

Cultura popular em Portugal: de Almeida Garrett a António Ferro

Carla Patrícia Silva Ribeiro

Introdução

O poder, qualquer poder, mas em especial o político, serve-se de elementos simbólicos que lhe garantem consistência, que se assumem como instrumentos de afirmação e domínio, na medida em que orientam a ação e condicionam o pensamento. Com efeito, este poder simbólico é um poder transmutador, é o “poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo”¹.

Um dos elementos simbólicos apropriados pelo poder político é o conceito de “alma nacional”. É atualmente consensual entre os investigadores afirmar que a identidade nacional se impôs como forma de identidade coletiva típica da modernidade, com o aparecimento do Estado-Nação². Esta identidade nacional é encarada como um sentimento de cultura partilhada entre os membros de uma nação, que depende do reconhecimento de um passado comum, sustentado por tradições “inventadas” (Hobsbawm, Thiesse), “reapropriadas” (Gellner) ou “imaginadas” (Anderson) ou por mitos fundadores da nação e lendas de tradição oral (Smith), no espaço geograficamente delimitado do Estado-Nação. A identidade nacional é, desta forma, um reflexo das qualidades espirituais e psicológicas da Nação, que lhe permitem reivindicar a sua singularidade.

Para os movimentos nacionalistas que nascem fruto da ideologia liberal do século XIX, ideologia esta que deixou de fornecer os vínculos sociais e hierárquicos aceites pelas sociedades precedentes, pela “erosão da comunidade imaginada sagrada”³, os vácuos gerados foram preenchidos com novas tradições, novas formas de identificação coletiva, “exercícios de engenharia social muitas vezes deliberados e sempre inovadores”⁴, cujos objetivos eram apresentar a Nação como o oposto do novo, por estar enraizada na mais remota antiguidade, e como o oposto do construído, isto é, como uma comunidade humana natural.

Neste contexto, em grande parte dos Estados europeus, o conceito de “alma nacional” atrás referido ir-se-á espelhar no povo e nas suas tradições. É a história dessa relação que este artigo procurará contar, em Portugal, desde o período romântico até à experiência autoritária do Estado Novo.

1 BOURDIEU, 1989: 14.

2 A maioria dos intelectuais que se dedica às questões de nacionalismo, cultura nacional e identidade nacional situa o aparecimento do Estado-Nação na sequência do processo de democratização que se seguiu à Revolução Francesa, considerando-o, pois, uma formação política característica da modernidade.

3 ANDERSON, 2005: 69.

4 HOBSBAWM; RANGER, 1997: 22.

Cultura popular em Portugal – de meados de Oitocentos à I República

A história da constituição do conceito moderno de povo (a partir do século XVIII, por conseguinte) confunde-se em Portugal com o processo da sua constituição como sujeito político, “com a passagem [do conceito] das margens para o centro do vocabulário político e social”⁵. Neste sentido, “o movimento de ressemantização do vocábulo povo [...] esteve indissolúvelmente ligado à necessidade de dotar de legitimidade a rutura com os antigos regimes e com a respetiva conceção de soberania”⁶.

Durante a experiência liberal iniciada em 1820 – o Vintismo – evitou-se claramente colocar o povo no centro do discurso político, substituindo-o pela Nação, projetada como titular da soberania. Todavia, o conceito de “soberania do povo” ganha força com o movimento setembrista, a partir de 1836, como é possível descortinar em afirmações como esta, de José Estêvão, político e parlamentar da ala mais radical do Setembrismo: “Definir o princípio da soberania popular é reconhecer que o povo é o único senhor de todos os poderes políticos, de todas as faculdades governativas”⁷. O termo ganha nova vitalidade e amplitude semântica com o movimento romântico de finais do século XIX, que completará a metamorfose do conceito, com o povo agora apresentado como as populações rurais que preservariam os costumes ancestrais da Nação da extinção e da contaminação com o estrangeiro, depositário dos valores nacionais.

É um povo mitificado, do romance de costumes e da etnografia romântica, o que ganha protagonismo⁸ – aquele que, escudado do progresso e das influências estrangeiras, soube conservar as raízes da Nação, os valores imemoriais e atemporais que vivem na tradição, apresentando-os na sua forma mais pura. Esta conceção conduz o olhar, centralizando-o no mundo rural, valorizado como o “local exato onde a nação expressaria [...] todo um quadro de valores que importava não só preservar como também difundir”⁹ e que refletiria aquilo que a pátria deveria ser. O mundo rural estabelece-se, assim, na ótica romântica e liberal de Oitocentos, como o fundo original da Nação, porque a aldeia é o *habitat* do povo, verificando-se a “elaboração ideológica ou estética de uma ruralidade mítica, e miticamente simbólica”¹⁰.

Desta forma se compreende que o desenvolvimento dos nacionalismos nos séculos XIX e XX tenha caminhado a par e passo com o estudo e a celebração da cultura popular. As diferentes identidades nacionais apresentam como traço comum a procura e a (re)invenção de uma cultura própria, assente em mitos/crenças de antiguidade da Nação e das suas origens remotas. Para fortificar estas identidades nacionais, torna-se necessário a descoberta dos próprios países: a sua história, os seus heróis, as suas paisagens. Acima de tudo, para reencontrar os fundamentos da Nação, torna-se fundamental regressar ao povo e à sua cultura, encarado como o “fóssil vivo desses primeiros antepassados”¹¹. Em resumo, pode afirmar-se que a ideologia nacionalista conduziu à exaltação de costumes antigos (ou que se crê serem antigos), reveladores (supostamente) de um caráter único e distinto, legitimando, por consequência, a nacionalidade.

A (re)descoberta do popular é operada no sentido que Herder lhe conferiu: como expressão do espírito de um povo particular (*Volkstum*), isto é, procurando o “génio nacional” ou o “caráter nacional”, os modos de pensar, agir e de comunicar peculiares e únicos de cada Nação. Como resultado, verifica-se a mobilização vernácula de etnias demóticas como um espelho que permitia reconhecer um “caráter nacional”, uma comunidade única, um “génio” e uma cultura distinta: fazendo remontar as raízes da nação a um “passado

5 FERREIRA, 2010: 25.

6 FERREIRA, 2010: 26.

7 FERREIRA, 2010: 34.

8 Esta conceção proporcionou ainda uma nova distinção, entre este povo dos campos e o povo urbano, designado a partir de 1870 como “operários”, “classes trabalhadoras”, “classes operárias” e “proletárias”, nos meios de comunicação social e no seio das associações.

9 CUNHA, 1994: 30.

10 SILVA, 1997: 25.

11 ROSMANINHO, 2010: 521.

étnico”¹², confirmava-se a identidade autêntica que existia por detrás dos acréscimos dos séculos, provando-se que, apesar de todas as mudanças, esta permanece imutável.

Neste sentido, o folclore apresenta-se como um campo a partir do qual os regimes extraem conceitos e factos que são seleccionados, controlados e manipulados, pela atribuição de um novo, e ideologicamente rentável, significado, uma vez que se apresenta como a mais direta, emocional e não racional forma de apropriação do “estilo” de uma comunidade e, como tal, uma forma privilegiada de mediação entre o povo e as elites políticas. A partir da segunda metade do século XIX, esta “renascença cultural e populista”¹³ empreendida pelo Romantismo transforma-se em tradição nacional.

Também em Portugal o folclorismo se desenvolveu como um instrumento da cultura do nacionalismo/patriotismo cívico, iniciado pelo Estado liberal de Oitocentos e continuado durante o período da I República portuguesa.

Mas, o que significa este conceito? É um mero sinónimo de folclore, isto é, de “cultura popular”, da ideia da “ciência do povo”? Para Salwa Castelo-Branco e Jorge de Freitas Branco, o folclorismo engloba “ideias, atitudes e valores que enaltecem a cultura popular e as manifestações nela inspiradas”¹⁴, mas num processo que encerra como finalidade “reproduzir representações de memórias sociais a transformar em cultura institucionalizada”¹⁵, socorrendo-se de estratégias de depuração e seleção de conteúdos, reprovando-se certas componentes e promovendo-se outras. Tal justificaria um (aparente) paradoxo: a essência ruralista deste conteúdo ser reproduzida a partir de um quadro urbano. No Estado Novo, por exemplo, verifica-se que as principais entidades que regulam e difundem produtos folclorizados operam a partir da cidade – SPN/SNI¹⁶ e FNAT¹⁷.

Em Portugal, a estruturação de uma sociedade liberal, no pós 1820, exigia “criar uma nova *civilização*, fazendo vingar novas instâncias e padrões de socialização, novas formas e círculos de sociabilidade, novos quadros de valores e normas, novas práticas materiais e simbólicas”; com efeito, “para o estabelecimento de uma *civilização* burguesa, a criação e difusão de uma nova cultura é tão ou mais indispensável que a doutrinação especificamente política”¹⁸. Tal implica a promoção de uma atitude coletiva, de (re)conhecimento da Nação, da sua história, do seu património, das suas tradições, do seu território (paisagens e povoações).

A matriz simbólica oitocentista coloca, pois, a tónica num objeto/sujeito particular da história: o Povo, “realidade matricial, distinta do Estado”, glorificado como a “coluna vertebral da Nação, trave-mestra da [...] identidade coletiva”¹⁹. A etnografia apresenta-se como uma via científica de identificação das qualidades e do carácter da nação portuguesa, pela (re)descoberta do povo rural, o tipo genuíno, que nenhuma influência estrangeira desnacionalizou, onde a singularidade da Nação é bem visível.

De acordo com Augusto Santos Silva, Almeida Garrett foi o primeiro a fazer um levantamento do nosso património literário popular, seguindo o pensamento de que “nenhuma coisa pode ser nacional se não é popular”, como afirma no primeiro volume do *Romanceiro e Cancioneiro Geral*, de 1843²⁰. Mas Garrett deu igualmente destaque às paisagens nacionais, em especial ao espaço rural, algo bem visível na obra *Viagens*

12 SMITH, 1997: 99.

13 HOBBSAWM, 1998: 99.

14 CASTELO-BRANCO; BRANCO, 2003:1.

15 BRANCO, 1999: 37.

16 Secretariado de Propaganda Nacional, em 1944 convertido em Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo, dirigido entre 1933 e 1949 por António Ferro.

17 Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho, fundada em 1935, no seguimento dos modelos italiano e alemão – *Dopolavoro e Kraft durch Freude*. Passou posteriormente à designação de Instituto Nacional para o Aproveitamento dos Tempos Livres ou INATEL.

18 SILVA, 1997: 11 e 13.

19 SILVA, 1997: 23 e 39.

20 SILVA, 1997: 4.

na *Minha Terra*. Na mesma matriz romântica se enquadra Alexandre Herculano, com uma similar valorização do mundo rural: a terra, a paisagem, os costumes. Para Garrett, e para os românticos, amar a Pátria passa por (re)conhecê-la e pela preservação das tradições; pela História e pela cultura popular, portanto, no sentido de coligir e organizar de forma sistemática os elementos capazes de proporcionar uma memória coletiva do passado e, por consequência, dos recursos presentes da Nação, que lhe permitirão fugir “a um destino de degradação, de ‘morte’ coletiva”²¹.

Desta forma, mais do que um interesse académico, trata-se de um interesse político, associado à necessidade da regeneração da Nação, tópico recorrente no discurso político e doutrinário do liberalismo português. No contexto do *Ultimatum* inglês de 1890, “o *traumatismo-resumo* de um século de existência nacional”, como o coloca Eduardo Lourenço²², agrava-se uma crise profunda na sociedade portuguesa, que se vinha fazendo sentir desde as Conferências do Casino (1871), com a dita “Geração de 70”, e que parece ter desencadeado dois conjuntos de sentimentos e atitudes: um pessimismo e uma descrença (em particular face ao império), que percorre toda a década de 90 e quase todos os setores de opinião, por um lado e, por outro, um movimento nacionalista que procura o aproveitamento dos recursos da Nação, vendo-os no campo e nas colónias, embora “em termos ideológicos e também em termos literários, a posição mais retumbante é a celebração compulsiva das virtudes da Nação rural”²³. Como resume Augusto Santos Silva, “na conjuntura fim de século, luto de derrotas e humilhações, expressão pública de sentimentos de desvalia nacional e incapacidade de mudança, esta procura da Nação pelo lado da ‘provincia’, do elemento regional e local, de coisas-e-pessoas-em-terras, oferece um caminho positivo e maneirinho”²⁴, proporcionando, em resumo, uma resposta para a regeneração da pátria.

Ora, para inspirar a “comoção pública” de que falava em 1878 Oliveira Martins, isto é, um sentimento coletivo, de especial importância quando se fala do Portugal pós 1890 e pós *Ultimatum* inglês, recorreu-se ao “método positivo para a fabricação da nacionalidade”²⁵; com efeito, usando o sistema de comemorações públicas imaginado por Auguste Comte em 1848, essencial para o estabelecimento de uma “religião da humanidade”, os republicanos de fim de Oitocentos preconizaram meios de injeção de sentimentos de solidariedade pátria, através de exposições, congressos e comemorações, de que o centenário de Camões, em 1880, foi exemplo maior: os republicanos, por iniciativa de Teófilo Braga, propuseram três dias de férias públicas e, a partir daí, o movimento comemorativo foi crescendo em audiência, com numerosos cortejos cívicos, entre outras atividades, em que chegaram a participar mais de 40 000 pessoas.

Aliás, o papel da doutrinação e da propaganda republicana neste fim de século foi absolutamente decisivo na produção de elementos do nacionalismo português, tendo em Teófilo Braga o seu grande teorizador. Partindo da noção de construção cultural da nação, Teófilo desenvolveu uma teoria sobre a produção dos símbolos e dos rituais nacionais no seu livro de 1884 – *Os centenários como síntese afetiva das sociedades modernas* – onde destaca o culto dos grandes homens (e dos grandes acontecimentos da humanidade) como fator de conhecimento da história nacional. Ainda enquadrada nesta necessidade de estimular o sentimento de nacionalidade, Teófilo Braga dedica-se à investigação dos usos e costumes populares²⁶, para estabelecer aquilo que designa como “bases positivas da nacionalidade”, isto é, o que uniria e daria um caráter próprio aos portugueses, fazendo da cultura popular “o testemunho ‘científico’ tanto da sua remota antiguidade como da

21 SILVA, 1997: 21.

22 LOURENÇO, 1988: 25.

23 SILVA, 1997: 117.

24 SILVA, 1997: 128.

25 RAMOS, 1994: 63.

26 Em especial na obra *O Povo Português nos seus Costumes, Crenças e Tradições*, de 1885.

sua originalidade”²⁷. O objetivo era o de fundamentar a Nação como uma comunidade étnica de descendência, usando-se a História e a Arqueologia para procurar/identificar os antepassados étnicos da Nação, enquanto a Etnografia procedia à demonstração, com base na cultura popular, das relações de continuidade entre esses antepassados e a nação atual; desta forma se compreende que na sua obra de 1904, intitulada *Viriato. Narrativa Epo-Histórica*, Teófilo Braga persevera claramente “na identificação do povo português com os habitantes da Península em tempos bem anteriores à fundação da monarquia portuguesa”²⁸.

Também Joaquim de Vasconcelos empreende um programa etnográfico de deteção e inventariação, nos estilos do passado, das particularidades do “génio nacional”, servindo este passado como fonte de inspiração nacional do presente. Finalmente, a criação, em 1893, do Museu Etnográfico Português, uma iniciativa de José Leite de Vasconcelos, aparece como um marco decisivo neste processo de “nacionalização” do povo, isto é, da construção burguesa do popular.

Desta forma, entre 1870-80, a cultura popular é encarada, estudada e compilada no seu registo oral, um universo formado quase que exclusivamente pela literatura (romanceiro, contos, cancioneiro) e pelas tradições populares (crenças, superstições, festas cíclicas, ritos de passagem), desinseridas dos seus contextos de produção e circulação, até pela forma de recolha, através da literatura e do contacto com eruditos. O povo é visto, então, não como o produtor dos textos recolhidos, mas como o guardador desses textos, anonimamente criados em tempos remotos da Nação. Esta, por sua vez, é entendida como uma unidade homogénea, sem falhas ou descontinuidades, sendo que aquilo que se encontra numa localidade ou área regional é suposto encontrar-se por todo o país, mercê da noção de Portugal como uma comunidade étnica de origens remotas.

Esta é uma imagem positiva da cultura popular, entusiasta mesmo, onde expressões como “tesouro” ou “revelação” denunciam uma “imagem *monumentalizadora*”²⁹ da cultura popular, substância da Nação e ingrediente indispensável à sua própria regeneração. Esta imagética reflete a proximidade do novo campo de estudos relativamente à herança romântica, numa visão do povo identificado “com tudo o que é puro e verdadeiro”³⁰, estando subjacente uma espécie de culto das origens, de um tempo primordial dos antepassados, tendo a literatura e as tradições populares o valor de antiguidades vivas.

Concluindo, este “povo” da antropologia portuguesa das décadas de 70 e 80 do século XIX é um povo filtrado, depurado, pronto a cumprir o seu papel no dispositivo ideológico subjacente ao discurso antropológico (e político) então prevalecente.

Entretanto, a partir de finais do século XIX, em parte graças ao contributo dado pelas exposições internacionais que então proliferam, ganham primazia nestas recolhas etnográficas os artefactos e objetos artísticos provenientes do mundo rural. Esta mudança de direção parece justificar-se pela espetacularidade que este tipo de cultura material podia conceder à Nação, pressionada a provar “a peculiar historically rooted and aesthetically valuable national culture”³¹. Com efeito, para comunicar estas qualidades numa mostra visual, como eram estas exposições, a cultura imaterial de pouco servia “and therefore material folk culture was more suitable for that purpose – and especially such material elements that at the same time were aesthetically appealing: folk costumes and other textiles, vernacular architecture and rooms in the peasant house with richly decorated furniture and implements”³². Resumindo, os elementos da cultura material conferiam um carácter mais tangível à Nação, transformando-se em ícones e emblemas visuais da pátria, com um elevado potencial de apelo emocional.

27 LEAL, 1995: 135.

28 PEREIRA, 2011: 146.

29 LEAL, 1995: 128.

30 LEAL, 1995: 128.

31 STOKLUND, 1999: 6.

32 STOKLUND, 1999: 7.

Também entre nós, e com a viragem do século, o conceito de cultura popular complexifica-se, abrangendo agora a cultura material – tecnologias, formas de vida económica e social, arte. Existindo um contacto mais efetivo com os protagonistas da cultura popular, estes camponeses são agora encarados como uma espécie de “primitivos modernos”. Esta maior proximidade produz a consciência das particularidades regionais portuguesas, muito embora a descoberta da diversidade não seja ainda pensada de forma sistemática.

Apesar de se ter confinado ao mundo restrito do Portugal rural e, portanto, da cultura popular, esta etnografia de final de Oitocentos é “marcada pela sombra do Império”³³, presente nos interstícios do seu discurso.

Como referido anteriormente, neste final de século vive-se em Portugal uma atmosfera, entre a elite intelectual, caracterizada por uma ideologia de decadência geral do país ligada, por um lado, a um padrão mais abrangente do pensamento ocidental no período – os temas da decadência do Ocidente (em especial das raças latinas) e da decadência nacional constituíam então um dos principais tópicos da filosofia europeia – e, por outro, alimentada por uma série de eventos difíceis de digerir para o orgulho nacional, aí se destacando o *Ultimatum* britânico de 1890, que limitou drasticamente os direitos coloniais portugueses em África e deu azo a reflexões cétricas sobre a viabilidade da Nação, construídas, precisamente, em torno da ideia da decadência nacional.

Os trabalhos de antropólogos da altura, como Rocha Peixoto e Adolfo Coelho, traduzem precisamente este subtexto imperial, apresentando uma imagem da cultura popular negativizada, que contrasta nitidamente com a imagem predominante nas décadas anteriores, de 1870/80 (e que voltará, de resto, a dominar a etnografia portuguesa depois de 1910). Os costumes populares são retratados em termos fortemente críticos – Rocha Peixoto, a propósito do interior da casa rural portuguesa, fala da “índole rude e violentamente utilitária, da indigência mental de um povo absolutamente carecido de faculdades artísticas”, enquanto Adolfo Coelho refere-se ao povo português como atingido por uma espécie de “*maladie étnica*”, como “a matéria bruta de um povo e não verdadeiramente um povo”³⁴. Os diferentes aspetos da cultura popular passam a ser vistos, não como testemunhos da permanência de um tempo primordial exaltado, mas como “um conjunto de ‘sobrevivências’ de hábitos e práticas ultrapassadas pelo progresso geral da humanidade”³⁵.

Desta forma, os estudos destes autores podem ser visto como “uma tradução antropológica destas ideias pessimistas diretamente decorrentes do *Ultimatum*”³⁶, isto é, o seu olhar negativo decorre, em parte pelo menos, das questões relacionadas com a condição imperial de Portugal, sendo o povo, anteriormente considerado o guardião da identidade do país, a esperança da sua regeneração, agora visto, também ele, como afetado pela decadência da Nação.

A esta “desmonumentalização” do povo corresponde, nesta transição de século, mais do que uma antropologia de “construção da Nação”, de acordo com a terminologia de Stocking, uma antropologia de problematização, de questionamento, de reconstrução e, até, de des-construção da Nação.

Com o início do século XX, e a instauração da República, parece ter-se seguido a máxima de Guerra Junqueiro: “Não democratizemos a República, nacionalizemo-la”³⁷. Esta era também a tese de Jean-Jacques Rousseau sobre a democracia, no sentido de fazer da “cultura nacional” um dos seus fundamentos legitimadores, em especial através das propostas de juntar os cidadãos em acontecimentos públicos que incutissem o sentimento de comunidade, por um lado e, por outro, no estímulo de um sentimento de afeto pelo

33 LEAL, 2006: 65.

34 LEAL, 2006: 67.

35 LEAL, 1995: 131.

36 LEAL, 2006: 68.

37 RAMOS, 1994: 421.

Estado, pelo conhecimento da sua história, costumes e paisagens, o que, em conjunto, criaria um sentimento de serem um mesmo povo, uma mesma nação, gente com a mesma origem.

Desta forma, dentro do programa cultural e ideológico da I República, tornava-se necessária a instauração de “um culto próprio e oficial, que era o da pátria”³⁸; com efeito, os republicanos cedo perceberam que a democracia requeria o estabelecimento de uma cultura (e consciência) coletiva, promovida pelo Estado, objectivável. Empreendeu-se uma “nacionalização” das massas, assente em instrumentos de integração, como os símbolos da Nação (hino e bandeira nacionais) e os seus rituais (feriados de cariz histórico, por exemplo, e consequentes comemorações públicas).

Paralela e complementarmente, inserido num “movimento nacionalista cultural” que, segundo Luís Reis Torgal, “não tem propriamente um sentido político definido [tendo dele participado] um largo espectro de intelectuais de ideologias diversas”, procedeu-se ao culto das “coisas portuguesas”, isto é, ao “regresso a uma ‘cultura da terra’, à literatura popular originária ou a uma literatura criada a partir das raízes portuguesas [...], a uma história portuguesa, a uma arte portuguesa, a uma arquitetura portuguesa, ao conhecimento dos usos e costumes dos portugueses”³⁹.

Este movimento pode ser examinado dentro do processo mais vasto de “refundação da nacionalidade”, processo este que se fazia sentir desde finais do século XIX e que não era exclusivo de Portugal; com efeito, no mesmo período, verifica-se pela Europa fora (Alemanha, Finlândia, Grécia, Sérvia, Bélgica, Polónia, etc.) uma orientação idêntica, isto é, uma série de estudos folclóricos, de cariz etnográfico, comprometidos com os discursos relativos à identidade nacional e usados como instrumentos de afirmação da Nação. Esta ideia que a verdadeira pátria é representada pelos habitantes do mundo rural é uma característica de quase todas as apropriações nacionalistas da cultura popular, um pouco por toda a Europa. Assim, na Hungria do século XIX, como refere Ernest Gellner, “eram as grandes damas frequentadoras da ópera de Budapeste que se passeavam na cidade vestidas de camponesas”⁴⁰; na Noruega de Oitocentos, “as classes médias urbanas partem para zonas remotas do país em busca de trajos e artefactos pintados que depois apresentam como testemunhos da existência da nação norueguesa”⁴¹; identicamente, na Grécia as mulheres da alta sociedade ateniense encomendam o seu retrato em trajos típicos, decoram os interiores das casas com objetos inspirados no artesanato, bordam ou tecem motivos tradicionais.

Os exemplos dados confirmam a noção lançada pelo estudioso sueco Orvar Löfgren, num artigo de finais da década de 1980 – o da nacionalização da cultura popular. Trata-se de um processo que não é meramente de invenção da tradição, mas um quadro de apropriação da cultura demótica que produz “a correct, authorized and timeless version of folk life [...] through the process of selection, categorization, relocation and *freezing*”⁴².

Sublinhe-se, como acima referido, que estes processos de seleção e depuração dos materiais da cultura popular eram moldados pela sensibilidade estética e moral dos grupos sociais mais favorecidos e cultos, uma vez que esta demanda do popular foi, na maioria dos países europeus onde ocorreu, de pendor fortemente elitista, realizada por grupos de intelectuais. No fundo, o que se verifica é o predomínio de “um conjunto de ideais estéticos exteriores às populações que produziam esses [...] objetos”⁴³.

Retornando ao Portugal da República, nele combatia-se assim o “grande mal” (d)enunciado por António Sardinha: “Hoje desconhecemo-nos”⁴⁴; através de Raul Lino e da mística da casa portuguesa⁴⁵;

38 RAMOS, 2003: 32.

39 TORRAL, 2009: 220.

40 GELLNER, 1993: 91.

41 ALVES, 2007: 68.

42 LÖFGREN, 1989: 8.

43 ALVES, 2007: 164.

44 RAMOS, 1994: 570.

45 Que refletia um desejo de respeito histórico pela tradição e uma sintonia com a cultura do país, mediante a utilização de elementos arquitetónicos que entendia serem tipicamente portugueses – beirais, alpendres, azulejo – num anseio de recuperar a harmonia perdida da paisagem, pelas intervenções do gosto estrangeiro.

do movimento intitulado Sociedade de Propaganda de Portugal, criado em 1906; de Teixeira de Pascoaes e o movimento da “Renascença Portuguesa”, surgido no Porto em 1912, que incluía intelectuais como Jaime Cortesão e Leonardo Coimbra, e que procurava revelar a alma lusitana, integrá-la nas suas qualidades essenciais, no “original espírito da Pátria Portuguesa”⁴⁶, produzindo uma estética que privilegiava os temas históricos e populares, formas de reencontrar a alma nacional perdida. Deste neolusitanismo comungam ainda, em diferentes matizes, Manuel da Silva Gaio, António Correia de Oliveira, Augusto Gil e Afonso Lopes Vieira, que se destaca com a sua campanha de “reaportuguesamento de Portugal. O “(re)aportuguesamento”, a noção de recuperar, restituir, reintegrar a cultura portuguesa, seria, pois, uma “pesquisa científica da vida e arte popular primordiais”⁴⁷, baseada na concepção de que a boa arte era a que provinha do povo.

Defendido por nomes conceituados como José de Figueiredo, diretor do Museu Nacional de Arte Antiga, ou Vergílio Correia, etnógrafo, historiador de arte, arqueólogo⁴⁸, este culto das coisas portuguesas englobou praticamente toda a arte portuguesa da época: era visível nos quadros de José Malhoa, nas fotografias de Emílio Biel, nos romances de Aquilino Ribeiro, na criação musical de Ruy Coelho; foi ainda adotado por companhias comerciais, como é o caso da Companhia dos Caminhos de Ferro, que se dedicou à construção de estações de estilo “nacional”, com alpendres, gelosias, beiradas de telha e azulejos com paisagens e monumentos, ou por jornais como *O Século* ou o *Diário de Notícias*, que lançaram concursos como “Figuras Nacionais” ou “Terras de Portugal”.

Desta forma, nas primeiras décadas do século XX, a cultura popular passa a ser vista como sinónimo de arte popular, compreendendo um conjunto de objetos de estudo como a olaria, os trajes, a casa. É, verdadeiramente, uma “etnografia artística” a que se começa a delinear, com um levantamento de arte popular que não se ficou, contudo, na recolha e sistematização da informação mas, em muitos casos, articulou-se com processos de reinvenção da tradição. Veicula-se, pois, uma imagem eminentemente visual da cultura popular que deve ser mostrada e celebrada, com um interesse claramente focalizado nos objetos em si, mais do que no contexto por referência ao qual faziam sentido. O passado do qual agora se fala é imemorial, atemporal mesmo, visto como algo que se procura preservar e reativar no presente, projetando neste as qualidades estéticas e morais que lhe estariam associadas.

O discurso em torno da cultura popular insiste no local e no regional como unidades de análise principais mas, numa linguagem de claros contornos nacionalistas, logo se postula uma equivalência entre a “pequena pátria” e a “grande pátria”, isto é, entre a região e a Nação. Com efeito, o local e o regional, mais do que traduzir a diversidade da cultura popular portuguesa, constituem retratos típicos que, à sua maneira, representam sempre a mesma essência – a nacionalidade.

Esta escolha de objetos populares com forte poder decorativo enquadra-se bem no fenómeno da objectificação cultural de que fala Richard Handler: “Objectification refers to the tendency of Western logic to imagine nonmaterial phenomena [...] as if they were embodied, or existent as physical objects”⁴⁹. Dito de outra forma, a objectificação cultural centra-se nos processos de seleção de certos elementos culturais (à custa de outros), o seu aperfeiçoamento e reformulação, quando os elementos isolados são corporizados e retirados do contexto original – descontextualizados portanto – e posteriormente recontextualizados, conferindo-se-lhes novos sentidos e significados, agora como signos da identidade nacional. Handler reporta-se, assim, à objectificação cultural como “a construction grounded in the ideology of the present”⁵⁰.

46 *A Vida Portuguesa*. Porto, n.º 1, 31.10.1912, p. 1.

47 RAMOS, 2003: 35.

48 Que continua na I República a tarefa da apropriação nacionalista da arte popular iniciada por Joaquim de Vasconcelos nos finais de Oitocentos; desta forma, é claro nas suas obras o triunfo de um discurso esteticizante e nacionalizador dos objetos populares.

49 HANDLER, 1984: 55.

50 HANDLER, 1984: 62.

É neste período que realmente se verifica a “exaltação estética do universo da arte popular”⁵¹, que depois será a pedra de toque das políticas do SPN/SNI neste campo: um olhar que se centra no objeto profusamente ornamentado (os jugos, os potes de barro, as rocas, o mobiliário, as rendas, o papel recortado), um olhar de glorificação estética, portanto, por um lado; por outro, a associação da arte popular ao sentimento, numa imagem de um lirismo rústico, de um povo de “camponeses estetas” na expressão de Vera Marques Alves. Mais ainda: se por um lado é a sociedade burguesa agora dominante que atribui à cultura popular uma autenticidade que pensa não encontrar em si, por outro lado, o “verdadeiro conhecimento da nacionalidade (a capacidade de a distinguir, de a definir com autoridade) é um privilégio burguês”⁵². Desta forma, falar desta relação entre uma elite letrada burguesa, urbana, e um mundo rural periférico, cujo imobilismo o projeta como universo de inspiração, é falar de um processo de reelaboração cultural, de (re)invenção da tradição, legitimado pela sua demonstração de autenticidade⁵³.

A voga das “coisas portuguesas” insere-se, pois, num contexto de afirmação das novas classes médias, com a ascensão social de profissionais como médicos, advogados e negociantes, que emergiram durante a República e que necessitam de adquirir alguma “tradição”, fazendo-o através dos seus consumos culturais.

Pode concluir-se, de acordo com Vera Alves, que “a emergência [de um] olhar ‘encantado’ da etnografia dos anos 10 sobre os objetos de arte popular e sobre o mundo rural ele próprio foi de facto decisiva para a prossecução da campanha etnográfica do SNI”⁵⁴.

António Ferro e a disputa pelo campo folclórico com Henrique Galvão

A ruralidade assumiu-se desde o início como um dos eixos estruturantes da mundivisão e da imagética do Estado Novo, tendo um apologista e ativo encenador em António Ferro, autor de múltiplas iniciativas destinadas a exaltar uma utopia campestre.

Ferro apresenta-se como o primeiro diretor do SPN, criado a 25 de setembro de 1933, pelo Decreto-lei nº 23 054, e funcionando na alçada direta da Presidência do Conselho. O organismo responde desde logo à necessidade dos “povos que desejam fazer justiça a si próprios e conhecer o seu ressurgimento, que desejam impor-se à sua consciência e à consciência dos outros povos”⁵⁵, isto é, tem como principal objetivo fazer a propaganda do país. Neste sentido, a solidificação do sentimento nacionalista é efetuada pelo “aproveitamento dinâmico da tradição”⁵⁶, mediante um veículo privilegiado na veiculação dos ideais do regime, que assume um claro papel formativo num país com elevadas taxas de analfabetismo: o folclore.

Neste contexto, o discurso folclorista do regime, e de Ferro, procede, não a uma rutura, mas a uma continuação da campanha empreendida na I República.

Todavia, mais do que de folclore, deve aqui falar-se de um movimento de folclorização⁵⁷, uma vez que “as danças, cantares e trajes usuais e espontâneos no seio da vivência da comunidade rural, adquirem preparação estética e organizativa a fim de serem apresentados fora do seu meio natural [...], como espetáculo para um público urbano [...] culturalmente diferente”⁵⁸. Inovando ao conferir um verniz modernista aos elementos desta arte popular, recriados por uma elite, purificados das suas imperfeições e artisticamente embelezados para exposição a camadas mais cultas e, certamente, não populares, eles são, finalmente, metamorfoseados em arte nacional.

51 LEAL, 2002: 268.

52 CABRAL, 1991: 19.

53 Patente nas associações entre típico e autêntico e moderno e inautêntico.

54 ALVES, 2007: 213.

55 “Propaganda Nacional”. *Diário de Notícias*. Lisboa, 25.9.1933, p. 1.

56 LOPES FILHO, 2004: 77.

57 Entendido como um “modelo de receção assente na separação do ator (produtor) e do espetador (recetor)” (LOPES FILHO, 2004: 89).

58 LOPES FILHO, 2004: 78.

A ênfase de Ferro nos recursos de cariz popular, em alternativa às atrações de tipo mais erudito ou cosmopolita, releva de dois conjuntos poderosos de razões: por um lado, não podendo avançar com potência ou inovação, Ferro transforma o atraso em arcaísmo autêntico e, portanto, prestigioso; por outro, uma vez que o país não possuía meios para uma competição direta, o diretor do SPN enfatiza a procura de um fator de diferenciação perante as outras nações, patente em afirmações como: “Sejamos nós, sejamos diferentes, e seremos eternos!”, uma vez que “só o diferente, o inédito, interessa e apaixona os outros povos”, concluindo que “Portugal, na carta do globo, tem a sua cor e o seu desenho próprio, cor e desenho eterno”⁵⁹.

Parece claro que foi através do contacto de Ferro com práticas identitárias desenvolvidas por outros países, em especial as patentes nas exposições internacionais na década de 20, que frequentou enquanto enviado especial do *Diário de Notícias*, que o diretor do SPN compreendeu o valor do uso do demótico e a receptividade intelectual a esta imagética popular, transfigurando estas múltiplas fontes de inspiração num “modelo SPN” de afirmação identitária da nação estado-novista.

Desta forma, as suas opções enquanto diretor do organismo nacional de propaganda, nas décadas de trinta e quarenta do século XX – uma época de crescente eferescência nacionalista na Europa –, de escolha das tradições rurais como idioma de afirmação de Portugal, embelezadas por uma estética modernizante, “nada tem de provinciano”, não sendo “especificamente portuguesa”⁶⁰; inserem-se antes num quadro europeu muito abrangente de elaboração da identidade nacional. Com efeito, “ter uma arte popular – mesmo que tivesse de ser inventada – era fundamental para que um país fosse admitido no concerto das nações”⁶¹, como se foi tornando progressivamente evidente através do relevo a ela concedido nas exposições internacionais. Parece que, nesta época, “ser-se tradicional era um pré-requisito para se ser moderno”⁶².

É neste sentido que melhor se pode entender a disputa pelo campo folclórico sentida entre duas instituições e dois homens do regime estado-novista – António Ferro e o SPN, e Henrique Galvão, na Emissora Nacional (EN).

Com a entrada de Henrique Galvão para a empresa de radiodifusão do Estado, como presidente da Comissão Administrativa, a 10 de Junho de 1935, os programas de propaganda das terras portuguesas foram um dos temas a merecer especial atenção na programação da emissora oficial, com a divulgação das tradições populares de diversas regiões, através de programas pensados pela Sociedade de Propaganda de Portugal, como as rubricas “Arte Popular” e “Usos e Costumes”, de Armando de Lucena, e “Terras de Portugal” de António Montês.

Com efeito, Galvão considerava a Emissora Nacional um organismo que deveria contribuir para o desenvolvimento cultural do país e para a construção de uma identidade nacional. Desta forma, incentivou a produção de programas e espetáculos com o objetivo de fazer reviver e incentivar as tradições populares portuguesas. Exemplo de tal são os sete espetáculos regionais, realizados entre novembro e dezembro de 1935, dedicados ao folclore das diversas províncias metropolitanas, espetáculos estes que passaram por Évora, a 14 de novembro (dedicado à música popular dos distritos de Portalegre, Évora e Beja), Castelo Branco uma semana depois, seguindo-se Porto, Coimbra, Braga, Vila Real e Faro. Nestas iniciativas, destaca-se a apresentação dos governadores civis, que abriam os espetáculos com um discurso explicitando a importância do trabalho desenvolvido pela Emissora Nacional na divulgação do folclore português; paralelamente à transmissão musical, eram proferidas palestras sobre as regiões onde os espetáculos tinham lugar, procurando fomentar sentimentos de orgulho regional das populações⁶³.

59 *Ocidente*. Lisboa, n.º 33, dezembro de 1940, p. 322, 431 e 434.

60 LEAL, 2009: 473.

61 LEAL, 2009: 473.

62 LEAL, 2009: 473

63 Esta iniciativa assemelha-se em muito àquilo que foi organizado através do Cinema Ambulante criado por Ferro, em que carinhas percorriam as

Dois anos depois, a 30 de maio de 1937, Galvão organiza um Cortejo Folclórico e Etnográfico, que decorreu no Campo Grande, em Lisboa, onde estiveram representadas todas as regiões de Norte a Sul do país, bem como os arquipélagos. Segundo Nelson Ribeiro, “tratou-se, pois, de uma ação [que valorizava] o rural e a vida simples da aldeia, em detrimento da vida cidadina”⁶⁴, ao mesmo tempo que se assumia como um dos eventos das comemorações do XI aniversário da revolução do 28 de maio. Ainda em 1937, em outubro, Galvão organiza a II Festa das Vindimas, no âmbito da qual ranchos folclóricos, representando as diversas regiões do país, tiveram oportunidade de disputar variados prémios, nomeadamente os títulos de “Cacho Dourado” e “Rainha das Flores”. Num artigo da *Rádio Nacional*, órgão oficial da EN, estas festas são apresentadas como “glorificando o trabalho, celebrando uma das grandes riquezas económicas do país”, ensinando o povo “que há na vida cousas superiores à rotina abracadabrante do trabalho diário” e “pondo-o em contacto com a beleza”, numa “consagração do folclore das regiões vinhateiras”⁶⁵.

A EN afirmava-se, deste modo, como um importante instrumento de divulgação do folclore das regiões, tendo mesmo realizado gravações de música regional, com vista a incentivar a sua produção e a travar a adesão a modelos estrangeiros/não tradicionais.

Deste breve resumo das atividades de Galvão no que concerne ao folclore nacional, percebe-se que a EN constituiu uma atuação paralela e não complementar à ação desenvolvida pelo SPN, dado nunca ter existido, até final de 1940, um entendimento entre os dois organismos, em grande parte devido à ambição de Ferro de controlar pessoalmente a radiodifusão oficial. Mais, pode mesmo afirmar-se que se trata de uma concorrência às funções de Ferro, no que concerne à propaganda interna do país, algo visível num artigo de 1938, na *Rádio Nacional*, quando aí se refere que a EN “tem sido a voz de Portugal levada por esse mundo fora [tendo vindo a] preencher um lugar de grande importância para a divulgação dos nossos valores [...], do nosso ressurgimento social, político, económico e financeiro, [apresentando-se como] um instrumento de nacionalização, cultura e recreio espiritual” dos portugueses⁶⁶.

A disputa mostrou-se acesa: logo a 1 de janeiro de 1938, Ferro publicava no *Diário de Notícias* um artigo onde apresentava a ideia de realizar “uma alegre feira portuguesa, constituída com pedaços vivos das nossas províncias, ensaio de uma exposição internacional de arte popular a realizar em Lisboa”⁶⁷. O texto originou uma resposta de Galvão, na *Rádio Nacional*, a 9 de janeiro, onde este relembra o projeto da Emissora Nacional, pensado para agosto desse ano, de uma exposição etnográfica portuguesa, a realizar em Lisboa, nos terrenos do Parque Eduardo VII.

A ideia, em estudo pelo ministro das Obras Públicas e Comunicações, Duarte Pacheco, de quem dependia o organismo nacional de radiodifusão, previa “a concentração, no Parque Eduardo VII, dos retalhos mais característicos de Portugal, da fisionomia etnográfica de Portugal: desde o monte alentejano com a sua seara e as suas varas de porcos, até a casa algarvia com as suas açoteias e as suas chaminés; desde a família garrida do Minho até à família melancólica da Beira – e cada retalho com as suas cantigas, os seus instrumentos de trabalho, um naco das suas terras, as suas indústrias regionais, os seus produtos típicos”⁶⁸.

Galvão respondia ainda nesse artigo a uma outra “alfinetada” de Ferro, que escrevia acerca de um “maior acordo entre certos organismos públicos que fingem não se conhecer, apesar de trabalharem para o mesmo fim”, com um “Quem não acompanhará o sr. António Ferro neste voto?”, acrescentando ironicamente que

vilas e aldeias de Portugal, possibilitando o visionamento de documentários e obras ficcionais de carácter nacionalista, visionamento este antecedido por conferências doutrinárias pelos chefes locais das organizações corporativas (ou padres), de elogio às virtudes do regime.

64 RIBEIRO, 2005: 141.

65 “As Festas Vindimárias”. *Rádio Nacional*. Lisboa, 26.6.1938, p. 1.

66 “As realizações da Emissora Nacional em três anos de existência”. *Rádio Nacional*. Lisboa, 31.7.1938, p. 2.

67 “1938! Anda hoje a roda”. *Diário de Notícias*. Lisboa, 1.1.1938, p. 1.

68 “O diretor da Emissora Nacional respondeu a um artigo de António Ferro”. *Rádio Nacional*. Lisboa, 9.1.1938, p. 2.

essa cooperação já existia entre os dois organismos, uma vez que a EN faria ao SPN de Ferro “em todas as oportunidades, propostas de acordo e de útil colaboração”⁶⁹.

Ainda a 9 de janeiro de 1938, Henrique Galvão publica no referido órgão oficial da EN um artigo sobre os projetos da Emissora para esse ano, esclarecendo que, se “1936 foi um ano de reorganização administrativa” e “1937 [...] o ano de apetrechamento técnico”, então “1938 será o primeiro ano de grandes realizações culturais e artísticas”, com a continuação “da campanha em favor do folclore nacional”, apostando-se na utilização de um camião de som em excursões pelas províncias do país, que teria como missão percorrer o país em busca do que melhor houvesse no folclore português, e “possivelmente, outra grande parada de beleza corresponde[nte] ao Cortejo Folclórico”⁷⁰.

Pode depreender-se que terá sido a boa recepção internacional à representação portuguesa na Exposição de 1937 (e, em particular, à secção de arte popular, que recebeu um *Grand Prix*), em Paris, gizada por Ferro e por uma equipa de artistas-decoradores modernistas, aquilo que o diretor do organismo nacional de propaganda terá usado como argumento para obter a exclusividade a nível das políticas folcloristas, permitindo-lhe controlar um campo que não fazia parte (declaradamente) das atribuições do SPN que liderava⁷¹, combatendo em simultâneo o projeto do mesmo tipo que Henrique Galvão então protagonizava, mas sob moldes estéticos pouco coincidentes com os defendidos por Ferro.

Não obstante, a contenda veria ainda um episódio final: em 1940, Galvão consegue assumir parte do controlo sobre as representações folcloristas metropolitanas, ao organizar o Cortejo do Mundo Português, enquadrado na Exposição do Mundo Português, algo que pareceria caber naturalmente a Ferro e ao SPN, responsáveis pela secção etnográfica metropolitana – o Centro Regional.

O Cortejo foi dividido em três grandes momentos – Passado, Presente e Futuro – com o Passado representado pelas épocas áureas da história portuguesa, tal como percecionadas pelo Estado Novo: a Fundação, a Consolidação da Independência, as Descobertas e Conquistas, a Colonização, o Século XVIII e a Ocupação militar das colónias no final do século XIX; o Presente foi apresentado sob a forma dos “trajos mais puros da etnografia metropolitana, os círios mais característicos, numa alegoria do povo português. Depois do Portugal-Metrópole, o Portugal-Império, representado [...] por numerosa figuração das oito províncias ultramarinas, [com o desfile de] indígenas, com os transportes, os produtos e elementos da fauna das respetivas regiões”⁷².

Logo Ferro contra-ataca, pela voz de Luís Chaves, etnógrafo do SPN, na secção “Nos domínios da Etnografia e do Folclore” da revista *Ocidente*: “A representação etnográfica da Metrópole no Cortejo do Mundo Português em Lisboa não foi o que devia ser e até podia ser com os recursos presentes. O que havia de bom, e houve-o assim, perdeu efeitos salutareos na combinação geral e no emparceiramento com o que era inferior”⁷³.

Este cenário só seria definitivamente alterado com a saída de Henrique Galvão, a 1 de novembro de 1940, e a posterior entrada de Ferro, que será nomeado para a presidência da EN em 26 de maio de 1941, por Duarte Pacheco, algo que parecia ser visto como inevitável, como se depreende por estas palavras publicadas no semanário *A Ação*: “Trata-se de um caso de ‘unidade de comando’. E realmente parecia mal que o S.P.N. e a Emissora não estivessem sujeitos ao mesmo comando, ao mesmo espírito”⁷⁴.

69 “O diretor da Emissora Nacional respondeu a um artigo de António Ferro”. *Rádio Nacional*. Lisboa, 9.1.1938, p. 2.

70 “O que a Emissora Nacional promete para o ano de 1938”. *Rádio Nacional*. Lisboa, 9.1.1938, p. 8-9.

71 Com efeito, nada no decreto-lei de criação do SPN remetia claramente para uma ação a nível da cultura popular. Esta opção de Ferro parece radicar-se na sua compreensão das potencialidades políticas de um programa identitário de tipo folclorista.

72 *Ocidente*. Lisboa, n.º 11, março de 1939, p. 531.

73 *Ocidente*. Lisboa, n.º 28, agosto de 1940, p. 296.

74 Secção “Ao Microfone”. *Rádio Nacional*. Lisboa, 15.6.1941, p. 4.

Cultura popular vista pelo SPN/SNI

Segundo a visão de Ferro, “o povo seria levado pelas elites a descobrir, amar e desenvolver a sua cultura material”, uma vez que nela radicaria a “diferença lusitana”⁷⁵. Assim, para lhe mostrar aquelas “virtudes coletivas que haviam de julgar-se e muitos julgavam completamente perdidas e [que] Portugal guardou dentro de si como reserva espiritual”⁷⁶, o SPN/SNI procedeu a “escavações para trazer à superfície certas expressões coloridas e rítmicas da alma nacional, os gestos eternos da raça, o seu desenho interior tornado visível”⁷⁷.

Desta forma, se os estudos de folclore foram canalizados, primeiramente, “para a recriação da identidade étnica”, numa segunda fase foram transmitidos à população em geral, através de vários meios, como espectáculos (pelo Teatro do Povo e pelo Cinema Ambulante, por exemplo) e bibliotecas populares, “para assimilação da identidade assim construída”⁷⁸. De destacar aqui o papel idealizado para as bibliotecas ambulantes de cultura popular do SNI, que tinham como missão “familiarizar as populações rurais com as grandes figuras nacionais e os grandes problemas da cultura nacional”⁷⁹. Da lista bibliográfica das mesmas faziam parte, entre textos políticos e de teor económico, literatura de ficção, insistindo-se neste campo nos escritores dos períodos romântico e realista de Oitocentos, em obras que convocavam as vivências aldeãs, espaços que constituíam microcosmos de paz, onde “a família indissolúvel” e a “harmonia interclassista” existiam de forma natural⁸⁰.

Apesar desta declaração de intenções (e de público-alvo), uma parte substancial da atividade cultural interna do SPN/SNI centrada na cultura popular dirige-se à elite produtora e consumidora de cultura, no sentido clássico do termo, através de iniciativas múltiplas, de que se destacam a companhia de Bailados Verde Gaião – criada em 1940 e marcada por um reportório de cariz folclórico –, a edição da publicação periódica intitulada *Panorama, Revista Portuguesa de Arte e Turismo* e a fundação do Museu de Arte Popular.

A *Panorama*, publicação idealizada por Ferro e criada em 1941⁸¹, apresenta-se como galeria expositiva das iniciativas do órgão que a suporta. No seu editorial de abertura, expõe-se como a principal finalidade da *Panorama* “ser um lugar onde possa evocar-se o que há de mais vivo e característico no País, e lhe imprime, por isso, fisionomia própria, expressão diferenciada”⁸². Enumera-se assim o que é do interesse da revista noticiar e divulgar: a paisagem, rural e urbana, continental e ultramarina, as obras públicas e os produtos industriais, “manifestações do espírito realizador, da capacidade construtiva, dos recursos vitais da nossa terra” e as produções de arte, em especial a popular, “onde perdura ou se renova o génio nacional”⁸³.

Também o Museu de Arte Popular (MAP), inaugurado a 15 de julho de 1948, “retrato da alma de um povo que não quer renunciar nem à sua graça nem ao seu caráter”⁸⁴, apresenta-se como um projeto muito pessoal de Ferro, de articulação entre tradição, modernidade e nacionalismo, um olhar cenográfico sobre a cultura popular, cujo objetivo último era a nacionalização do gosto das classes médias, recorrendo aos “nossos artistas, [que] na valorização da arte popular, na sua transposição para o plano decorativo, começaram a inspirar-se nos seus motivos, a renová-los sem lhes fazer perder o caráter”⁸⁵. Desta forma, o Museu de Arte Popular “não

75 Ó, 1999: 193 e 189.

76 “A Homenagem a António Ferro”. *Ocidente*. Lisboa, n.º 67, novembro de 1943, p. 231.

77 *Ocidente*. Lisboa, n.º 33, dezembro de 1940, p. 431.

78 LOPES FILHO, 2004: 30.

79 Ó, 1999: 138.

80 Ó, 1999: 141.

81 Um ponto de viragem na vida desta publicação foi o ano de 1949, uma vez que se trata do fim da primeira série e de uma interrupção de dois anos na sua publicação, coincidindo com a saída de Ferro do organismo que dirigia.

82 *Panorama*. Lisboa, n.º 1, junho de 1941, s/p.

83 *Panorama*. Lisboa, n.º.1, junho de 1941, s/p.

84 SNI, 1948b: 15.

85 SNI, 1948b: 17.

é apenas um Museu [...] onde as coisas venham a encher-se de pó e de bolor, é também, ou sobretudo, um museu poético, o museu da poesia esparsa, inata do povo português, da terra portuguesa [...], fonte de inspiração para os nossos artistas [...], uma escola de bom-gosto”⁸⁶.

É, pois, razoável concluir que a promoção da arte popular portuguesa foi uma das pedras de toque do programa do organismo dirigido por António Ferro, como ficou visível em duas obras marcantes lançadas pelo SPN/SNI: o luxuoso livro de 1940, *Vida e Arte do Povo Português*, no âmbito das comemorações dos centenários, coordenado por Luís Chaves, Francisco Lage e ilustrado por Paulo Ferreira, contando com a colaboração de especialistas que formam o núcleo dos folcloristas oficiais do SPN, dedicado a todos os aspetos das tradições e cultura popular nacional, e, em 1946, *Portugal, Breviário da Pátria para os Portugueses Ausentes*, obra muito pessoal de Ferro, dedicada aos portugueses emigrados e aos portugueses do Império, mas útil igualmente para os portugueses do Continente, uma vez que “trazer a Pátria no coração é, afinal, ter a Pátria de cor”⁸⁷; nela se procura caracterizar o país, abordando-se temáticas como a população, o território, a economia e a História, o Império, a literatura, a música, a cultura, a filosofia, o turismo, a arte e a etnografia.

Em ambos, os textos visam realçar os valores que a ideologia do regime procura preservar na cultura popular portuguesa, perpassando muito claramente uma ideia central: a unidade, no espaço e no tempo, da Nação e a sua antiguidade, quase que imemorial, visível no uso de expressões como “ritual secular” e “continuidade histórica e geográfica”⁸⁸. Isto é especialmente notório no que concerne à arte popular, onde, segundo Luís Chaves, “as artes populares, das artes ricas como a ourivesaria, o traje, a alfaia e equipagem festivas da lavoura do Sul, às mais pobres como a da madeira e de barro, revelam sempre a índole de um povo [e], sem imposições de alterar, mantendo continuidade [...], conservam modelos milenários”⁸⁹. Também no capítulo “Cultura, Idioma e Livro” se sustenta a mesma tese, afirmando-se que “Portugal é um dos raros países europeus cujo sentido cultural permanece com a mesma feição apesar das invasões sucessivas de povos vários e da transplantação para outros climas”, confirmando-se que é na etnografia que os indícios são mais evidentes: “Foram-se encontrar símbolos pré-históricos que vivem hoje ainda no folclore das nossas províncias [...], descobriram-se motivos artísticos e processos de fabrico de adornos vários que vêm desde muitos séculos antes da época histórica até à proto-história, e daí aos nossos dias”⁹⁰.

Resumindo: a arte popular, vista pelo organismo nacional de propaganda, aparece descrita como uma forma de “mergulhar na alma portuguesa”, como uma arte de “essência decorativa”, plena de poesia e ritmo, “fonte de riqueza espiritual”⁹¹.

Notas finais

Em Portugal, ao longo de várias gerações de intelectuais e de regimes políticos diversos, verifica-se que a cultura popular foi empregue como “conceito *pivot*”⁹² para a compreensão da “alma nacional” portuguesa, isto é, o estudo da cultura popular assume-se desde o Romantismo, passando pela I República e desembocando no Estado Novo, como um projeto nacionalista, um “laço imaginário suscetível de tornar os habitantes de Portugal portugueses”⁹³.

Nestes três períodos, porventura o fator mais relevante em comum é o processo de objectificação que a cultura popular sofreu, ao ser retirada do seu contexto – a oficina do artesão, a casa popular – e inserida

86 SNI, 1948b: 22 e 25.

87 SNI, 1946: s/p.

88 SNI, 1946: 52 e 54.

89 SNI, 1946: 57.

90 SNI, 1946: 236-237.

91 CHAVES; MARTA, 1936: 3 e 6.

92 CUNHA, 1994: 42.

93 LEAL, 2000: 16.

em contextos urbanos e sofisticados – o museu, o lar burguês, o catálogo de exposição –, transformada em arte nacional. Outra constante nas diversas sensibilidades etnográficas é a admiração pelas formas artísticas da cultura demótica. Apesar destes aspetos em comum, a cultura popular foi, na prática, uma arena onde se confrontaram diferentes entendimentos sobre o que foi, é ou deverá ser a Nação e a identidade nacional, subordinada a diferentes contextos e interesses políticos.

Assim, o regime do Estado Novo, aproveitando e reciclando discursos pré-existentes provindos do período romântico e da I República, apresenta a sua versão da “verdade nacional”, consolidando uma “ordem uniformizante”⁹⁴ que exclui o diverso, classificado como antinacional.

A política do SPN/SNI é de centralização no popular e sua redução ao rural; foca-se, nas palavras da reportagem do *Diário da Manhã*, na “gente [que] vive em perfeito estado de graça nacional, sem ter sofrido influências alheias e nocivas, mantendo, na sua pureza e graça, os costumes tradicionais da sua terra”⁹⁵. Ressalte-se este combate contra o gosto desnacionalizado das camadas cultas, uma reação quase visceral ao que vem de fora, considerando como dissolvente a influência estrangeira. Este tipo de sentimento é igualmente visível na Espanha franquista e na União Soviética, por exemplo, onde aos estudos folclóricos é pedido que depurem a cultura popular dos seus elementos estrangeiros, nefastos.

Verificou-se neste período um investimento nas áreas da cultura popular que eram mais facilmente encenáveis, como a dança, a música e o traje. Com efeito, a imagem visual da cultura popular herdada da I República tornou-se mais coreografada, mercê de uma estilização e estetização eruditas, de raízes modernistas. Como afirma Vera Alves, procede-se uma “aristocratização do objeto etnográfico”⁹⁶, isto é, uma depuração do mundo rural, de acordo com critérios morais e estéticos das classes eruditas, numa visão final idílica, de um mundo rural simples, harmónico, solidário, de tradições imutáveis.

A exploração do campo folclórico no Estado Novo, como foi mencionado anteriormente, foi alvo de disputas, em particular na década de trinta, entre o SPN de Ferro e a EN de Henrique Galvão. Se ambos os organismos, se ambas as personagens procuravam o mesmo – a nacionalização da cultura popular, a materialização de um modelo de vida rural –, o que os distinguia era o modelo estético sobre o qual repousavam estes objetivos. Na realidade, Galvão era um antimodernista, o que contrastava com o cosmopolitismo de Ferro, assente numa cultura francófona e internacional; Ferro, por seu turno, sentia que havia falta de coordenação entre as duas instituições, referindo que “esta concentração de esforços em cada setor da vida portuguesa, ensimesmou os serviços, individualizou-os, criou-lhes um certo egocentrismo que torna difícil a colaboração com alguns deles”, de tal forma que se torna “difícil, muito difícil, na verdade, sentir a obra dos outros quando se tem a sua obra própria”⁹⁷. Claramente, o diretor do SPN defende um projeto folclorista que julga superior, e ao qual pretende subordinar outros deste tipo, até porque a sua proposta vai mais longe do que a de Galvão, uma vez que, além “da vulgarização e expansão dos melhores valores da nossa arte popular, de forma a constituir com eles [...] um elemento de valorização nacional”, pretendia torná-los “fonte de inspiração para artistas”⁹⁸, concretizando desta forma um dos objetivos do seu organismo: o de estimular o “desenvolvimento de uma arte e de uma literatura acentuadamente nacionais”⁹⁹.

Com o regime salazarista, celebra-se, em resumo, uma cultura popular encarada como o substrato sobre o qual repousa a identidade nacional – o que confere legitimidade aos discursos de cariz ruralista e nacionalista

94 SANTOS, 1988: 696.

95 BRITO, 1982: 514.

96 ALVES, 2007: 228.

97 SNI, 1948a: 17-18.

98 SNI, 1948a: s/p.

99 *Diário do Governo*. I Série, n.º 218, 25.9.1933, p. 1675.

veiculados –, uma cultura popular que demonstra a singularidade da pátria portuguesa, que evoca um povo de tradições remotas e quase atemporais, vivendo em irmandade com a natureza e desligado dos conflitos e clivagens socioeconómicos mas, em simultâneo, uma Nação onde estas tradições imemoriais são vividas ainda no presente, de forma entusiasta. Apresenta-se o retrato de uma comunidade vibrante, que se afirma na atualidade, sem deixar de lado o seu caráter singular. O passado assume-se como algo que marca o presente e que estabelece o futuro, isto é, um exemplo a ser seguido, cunhado por um valor de autenticidade.

Fontes

- CHAVES, Luís; MARTA, Manuel Cardoso (ed.), 1936 – *Catálogo da Exposição de Arte Popular Portuguesa*. Lisboa: SPN.
Diário de Notícias. Lisboa, 25.9.1933 e 1.1.1938.
Ocidente. Lisboa, n.º 11, março de 1939; n.º 28, agosto de 1940; n.º 33, dezembro de 1940; n.º 67, novembro de 1943.
Panorama. Lisboa, n.º 1, junho de 1941.
Rádio Nacional. Lisboa, 9.1.1938; 26.6.1938; 31.7.1938; 15.6.1941.
 SNI, 1946 – *Portugal: Breviário da Pátria para os Portugueses Ausentes*. Lisboa: SNI.
 SNI, 1948a – *Catorze Anos de Política do Espírito. Apontamentos para uma Exposição, apresentados no S.N.I. (Palácio da Foz) em Janeiro de 1948*. Lisboa: SNI.
 SNI, 1948b – *Museu de Arte Popular*. Lisboa: SNI.
Vida (A) Portuguesa. Porto, n.º 1, 31.10.1912.

Bibliografia

- ALVES, Vera Marques, 2007 – *Camponeses estetas no Estado Novo: Arte Popular e Nação na Política Folclorista do Secretariado da Propaganda Nacional*. Lisboa: ISCTE (Tese de Doutoramento apresentada à Universidade Nova de Lisboa).
 ANDERSON, Benedict, 2005 – *Comunidades Imaginadas. Reflexões sobre a Origem e Expansão do Nacionalismo*. Lisboa: Edições 70.
 BOURDIEU, Pierre, 1989 – *O Poder Simbólico*, 4.ª ed. Lisboa: Difel.
 BRANCO, Jorge Freitas, 1999 – “A fluidez dos limites: Discurso Etnográfico e Movimento Folclórico em Portugal”. *Etnográfica*. Lisboa: CEAS, vol. III, n.º 1, p. 23-48.
 BRITO, Joaquim Pais de, 1982 – “O Estado Novo e a aldeia mais portuguesa de Portugal”, in AAVV – *O Fascismo em Portugal: Atas do Colóquio realizado na Faculdade de Letras de Lisboa em março de 1980*. Lisboa: A Regra do Jogo, p. 511-532.
 CABRAL, João de Pina, 1991 – *Os contextos da Antropologia*. Lisboa: Difel.
 CASTELO-BRANCO, Salwa El-Shawan; BRANCO, Jorge de Freitas, 2003 – “Folclorização em Portugal: uma perspetiva” in CASTELO-BRANCO, Salwa El-Shawan; BRANCO, Jorge de Freitas (org.) – *Vozes do Povo: a folclorização em Portugal*. Oeiras: Celta Editores, p. 1-21.
 CUNHA, Luís, 1994 – *A Nação nas Malhas da sua Identidade: O Estado Novo e a sua Construção da Identidade Nacional* (Trabalho apresentado à Universidade do Minho para efeito de prestação de Provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica).
 FERREIRA, Fátima Sá e Melo, 2010 – “Do moderno conceito de povo em Portugal: constituição e usos (1807-1850)” in NEVES, José (coord.) – *Como se Faz um Povo*. Lisboa: Tinta da China, p. 25-39.
 GELLNER, Ernest, 1993 – *Nações e Nacionalismo*. Lisboa: Gradiva.
 HANDLER, Richard, 1984 – “On sociocultural discontinuity: nationalism and cultural objectification in Quebec”. *Current Anthropology*. Chicago: University of Chicago Press, vol. 25, n.º 1, p. 55-71.
 HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence, 1997 – *A invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra.
 HOBBSAWM, Eric, 1998 – *A Questão do Nacionalismo. Nações e Nacionalismo desde 1789 – programa, mito, realidade*. Lisboa: Terramar.
 LEAL, João, 1995 – “Imagens Contrastadas do Povo: Cultura Popular e Identidade Nacional na Antropologia Portuguesa Oitocentista”. *Revista Lusitana* (Nova Série). Lisboa: Edições Colibri, n.º 13-14, p. 125-144.
 LEAL, João, 2000 – *Etnografias portuguesas (1870-1970): Cultura Popular e Identidade Nacional*. Lisboa: Dom Quixote.
 LEAL, João, 2002 – “Metamorfoses da Arte Popular: Joaquim de Vasconcelos, Vergílio Correia e Ernesto de Sousa”. *Etnográfica*. Lisboa: CEAS, vol. VI, n.º 2, p. 251-280.
 LEAL, João, 2006 – “O Império Escondido: Camponeses, Construção da Nação e o Império na Antropologia Portuguesa”, in SANCHES, Manuela Ribeiro (ed.) – *Portugal não é um país pequeno. Contar o 'Império' na Pós-Colonialidade*. Lisboa: Livros Cotovia, p. 63-79.

- LEAL, João, 2009 – “Da arte popular às culturas populares híbridas”. *Etnográfica*. Lisboa: CRIA, vol. 13, n.º 2, p. 467-480.
- LÖFGREN, Orvar, 1989 – “The nationalization of culture”, p. 1-27 (artigo cedido pelo autor).
- LOPES FILHO, João, 2004 – *Agrupamentos de folclore. Ontem e hoje*. Lisboa: Inatel.
- LOURENÇO, Eduardo, 1988 – *O labirinto da saudade: psicanálise mítica do destino português*, 3.ª ed. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Ó, Jorge Ramos do, 1999 – *Os anos de Ferro – o dispositivo cultural durante a “Política de Espírito” (1933-1949): ideologia, instituições, agentes e práticas*. Lisboa: Editorial Estampa.
- PEREIRA, Maria da Conceição Meireles, 2011 – “A etno-epo-história e os mitos fundacionais na Nação – ‘Viriato’ de Teófilo Braga in *Identidade Nacional. Entre o Discurso e a Prática*. Porto: Fronteira do Caos, CEPESE, p. 141-163.
- RAMOS, Rui, 1994 – “A Segunda Fundação (1890-1926)” in MATTOSO, José (dir.) – *História de Portugal*, vol. 6. Lisboa: Círculo de Leitores.
- RAMOS, RUI, 2003 – “A ciência do povo e as origens do estado cultural” in CASTELO-BRANCO, Salwa El-Shawan; BRANCO, Jorge de Freitas (org.) – *Vozes do Povo: a folclorização em Portugal*. Oeiras: Celta Editores, p. 25-35.
- RIBEIRO, Nelson, 2005 – *A Emissora Nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo (1933-1945)*. Lisboa: Quimera.
- ROSMANINHO, Nuno, 2010 – “Arte Nacional: Conceito e Funcionalidade” in RIBEIRO, Maria Manuela Tavares (coord.) – *Outros Combates pela História*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, p. 521-527.
- SANTOS, Maria de Lourdes Lima, 1988 – “Questionamento à volta de três noções (a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas)”. *Análise Social*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, vol. XXIV, n.º 101-102, p. 689-702.
- SILVA, Augusto Santos, 1997 – *Palavras para um país: estudos incompletos sobre o século XIX português*. Oeiras: Celta Editores.
- SMITH, Anthony D., 1997 – *A Identidade Nacional*. Lisboa: Gradiva.
- STOKLUND, Bjarne, 1999 – “How the Peasant House Became a National Symbol. A Chapter in the History of Museums and Nation-Building”. *Ethnologia Europaea*. Copenhaga: Museum Tusculanum Press, vol. 29, p. 5-18.
- TORGAL, Luís Reis, 2009 – *Estados novos, estado novo: ensaios de história política e cultural*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.