a contra-revolução de novembro de 1975, que pôs um freio na pretensão socialista do Movimento dos Capitães, reascendeu ao poder uma corrente política mais conservadora e disposta a ampliar a abertura (sobretudo econômica) de Portugal para o restante da Europa. Nesse contexto, paralelo à penetração, cada vez maior, da música popular massiva de origem anglófona (que ajuda a explicar, entre outros fatores, o *boom* do pop/rock português dos anos 80), consolida-se uma nova forma de nacional-cançonetismo, agora atendendo a disposições eminentemente mercadológicas e atrelado à sedimentação da imagem de Portugal como destino turístico. O exemplo mais representativo do neo-nacional-

⁷ Julgo importante efetuar essa distinção de modo que o nacional-cançonetismo não seja compreendido como sinônimo de todo e qualquer conteúdo musical promovido durante o período do Estado Novo. Diversos fados e peças de origem folclórica também foram apropriados por releituras nacional-cançonetistas (tome-se como exemplo o disco *Romarias de Portugal* (1968?), cujo repertório a princípio é composto por marchas e viras de cariz popular, mas que uma audição atenta revela a intromissão de uma orquestra e de discursos de exaltação à Mocidade Portuguesa), e nem por isso tais gêneros devem ser confundidos, *stricto sensu*, com o nacional-cançonetismo, posto que este envolve aspectos técnico-formais, dinâmicas de produção e circulação e estratégias de conformação de sentido relativamente distintas. Da mesma forma, nem todo cançonetismo é “nacional”: basta vermos a obra de Carlos do Carmo, situada em algum lugar entre o fado e a canção, mas em cuja produção não se fazem presentes elementos capitais do estilo.



cançonetismo talvez seja o cantor Roberto Leal, muito popular no Brasil durante os anos 80 (Correia, 1984).

4. Portugal, um “jardim musical”⁸: uma análise do discurso nacional-cançonetista

Durante o mês de abril de 2008, efetuei três visitas exploratórias à loja Modern Sound, situada em Copacabana (bairro da Zona Sul carioca com alta incidência turística) e consagrada internacionalmente pelo variado acervo de CDs e DVDs musicais. Após recente reforma no estabelecimento, no subsolo da loja passou a funcionar uma espécie de “sebo” de discos antigos, com repertório bastante variado e preços entre R\$ 10 (álbuns editados no Brasil) e R\$ 20 (importados).

O primeiro dia foi dedicado a uma pesquisa bastante simples: comparar a seção de “música portuguesa” do primeiro piso da Modern Sound com a mesma seção no setor de LPs usados. Concluída essa primeira sondagem, pude perceber como a quantidade de álbuns editados nos últimos dez anos é infinitamente menor do que a dos álbuns que, por estarem numa loja de usados, decerto frequentaram o toca-discos de alguém entre as décadas de 50 e 80. Além de a quantidade ser menor, também o é a variedade de artistas contemplados: em contraposição à pluralidade do setor de vinis, nas estantes de CDs o repertório se resume a Mariza, Madredeus, Roberto Leal e coletâneas variadas dedicadas ao fado, não ultrapassando a marca de 20 exemplares. Passível de ser vinculado ao universo do pop/rock, apenas o segundo álbum da banda Toranja, cujas conexões com a música brasileira foram por mim discutidas em outro artigo (Monteiro, 2008). Tais conclusões preliminares não fugiam ao esperado, pois é sabido que os altos índices de consumo de música portuguesa durante as décadas de 60 a 80 estão relacionados ao vasto mercado representado pelos migrantes que vieram de Portugal na leva dos anos 50, e que a brusca redução desses índices nos últimos dois decênios pode estar vinculada ao fato de tal imaginário simbólico e musical não ter sido atualizado, de modo a parecer atraente para as gerações mais novas, sejam elas luso-descendentes ou não.

O segundo e o terceiro dias foram dedicados à exploração em profundidade do acervo de LPs disponíveis na seção de “música portuguesa” do subsolo da loja, de

⁸ Expressão utilizada na contracapa do álbum *Biografia do fado* (s/d), de Manuel Taveira.



acordo com o seguinte procedimento metodológico de coleta e tabulação dos dados: em uma planilha, registrava o nome do disco e do artista responsável pelo álbum; quando disponíveis, o ano e o local de edição, acrescidos de informações que parecessem relevantes para os objetivos da investigação; por fim, a partir de uma rápida avaliação do material, tentava vinculá-lo a determinada classificação genérica, por mais que elas se revelem problemáticas se tomadas como categoria autônoma e essencialista⁹.

Há que se levar em consideração ocasionais imprecisões de registro e avaliação dos dados coletados, pois o próprio caráter oportunista de alguns dos álbuns analisados dificultava a obtenção de informações mais detalhadas. De um total de 190 discos disponíveis no acervo, em pouco menos da metade a informação do ano de edição não se encontrava disponível; dos exemplares que fugiam a essa regra, apenas 26 foram editados após a década de 80, com a grande maioria se concentrando entre a segunda metade dos anos 60 e o final da década de 70. Mas mesmo nos discos sem data de edição aparente, a partir de características como a arte gráfica das capas e a redação dos textos anterior à reforma ortográfica do início dos anos 70, podia-se deduzir que sua edição certamente precedia a Revolução dos Cravos. Trinta e três foram editados em Portugal, sete em locais diversos como Itália, Holanda, Estados Unidos e França e os demais consistiam em edições brasileiras.

É particularmente interessante cruzar os dados referentes ao local de edição dos álbuns com a provável classificação por gênero dos mesmos, e aqui, mais uma vez, é preciso considerar o caráter volátil de uma rotulação genérica, sobretudo quando é virtualmente impossível escutar todos os discos e a análise acaba por se basear no repertório, no aspecto gráfico dos álbuns e, na falta de maiores informações, no modo como o próprio cantor/ produtor do disco se apresenta.

Isto posto, registro que pelo menos 67 dos quase 200 discos podiam ser indubitavelmente considerados exemplares de nacional-cançonetismo, podendo esse valor ampliar-se para a casa das centenas se considerarmos as imprecisões. Destes 67, 30 consistiam em coletâneas de autoria compartilhada por diversos *performers* e geralmente sob o comando de um diretor de orquestra, e a quase totalidade destes discos consistia em edições brasileiras. Dos álbuns de autoria individual, nada mais nada menos do que 20 eram de Roberto Leal, praticamente a discografia completa do artista

⁹ Concebo os gêneros musicais dentro de uma dupla função: como um modo de classificação mercadológica da música com vistas à aquisição de uma determinada audiência, e também em sua função mediadora, negociando expectativas e modalidades de audição de acordo com os códigos da gramática musical em questão (Frith, 1996; Janotti Jr., 2003)



até o início dos anos 90. No gênero fado, majoritariamente representado por Carlos do Carmo e Amália Rodrigues, que juntos totalizavam cerca de 25 discos, por sua vez, era possível encontrar tanto discos editados no Brasil quanto exemplares importados.

No âmbito da (assim nomeada) Música Popular Portuguesa, em contrapartida, dos únicos quatro álbuns disponíveis, dois (*Baile no bosque*, do Trovante, e *Canto da boca*, de Sergio Godinho) haviam sido editados no Brasil. Dos dois discos vinculados ao gênero pop/rock (ou, melhor dizendo, dos álbuns cujos autores são artistas mormente vinculados ao gênero pop/rock), o homônimo de Rui Veloso era uma edição nacional e *Mano a mano*, do grupo Resistência, importada. Isto se desconsiderarmos o singularíssimo álbum *Nau de Paz*, coletânea com propósitos quase diplomáticos – sendo compreensível, portanto, que tenha sido editada no Brasil – organizada por Roberto Leal em 1989 e contendo gravações de nomes tão díspares quanto os “roqueiros” Xutos & Pontapés, Lena D’Água e Tozé Brito e o velho cançonetista Francisco José. O texto de apresentação do álbum é particularmente elucidativo no que diz respeito aos propósitos do mesmo.

A música da nossa terra, essa nau ancorada ao longe durante tantos anos, à espera de desembarcar sua tripulação. Mas afinal chegou o dia da grande descoberta, não há de ter sido em vão a luta de tantos navegadores heróicos que aqui chegaram para abrir caminho. E todos nós que acreditamos nesse sonho, queremos dizer à nau ancorada: desçam, marinheiros portugueses, vamos todos juntos cantar para esse país que um dia nasceu sob os nossos pés e pensou pela nossa cabeça. Como um pai que sente vontade, no seu imenso carinho, de embalar um filho já grande, nós queremos trazer o nosso canto para o Brasil¹⁰.

Interessaram-me, sobretudo, as coletâneas, por nelas ficar mais evidente a função propagandística-turística do nacional-cançonetismo. Essa função, na maioria das vezes, ia muito além da seleção do repertório ou do conteúdo expresso nas letras das canções, passando pelo estilo de orquestração empregado, pelo *design* das capas e por textos de apresentação dos artistas que, quase sempre, recorriam a elementos da ordem do estereótipo para transmitir ao leitor/ouvinte uma determinada imagem de Portugal. Não ocasionalmente, o nome da empresa, entidade ou organização patrocinadora do álbum costumava ser mencionado¹¹.

¹⁰ Aqui, percebem-se ecos do argumento constantemente problematizado por Boaventura de Sousa Santos (2006), e muitas vezes utilizado por Eduardo Lourenço (1991, 2001) de que a relação Brasil-Portugal costuma ser pensada em termos psicanalíticos, o que dificultaria a abordagem das Ciências Sociais e terminaria por reforçar os sentidos comuns míticos.

¹¹ Outros exemplos: o álbum *Rainha dos portuguesas* (s/d), de Maria Augusta, é editado no Brasil com apoio da Charmer Tour, “com a garra que só um português de corpo inteiro possui”; *Tempo de crescer* (s/d), de Rui Vasco

No caso da TAP, até hoje a principal companhia aérea a operar no trecho Brasil-Portugal, por exemplo, a menção podia se dar de forma menos ou mais explícita. Na contracapa do álbum *Roberto Leal Especial – gravado ao vivo no Casino Estoril* (1984) em meio a uma coleção de fotografias nas quais vemos o artista em plena Praça do Comércio lisboeta, subindo as escadarias de uma viela da Alfama cercado de criancinhas e abraçando uma senhora idosa vestida de preto, encontramos o cantor dentro de um avião, acompanhado de uma legenda mais do que esclarecedora: “Um agradecimento àquela que tornou este sonho realidade: TAP – Air Portugal”. Já no peculiaríssimo disco *De Ipanema à Alfama* (1971), cujo repertório constitui-se de uma improvável alternância entre fados e canções da bossa-nova, a fotografia de capa nos apresenta a um apaixonado casal (luso-brasileiro?) cujo cenário, ao fundo, é emoldurado pela lateral de um avião da companhia.

A arte gráfica das capas nacional-cançonetistas também tende a privilegiar imagens bucólicas associadas à vida no campo e nas aldeias ou monumentos turísticos de imediato reconhecimento (mirantes de Lisboa, a Torre de Belém, o Padrão dos Descobrimentos ou a Ponte 25 de abril – à época, ainda chamada Ponte Salazar), em detrimento de quaisquer quadros de modernidade associados, por exemplo, aos centros urbanos de Lisboa e Porto. Notadamente nos álbuns que dialogam com o imaginário do fado, reproduzem-se instantâneos de tascas e tavernas, sendo constantes a presença da guitarra portuguesa ou dos tradicionais Capas Negras.

A iconografia da guitarra portuguesa também aparece mesmo nos discos em cujas capas não há fotografias, mas sim ilustrações. Paradigmática nesse sentido é a coletânea *Portugal com amor – 40 sucessos inesquecíveis: Grupo Verde Vinho e convidados*, que curiosamente possui o brasileiro Guto Graça Mello como diretor de produção: vemos, lado a lado, uma garrafa de vinho Mateus Rosé e uma guitarra portuguesa, cujos formatos em muito se assemelham – tanto que, gradativamente, a garrafa se hibridiza com a guitarra e vice-versa. No bojo da garrafa, por sua vez, identifica-se uma reprodução da Torre de Belém.

A contracapa do álbum também oferece material para reflexão: no centro, vemos uma taça de vinho, cuja lateral inferior direita aos poucos se converte num rosto feminino que chora copiosamente. No que tange ao repertório, *Portugal com amor*

Neto (primeiro lugar no 11º. Festival Mundial da Canção Migrante), inclui entre seus patrocinadores Besouro Veículos, Escobar Turismo e Viagens, Só Imóveis, TAP, além do auxílio do meio associativo – Casa dos Poveiros e Casa de Vila da Feira e Terras de Santa Maria.



apresenta sucessivos *medleys* temáticos de clássicos cançonetistas, fados e danças folclóricas do Norte do país, em arranjos que misturam sintetizadores, percussão de samba e acordeom, abarcando de “Foi Deus”, “Tudo isto é fado” e “Canção do mar” a “Tiroliro”, “Bate o pé” e “Arrebata”, passando por “Verde vinho”, “Uma casa portuguesa” e “Ó tempo volta pra trás”.

A vinculação entre Portugal e turismo é tão evidente que alguns discos chegam a sugerir que uma simples audição dos mesmos seria capaz de reproduzir as sensações de uma visita (ou mesmo de um retorno) ao país. Evidentemente que a mediação dos discursos do senso comum faz com que elementos de ordem mítica sejam interpelados, (re)criando um Portugal de sonho, quase inalcançável.

Passageiros para Portugal, boa viagem! E quanto à tripulação que nos levará em fantasiosa viagem à terra lusitana, não há o que discutir. O comandante Romeu Fossati está conosco. E vamos viver o doce enlevo de esplêndidos vôos panorâmicos sobre essa pátria irmã e amiga. Nas asas da música sentiremos o calor da afeição recíproca que nos aproxima. E visitaremos Lisboa. E entraremos, deslumbrados, em Coimbra. E avistaremos tricanas às margens do Tejo. E beberemos desse lirismo apaixonante que Portugal inventou. E cantaremos fados tristes como a distância e a saudade. E canções alegres como o amor e a ventura. E sonharemos assim, de olhos abertos e felizes. (*Seleções de Portugal – volume III; s/d*)

Não é preciso ir à Coimbra para sentir o rumor das margens do Mondego (...) nem evocar seus monumentos e portagens, ao se ouvir Alberto Ribeiro. (...) Quem provou os pastéis de Tentugal, que as raparigas de saia franzida à cintura e pernas ao vento oferecem em gorgeios lacrimosos quando a estação da Velha Coimbra regorgita de campônios, capas negras e tricanas – e depois escuta Alberto Ribeiro aqui de longe sente outra vez, muito de perto, no coração e na alma, a Coimbra do choupal com seus queixumes e tantas relíquias históricas. (*Alberto Ribeiro, a voz de Portugal; s/d*)

Quando [Francisco José] cantou, minha infância surgiu, de repente, inteirinha, naquela “adega”, onde eu não sentira, ao entrar, parentesco com a adega da minha casa na Beira. (...) Francisco José cantava (...), Lisboa vinha na voz dele, (...) para que ele afagasse (...) sete colinas banhadas de sol, sete pulsações de um coração iluminado pela saudade. (...) Nada me faria supor que eu iria para longe, muito longe, sem deixar o Rio de Janeiro. (*A volta do fabuloso Francisco José, 1969?*)

Tais conexões persistem se nos ativermos aos títulos de algumas canções. “Férias em Portugal”, “Viagem a Lisboa”, “Como é linda a minha aldeia” (Roberto Leal); “Évora”, “Um turista em Portugal”, “A Guanabara se vestiu de chita” (Francisco José), dentre outras, fornecem instantâneos de um imaginário que, embora esteja em trânsito,



parece fossilizado em torno das mesmas formas tradicionais. E se o turista brasileiro necessita estar com a documentação em dia para conhecer as “tricanas à margem do Tejo”, para fazer o caminho contrário o turista português parece prescindir de passaporte, pois sua natureza de “povo navegante” assim o permite, conforme atestam os versos da seguinte canção de Roberto Leal, espécie de síntese hiperbólica de todos os sentidos comuns que nos habituamos a associar a Portugal.

Português teu passaporte/ Já nem é preciso ter/ Porque Deus já deu a sorte/De nasceres português/(...)/Tu tens na cara um sorriso triste/E quem resiste a esse teu olhar/Que às vezes fala de uma saudade/De outro tempo ou de algum lugar/(...)/E mesmo pobre, quando pões a mesa/Pões a fatura de tudo o que tens/Nossa Senhora reza do azulejo:”Eu te projeto, bom português” (“Português sem passaporte” in *Roberto Leal* [1983]).

5. Considerações finais

Se todo olhar em direção a um Outro nunca é desinteressado ou neutro, sempre implicando algum tipo de recorte, o olhar turístico parece conformar um tipo de recorte repleto de particularidades. Ao turista, na maior parte das vezes, falta tempo ou interesse para conhecer em profundidade a cultura desse Outro. Diante de uma complexidade impossível de decodificar, durante uma estadia de poucos dias ou semanas, tais recortes acabam se tornando espécies de atalhos estratégicos, que ao final do percurso fornecem a volátil impressão de um entendimento pleno. Museus que catalogam determinados episódios da história de um país; monumentos carregados de significados socialmente construídos; lugares de memória capazes de fixar a lembrança de eventos associados a um tempo distante; sem esquecer dos imprescindíveis guias de viagem, que otimizam a busca do turista selecionando as etapas do trajeto consideradas impossíveis de contornar (Nora, 1984).

O olhar turístico não é algo negativo em si. Os problemas começam quando ele se torna o único discurso mediador entre Eu e o Outro, e no que concerne aos fluxos simbólicos entre Portugal e Brasil, às vezes tem-se a impressão de que alguns estereótipos de *uma certa* cultura portuguesa acabam sendo percebidos como sinônimos da *única* cultura portuguesa *possível*. O resultado é que, diante da pluralidade do cenário musical português contemporâneo, o discurso hegemônico brasileiro ainda associa Portugal ao fado, às danças folclóricas ou ao imaginário nacional-cançonetista,



dificultando sobremaneira a penetração de gêneros vinculados ao universo do pop/rock ou da música eletrônica em nosso mercado fonográfico.

Há um entrave adicional que dificulta o nosso olhar reflexivo sobre a cultura midiática portuguesa: são praticamente inexistentes os estudos que se proponham a estabelecer conexões entre as estratégias de circulação de determinados conteúdos musicais e os processos de construção de sentido que viabilizavam a reprodução desse discurso oficial. Ao meu ver, essa escassez pode ser atribuída a uma tendência da pesquisa lusófona no campo da comunicação – felizmente, cada dia menos hegemônica – em privilegiar o texto em detrimento do contexto. Como os conteúdos musicais em questão muito provavelmente não se adequariam ou sequer se aproximariam do que qualquer cânone artístico ou cultural estabeleceria como sendo “de qualidade”, a relevância sociocultural de tais produtos acaba sendo descartada juntamente com o reduzido valor simbólico agregado aos mesmos, num fenômeno semelhante ao verificado no Brasil quando despontaram os primeiros estudos sistemáticos sobre consumo televisivo.

Parece evidente que o objeto da reflexão que aqui se encerra contribui no sentido de problematizar o modo como um gênero musical tão deslegitimado como o nacional-cançonetismo atuou, em sintonia com outras variáveis, no sentido de perpetuar um imaginário até hoje interpelado na nossa maneira de pensar Portugal, e que essa perpetuação, longe de corresponder à tradução de uma essência do “ser português”, é o resultado de uma construção sociocultural e histórica na qual os elementos configuradores de um discurso turístico desempenham importante mediador. Isto talvez sinalize a necessidade de o campo da comunicação buscar estabelecer diálogos cada vez mais frequentes com o instrumental teórico de outras disciplinas, objetivo que este *paper*, embora possuidor de outro foco, de alguma forma se propôs a alcançar.

Por fim, quando mesmo a música popular midiática posterior à Revolução de Abril, ora nomeada como ligeira ora como moderna, se constitui num diálogo ora consensual ora tenso com essa matriz nacional-cançonetista, talvez seja o momento de colocar sob rasura determinados preconceitos de ordem valorativa, a fim de que novos olhares sobre o universo da cultura midiática portuguesa possam ser adequadamente lançados.



Referências bibliográficas

- BORGES, Ana Lúcia. 'Fado moderno à beira do Tejo'. *O Globo*, Rio de Janeiro, 31 jul. 2008. Boa Viagem, pp. 24-33.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede, vol. 1 – A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CORREIA, Mario. *Música popular portuguesa: um ponto de partida*. Coimbra: Centelha/Mundo da Canção, 1984.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FRITH, Simon. *Performing rites: on the value of popular music*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1994.
- HONRADO, Alexandre. 'As sete colinas'. *Viagem & turismo – especial Isto é Portugal*, São Paulo, maio 2008, p. 22.
- JANOTTI JR., Jeder. *Aumenta que isso aí é rock'n'roll - mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.
- LOURENÇO, Eduardo. *O labirinto da saudade: psicanálise mítica do destino português*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1991.
- _____. *A nau de Ícaro & Imagem e miragem da lusofonia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- MONTEIRO, Tiago José Lemos. Muito além da 'Casa Portuguesa': uma análise dos intercâmbios musicais populares massivos entre Brasil e Portugal. *Matrizes – revista do programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*. São Paulo, ano 2, número 1., segundo semestre de 2008, pp. 227-241.
- MONTEIRO, Tiago José Lemos. *Cartografias do imaginário navegante: reflexões sobre a identidade narrativa diaspórica, o "senso comum mítico" e nosso (des)conhecimento da cultura portuguesa contemporânea*. Trabalho apresentado no I Colóquio Binacional Brasil-Portugal do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0208-2.pdf>. Acesso em 27 jan. 2009.
- NORA, Pierre. Entre a memória e a história – os lugares de memória. In: _____. *Les lieux de mémoire*. Paris: Gallimard, 1984. (trad. Patrícia Farias)
- PORTAS, Moreno. 'Portugal barato' e 'Quase nossa casa'. *Minha viagem*, São Paulo, jun. 2008, pp. 48-57.
- REIS, Patrícia. 'A cidade dos anjos'. *Viagem & turismo – especial Isto é Portugal*, São Paulo, maio 2008, p. 21.



QUEIROZ, José Eça de. 'Do castelo a Belém'. *Viagem & turismo – especial Isto é Portugal*, São Paulo, maio 2008, pp. 18-19.

SALAZAR, Tiago. 'Alma'. *Viagem & turismo – especial Isto é Portugal*, São Paulo, maio 2008, pp. 17-18.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 2006.