



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **Folkcomunicação em Portugal: a esfera permeável da literatura oral<sup>1</sup>**

*Carlos Nogueira*♦

### **Resumo**

O intercâmbio entre o património *folk* artístico-verbal e os meios de comunicação de massa configura uma curiosa forma moderna de compatibilização entre o antigo, o integral ou residual da tradição oral, o progresso tecnológico acelerado e a voragem cada vez mais intensa da publicidade. Sinalizar, conhecer e estudar essa nova biblioteca ou videoteca oral, esses produtos simultaneamente arcaicos e modernos, compreendê-los no novo quadro social, histórico, económico, antropológico e cultural, significa interpretar melhor os valores simbólicos e psicológicos associados à voz humana, o homem moderno e a sociedade da informação.

No espaço mediático português (e ibero-americano), a oralidade mediatizada mecanicamente, portanto diferida, adiada, prolongada, repetida no tempo e no espaço, interioriza a memória colectiva e ao mesmo tempo expressa-a, espacializa-a. É por isso que a voz, mais habitualmente do que a escrita, assume na poesia um discurso erótico explícito, a que modernamente se junta a força da imagem estilizada. A reiteração que caracteriza essas vozes mediatizadas despessoaliza-as, mas essa propriedade não lhes retira a sua vocação comunitária, o que significa que uma oralidade mediatizada que se alimente do folclore oral pertence assim, por direito, à cultura de massas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP17 – Núcleo de Pesquisa Folkcomunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

♦ Centro de Tradições Populares Portuguesas “Prof. Manuel Viegas Guerreiro” – Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. <carlos\_nogueira@aeiou.pt>

A presente comunicação deve muito ao referencial científico enformado pela teoria e pela metodologia folkcomunicacional de Luiz Beltrão e seus seguidores, de entre os quais nos permitimos citar o nome do Prof. Marques de Melo, cujos estudos na área das ciências da comunicação e, em particular, da folkcomunicação têm iluminado os nossos mais recentes estudos sobre literatura oral / tradicional / popular portuguesa. É recente o nosso contacto com o pensamento de Luiz Beltrão – compreende apenas alguns dias, desde que, entre 1 e 4 de Maio, participámos, com uma comunicação sobre a literatura de cordel portuguesa, na V Conferência Brasileira de Folkcomunicação, consagrada à *Imprensa do Povo* –, pensamento com que, curiosamente, já comungávamos, a partir do momento em que começámos a querer detectar e compreender a comunicação artística de nível popular, nos seus moldes mais antigos como nas suas novas modalidades, particularmente as que se alojam ou são usadas pela indústria publicitária e cultural. Esta é para nós uma nova fase de estudos, aliciante e promissora, pelos caminhos e problemas da sociedade de informação e pelas linhas de pesquisa interdisciplinar das ciências da comunicação, com vista a um entendimento mais efectivo e totalizador das literaturas marginais ou marginalizadas. Literaturas, como se sabe, ainda muito prejudicadas nos circuitos académicos oficiais por preconceitos ideológicos, políticos, socioculturais e estéticos.



Na sociedade portuguesa (europeia e não só) supermediatizada actual, fundiona-se o tradicional antigo com o tradicional novo, quer dizer, o produto que, de certa forma, já nasce tradicional, porque radicado ou directamente descendente de um todo por natureza tradicional, como sucede com os enquadramentos publicitários de textos orais folclóricos ou com a sua estilização por parte de músicos e cantores bem preparados, com a divulgação de narrativas tradicionais ou de outras tipologias em suportes como a televisão, a rádio, a Internet, a cassette de vídeo ou de áudio, manuais escolares ou livros infantis (banda desenhada, ou edições ilustradas em verso ou prosa).

Num cotejo genérico com o sistema de práticas literárias consideravelmente activo até aos anos 70 do século XX – mais integrado e integrador, inclusivo e lento –, diríamos que a disseminação global de formas simbólicas promove hoje a produção de padrões de pensamento cultural muito mais fragmentados, sujeitos a questionamento e a derivações generativas que não contrariam o processo activo que sempre é a tradição. Outrora veiculados através da oralidade momentânea ou de objectos impressos de consumo popular como os folhetos ou as folhas volantes, os universos culturais simbólicos, digamos, em vez de folclóricos, patrimoniais, para evitarmos a ambiguidade do termo “folclore”<sup>2</sup>, conhecem, na sociedade ultramediada pós-moderna, um tratamento cada vez mais calculado, em obediência a objectivos propagandísticos

---

<sup>2</sup> Independentemente da forma mais ou menos flexível como encaremos os termos contíguos ou, nalgumas propostas, sinónimos de folclore, como “cultura”, “cultura popular”, “cultura de massa” e “património cultural” (expressão mais neutra, que, segundo a UNESCO, no nosso ponto de vista com legitimidade, deveria substituir o termo “folclore”, criado por William John Thoms, e divulgado pela primeira vez em 22 de Agosto de 1846 na revista *The Atheneum*, numa altura em que poucos se preocupariam com a recolha e o estudo das múltiplas subculturas), há vectores que não podem deixar de figurar numa conceituação que não falseie alguns dos pressupostos básicos desse universo inabarcável, na sua espantosa diversidade e contínua mutação: a aceitação e o reconhecimento colectivos; a tradicionalidade, que implica anonimato e um espectro temporal considerável, sem fronteiras cronológicas precisas, capaz de permitir o enraizamento de ideologias, pensamentos, idiosincrasias, objectos, usos e costumes no complexo da prática sociocultural, traduzível, muitas vezes, como no folclore literário, em variantes que asseguram o movimento das partes que compõem o todo cultural; funcionalidade, no sentido de uma relação comunicativa profícua com o meio, conhecido ou desconhecido (por exemplo, objectos decorativos ou instrumentais, como bonecos de barro que figuram pessoas empíricas ou entidades religiosas ou mágicas, colares, espanta-espíritos, etc., ou, no património verbal devocionário, as orações, os ensalmos e os conjuros, que pretendem agir sobre o misterioso, o sobrenatural); e dinamismo, na acepção de equivalências e constantes cumplicidades com os novos tempos. De entre os estudos que abordam esta questão, cf. Alan Dundes, *The Study of Folklore*, N. J., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1965, p. 2; e Américo Pellegrinni Filho, *Comunicação Popular Escrita Mundial – O Processo*, São Paulo, Edição do Autor, 1998, p. 11 e ss.

ditados pelas regras do mercado capitalista. Mas nem por isso, *mutatis mutandis*<sup>3</sup>, o seu papel é menos relevante na nossa aldeia global, pautada pela internacionalização da cultura, processo estribado em valências que acabam por garantir a continuidade de traços culturais que, de outra forma, não teriam validade, ou teriam menos legitimidade, no mundo pós-moderno. Não é outra a função desempenhada pela edificação antes de mais memorística (e nalguns casos, quando apressada, fraudulenta) decorrente da acção dos ranchos folclóricos, muito dependentes da indústria do entretenimento, que trazem a oralidade literária para uma espécie de palco teatral, numa actuação que, tendo perdido o valor ritual festivo que ao mesmo tempo transcendia o sentido grupal e individual, interioridade e colectividade, é deslocada para um novo estágio evolutivo, com sentido, em primeiro lugar, para aqueles que nela intervêm como actores reais.

A princípio, sobretudo no Brasil, um instrumento das elites, a televisão tornar-se-ia progressivamente um espaço de resgate do folclórico e, com ela, outros meios de comunicação social, como a rádio, o cinema, a imprensa falada e escrita, a rede digital, responsáveis, não pela morte dos segmentos folclóricos, como muitos vaticinavam (e ainda vaticinam), mas pela sua modernização participada, pragmática, e, diríamos, não necessariamente programada (de onde, pensamos, o principal mérito dessa redistribuição do património comum, mesmo que apenas local ou, mais propriamente, nas multiplicadas pormenorizações locais, sempre dependentes de uma matriz comum).

Nos objectos publicitários, o segmento literário obedece a uma brevidade poético-musical que garante a sua funcionalidade – o texto oral, literário ou não, mas sobretudo o primeiro, sob pena de ruir logo ao nascer, é um texto antes de mais persuasivo –, seja nas vozes que ecoam desde o fundo cultural comunitário, seja nas vozes criadas originalmente para o registo mediático (visual-sonoro ou impresso), de onde podem libertar-se para viver na oralidade. O caso do slogan criado por Fernando Pessoa para a coca-cola, nos inícios do século XX – “Primeiro estranha-se, depois entranha-se” –, ou o sugestivo “Há mar e mar, há ir e voltar” de Alexandre O’Neill, hoje clássicas formas breves, ilustram de forma plena esta tendência irrepreensível de

---

<sup>3</sup> Num apontamento lúcido, o poeta Antônio Américo de Medeiros, já com mais de trinta anos de escrita cordelística, refere-se deste modo à importância do cordel brasileiro: “A cultura nordestina/ Manda que toda nação/ Entenda o que é cordel/ Recordando a tradição/ Isto é para provar/ Como foi nosso lugar/ O tempo muda a feição” (*Os Mestres da Literatura de Cordel*, Fortaleza – Ceará, Editora Tupynanquim).

renovação sucessiva do caudal oral literário que independentiza a idiossincrasia de uma comunidade ou de um país. Caudal que, no que concerne à simbiose entre o antigo comunal e o novo autoral, muito deve a figuras tutelares como José Afonso, Vitorino, Fausto, Isabel Silvestre ou Sérgio Godinho, com congéneres brasileiros de não menor qualidade e importância (ao funcionarem como representantes dessa cultura pop que atravessa classes sociais, desfazendo a cisão culto-popular), como Chico Buarque, Caetano Veloso e Elba Ramalho. Nas obras férteis e diversificadas destes cantautores, o substrato ideológico-cultural mais ou menos invariante da população – o intimismo, a religiosidade (mesmo que difusa, intraduzível, imperceptível), a atenção concedida ao belo, nas suas diversas formas, concepções humanistas básicas, como a justiça, a honestidade, a luta por valores ético-morais universais – articula-se com os novos valores de cidadania, de que as metamorfoses operadas entre o binómio masculino/feminino constitui talvez o paradigma mais revolucionário. Se essa intercessão se faz com especial argúcia pela via dos conteúdos, a parte estrutural e formal não é menos importante no palpitante mundo moderno, que não dispensa leis básicas da tradicionalidade literária, como a clareza conceptual (sem que com isso o texto surja destituído de ambiguidade, um dos principais mecanismos produtores de poeticidade), o ritmo e a rima cantantes, símbolos e imagens radicados na identidade do grupo ou dos grupos.

O património tradicional mediatizado insere-se num fundo cultural sólido que podemos designar de supercultura<sup>4</sup>, no sentido de um nível em que se movem formas dinâmicas – objectos mediáticos, publicitários, de conformação estético-literária – que promovem o auto e o hetero-entendimento, os sentimentos de pertença e de identidade, numa reconfiguração acelerada do espaço simbólico-cultural. Se é evidente que a literatura de transmissão oral antiga (embora a evolução sempre se tenha processado) tende a desaparecer enquanto fenómeno de comunicação interpessoal e comunicacional intensivo, num dado tempo e num dado lugar, não é menos verdade que o alcance sociológico da questão não é tão linear como pode parecer. Repetimos que a esta arte com um significado estético muito particular não estão vedados os circuitos de

---

<sup>4</sup> Para o desenvolvimento deste conceito funcional, cf. James Lull “Multiculturalismo y la supercultura”, in Cicilia Maria Krohling Peruzo e José Benedito Pinho (orgs.), *Comunicação e Multiculturalismo*, Intercom 2000, São Paulo/Manaus, Intercom, Universidade do Amazonas, 2001, pp. 61-97.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

massificação informativa e de lazer modernos. Nas novas formas e funcionalidades assumidas pela literatura oral, como também a cultura popular genericamente considerada, intervém um refinamento que se apropria da essência da beleza desses objectos literários que não esgotaram a sua força estético-comunicativa. Seríamos muito ingénuos e crédulos se pensássemos que a literatura oral poderia ou deveria continuar a ser uma reprodução exacta das formas cristalizadas nas muitas colectâneas existentes (escritas, sonoras ou audiovisuais) de que dispomos. Mas, curiosamente, o discurso nostálgico comum entre os estudiosos do século passado, alguns deles ainda enérgicos em produção, passou para não poucos dos mais jovens pesquisadores de cultura literária tradicional, como se pode perceber facilmente em publicações do género e em discursos pronunciados em colóquios, conferências, encontros. Em 1974, Renato Almeida escrevia um belicoso parágrafo a propósito dos cantadores populares brasileiros e da literatura de cordel brasileira, insurgindo-se contra a contaminação do folclórico pelo urbano:

Nós os vemos reproduzidos hoje nos nossos cantadores, cuja arte contudo é das mais ameaçadas pelo impacto da civilização material. Vão perdendo sua função e diminuindo o seu interesse. E – o que é pior – eles próprios se deixam influenciar pelas cidades, vêm se exhibir nas capitais, nos rádios e televisões, conspurcam sua pureza e se tornam atores. Estão fazendo da literatura de cordel, para a qual ambicionam *copyright*, instrumento lucrativo. Não é só a civilização que os desloca, eles mesmos ambicionam incorporar-se à civilização, transformando a vida andeja e boêmia, hoje aqui e amanhã ali, em profissão organizada, talvez com sindicatos e protecções trabalhistas... É esse um dos sectores mais ameaçados, inclusive por uma série de mistificadores, sem contar com os empresários, que já os levaram até a cantar para propaganda eleitoral<sup>5</sup>.

Vários erros prejudicam este bloco textual, suficiente por si só para inviabilizar a criatividade do título da obra – *A Inteligência do Folclore* – que, de outra forma, resumiria perfeitamente o valor e a capacidade de reinvenção constante do que entendo por folclore<sup>6</sup>. Mesmo acreditando que o autor já terá reformulado a sua visão de um fenómeno que se caracteriza mais pela renovação do que pelo apagamento, mais pela destreza acutilante do que pelo estatismo, devemos assinalar que uma posição assim

<sup>5</sup> *A Inteligência do Folclore*, 2.<sup>a</sup> ed., Rio de Janeiro, Companhia Editora Americana / Instituto Nacional do Livro/MEC, 1974, p. 79.

<sup>6</sup> Cf. nota 1.

extremada esquece uma das mais interessantes e visionárias ideias de Luiz Beltrão: a ideia de que a folkcomunicação não suporta fronteiras estanques entre o popular e o massivo, o urbano e o rural, princípio basilar nos seus escritos sobre Comunicação e, em particular, na sua tese de doutoramento, intitulada *Folkcomunicação – Um Estudo dos Agentes e dos Meios Populares de informação de Fatos e Expressão de Idéias*<sup>7</sup>. As mais recentes produções cordelísticas provam que o empreendimento folkcomunicacional associado ao cordel tem sido estimulado pelas novas tecnologias, permitindo, por exemplo, a divulgação em CD-ROM da arte dos cantadores violeiros, orgulhosos por via dessa fixação do seu conhecimento independente de critérios estritamente académicos<sup>8</sup>. As principais linhas de força desta literatura têm resistido ao impacto intenso das novas formas de evasão lúdica, informação e sociabilidade, mantendo a superior altivez da sua força estética, que hoje seduz um público muito mais numeroso oriundo da elite intelectual da sociedade (brasileira e não só), e sintonizando-se com o lastro das novas ideologias. O sentimento de *margin* desses cantadores é agora certamente menor, desde logo porque, ao serem tutelados por figuras académicas proeminentes e procurados pela imprensa, estão mais conscientes do valor da sua palavra em acção, da sua visibilidade cada vez maior, e, portanto, da sua contribuição capital para a consciencialização político-social das camadas mais desfavorecidas das várias comunidades<sup>9</sup>. Renato Almeida esquece, por outro lado, que nunca a cultura tradicional teve um purismo absoluto, nem o poderia ter, sob pena de rapidamente se expor a uma dissecação arqueológica, dependendo, antes, da incorporação de novos

---

<sup>7</sup> Brasília, Universidade de Brasília, 1967. Essa tese foi recentemente publicada na íntegra, depois de, por razões de ordem política, ter circulado mutilada, com o título *Comunicação e Folclore* (São Paulo, Melhoramentos, 1971): Antonio Hohlfeldt e Juremir Machado da Silva (coordenadores da edição), introdução de José Marques de Melo, Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001.

<sup>8</sup> Não é impunemente que Téo Azevedo afirma: “Sou formado numa escola/ O seu nome é natureza/ Meu diploma é a viola/ Num ponteio de grandeza/ Do jeito que canta a água/ Quebrando na correnteza” (“Faculdade sertaneja”, in *50 Anos de Cultura Popular – Cantos Do Brasil Puro*, Kuarup Discos KCD 158).

<sup>9</sup> Na sua já citada história do cordel, precisamente em formato cordelístico, Antônio Américo de Medeiros alude a nomes de poetas ainda no activo e a tipografias que lucram com esta produção: “Ainda estão atuado/ Juvenal Evangelista/ Antônio Américo Medeiros/ E Octacílio Batista/ Pedro Bandeira de Caldas/ Cantador e cordelista.// Cícero Pedro de Assis/ E Machado Nordestino/ Manoel Monteiro em Campina/ Em Aracaju João Firmino/ Luiz Gonzaga de Lima/ E Vicente Vitorino.// Tem a casa da Criança/ Na cidade de Olinda/ Também trabalha em cordel/ E faz uma obra linda/ Comandada por Bacaro/ Que a nossa classe brinda.// Ainda estão na ativa/ A Editora Luzeiro/ Faz o cordel em São Paulo/ Vende para o mundo inteiro/ E no nordeste em Recife/ A Editora Coqueiro” (*Os Mestres da Literatura de Cordel*, pp. 14-15).

materiais que desencadeiam a evolução da morfologia de um objecto, de um rito, costume ou expressão oral já existentes; como esquece o trânsito evidente de palavras, textos literários, modas, rituais entre o meio rural e o urbano, ou entre a criação artística e os modos inventivos artesanais, habitualmente determinados pela funcionalidade.

Nos estudos dos processos evolutivos e dos mecanismos de transmissão e de recriação da cultura folclórica literária, a figura do especialista ou agente difusor desse conhecimento deve merecer uma atenção especial, porquanto é nele que conflui, como num painel selectivo, o tratamento de resíduos arcaicos com novas substâncias, fonte e fundamento de novos produtos. Mau grado os modernos processos tecnológicos tendentes à fixação de uma determinada versão de um produto literário, continua a ser verdadeiro o postulado de que, no processo de transvase prefigurado pelos mecanismos comunicacionais populares recobertos pelo termo *folkcomunicação*, nos quais intervêm procedimentos, ideias, pensamentos e opiniões, não há versões autenticamente definitivas. O desenvolvimento da indústria publicitária determinou o aparecimento de um tipo de agente poderoso – o publicitário –, cuja acção ultrapassa o circuito da pequena sociedade rural, palco por excelência, embora não exclusivo, de personagens como o cego cantador, que podia acumular várias funções (a de vendedor, poeta-produtor e intérprete-poeta), o intérprete (que também reelabora o edifício da oralidade artística, ao recuperar e transformar os textos que existem em estado latente) ou o versificador local (numeroso no sul de Portugal, mas até agora pouco estudado<sup>10</sup>), que renova a oratura tradicional com as suas apertações pessoais. Ligados a agências ou empresas de publicidade, esses criadores de sonhos valem-se da energia magnética da palavra – numa altura em que se diz precipitadamente que a palavra está em crise<sup>11</sup> –,

---

<sup>10</sup> Interventor no circuito social local ou regional com as suas cantigas mordazes, críticas, ferinas, hoje com um alcance substancialmente maior do que o corrente há algumas décadas atrás, por intermédio de suportes e canais – radiofónicos, televisivos, impressos, virtuais – vistos como opositores implacáveis da vocalidade artística de rua, de feira, do sertão e de outros espaços abertos, o autor e intérprete de cordel brasileiro tem ainda, em Portugal, congéneres activos de grande mérito, sobretudo no Alentejo e no Algarve (cf. Paulo Lima, “Artistas da fala a sul do Tejo”, in Jorge Freitas Branco e Paulo Lima (orgs.), *Artes da Fala*, Colóquio de Portel, Oeiras, Celta Editora, 1997, pp. 47-85).

<sup>11</sup> É bem diversa a nossa opinião, cautelosa, como não poderia deixar de ser, mas optimista, porque acreditamos no aproveitamento que das novas tecnologias pode ser feito em favor da desejável democratização e revalorização da literatura (nas escolas, quase sempre os métodos científicos asfixiam a orgástica erotização das palavras), seja na sua vertente autoral, culta, seja na modalidade anónima, colectiva, popular ou “pop”. Mesmo que seja por mero acaso, quando, por exemplo, se adopta o famoso “zapping”, os espectadores de televisão que nunca (ou quase nunca) leram um livro ou um poema deparam com frequência com um universo (livresco, literário) que, de outra forma, lhes passaria

em articulação com uma elaborada linguagem fílmica, não obstante a singeleza aparente do código que suporta a mensagem, num minucioso produto cujo envolvimento sensorial e cognitivo é pensado ao segundo.

A mudança de forma é essencial na literatura de transmissão oral, que hoje passa de puramente vocal e instrumentalizada a oral mediatizada electronicamente, audiovisual, o que implica que a imagem, já não a imagem estática (xilográfica ou procedente de processos mais modernos de impressão) mas a imagem em movimento, cumpre com especial acuidade o seu papel de mediação da mensagem entre a fonte – um conjunto de técnicos de publicidade (de comunicação) bem treinados – e os receptores. O recente anúncio televisivo do azeite *Gallo*, que recupera uma música tradicional, ou o também recente slogan radiofónico atinente a um tarifário da rede telefónica móvel TMN, que assenta em dois versos de uma conhecida fórmula de selecção infantil (“Um dó li tá/ Cara de amendoá”), evidenciam como, a partir de técnicas propagandísticas urdidas com eficiência pragmático-comunicativa, se alcança uma estratégia – não programada – de mobilização e democratização da cultura oral popular, que assim pode libertar-se com maior legitimidade da conotação de infraliteratura que lhe está associada há demasiado tempo. Objectos literários folclóricos pertencentes à memória resistente de certas faixas sociais ou de todo um país acabam assim por ser absorvidos e devolvidos à sociedade por uma estrutura que muitos ainda julgam ser incompatível com a palavra literária comunal. E nem se trata aqui de comunicação artificial suspensa entre a evolução e o conservadorismo, antes de uma purificação que conjuga elementos da cultura popular / oral / tradicional, da cultura de massas e da cultura erudita, numa prova notável de ligação às manifestações populares que muitos dizem irremediavelmente perdidas. É uma literatura, nas suas multiformes manifestações, pronta a emergir do pó que cobre muitas das suas práticas e das suas especificações textuais, antes de mais porque é percorrida por uma profunda humanidade. Os recursos, as temáticas e os valores que permitiram o seu progresso no

---

totalmente despercebido. Nem que seja uma vez por ano, no dia internacional da poesia, quando os telejornais e programas de índole cultural falam do tema e colocam no ar declamações célebres, como sucedeu neste ano de 2002 com a interpretação do poema “Poeta castrado, não” pelo próprio José Carlos Ary dos Santos. Convivem hoje duas formas de literacia – a do impresso e a do audiovisual –, mais complementares do que opositoras, ambas propícias à alteridade e a uma nova literacia, compósita, impressa, sonora, visual, digital, analógica (sobre este assunto, cf. o notável livro de José Afonso Furtado, *Os Livros e as Leituras – Novas Ecologias da Informação*, Lisboa, Livros e Leituras, 2000).

passado mantêm-se fundamentalmente os mesmos: a complexa relação homem / mulher, o amor, a morte, o humor, a ironia, o riso, a linguagem firme, consistente e poética, para apelar aos sentidos e, dessa forma osmótica, combinar emoção com intelectualização, razão com emoção. Recordemos, por exemplo, que os valores que regem ou regiam os heróis dos folhetos de cordel clássicos são, no fundamental, os mesmos que engrenam as oposições – bem / mal, riqueza / pobreza – operadas dos mais modernos filmes de aventuras de Hollywood, porque radicados na própria essencialidade do ser humano enquanto estrutura em (des)construção permanente, na busca da compreensão de si mesmo e da relação com a natureza e com os outros<sup>12</sup>.

São paradigmáticas as estilizações e execuções de romances tradicionais, de cantigas líricas ou narrativas (como a “Pastorinha”, uma das mais puras do ponto de vista estético<sup>13</sup>) da responsabilidade de grupos conceituados, profissionais ou amadores,

---

<sup>12</sup> Em Portugal, predomina ainda a postura negativista face à ruína da literatura de transmissão oral, embora algumas vezes, erguendo-se estrategicamente no meio académico português, tenham conseguido nos últimos anos inverter consideravelmente essa visão deformada de um fenómeno que está longe de constituir uma massa inalterável e passiva: cf. Francisco Topa, “Literatura Oral – Pare, escute e olhe”, in *Revista da Faculdade de Letras – Línguas e Literaturas*, II Série, vol. XVII, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2000, pp. 441-450; Arnaldo Saraiva, “Do cancionero e desde cancionero”, prefácio a Carlos Nogueira, *Cancioneiro Popular de Baião*, vol. II, in *Bayam*, n.ºs 7-10, Baião, Cooperativa Cultural de Baião – Fonte do Mel, Janeiro de 2002, pp. 7-9; e Carlos Nogueira, “Introdução”, in *Cancioneiro Popular de Baião* cit., pp. 11-22.

<sup>13</sup> Texto subordinado à temática amorosa, uma das mais abundantes, como se sabe, no romanceiro e no cancionero narrativo tradicional, no que aquela envolve de riscos, anseios e realização humanas. Os poemas narrativo-dramáticos que configuram esses espaços genológicos, no contexto da teoria e da metodologia da folkcomunicação, são geralmente as espécies textuais que mais carácter e conteúdo jornalístico comportam, divulgados por agentes – cantadores populares profissionais, como os cegos, ou executantes mais ou menos ocasionais do próprio grupo – e meios – a oralidade ou a dualidade oral escrito, na modalidade do folheto e da folha volante – que promovem o conservadorismo mas também a mudança social.

*Um pai tinha uma filha que andava co gado no monte; ela já era grandinha, o pai queria trazê-la para casa, e ela não queria. Depois, o irmão, que chegara do Brasil, perguntou-le pela irmã, e o pai disse-le que ela não queria vir, e o irmão disse que a traria. E então se passou o seguinte:*

- Deus te salve, Rosa, clara tão formosa!  
Linda pastorinha, que fazes aqui?  
— Por esta montanha a guardar meu gado;  
Já nasci, senhor, para este fado.  
— Por estas montanhas também corre perigo;  
Queira a pastorinha, quer ir comigo?  
— Palavras mal dadas dum homem honrado;  
Como hei-d’ir consigo e deixá-lo meu gado?  
— Você é ingrata, tão impertinente;  
Não falo consigo como a outra gente.  
— S’eu sou ingrata, passe muito bem;  
Qu’eu sou ingrata.... assim me convém.  
— S’assim *le* convém, com bem se vá embora,



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

como a Brigada Victor Jara ou a Ronda dos Quatro Caminhos, ou de cantautores célebres como José Afonso, Vitorino ou Fausto. Essas interpretações modernas, para lá da importância do estilo textual, continuam a depender muito de tudo o que torna a voz humana no mais prodigioso dos instrumentos humanos, mormente o tom e o timbre, o sentido do ritmo e os impulsos sensoriais, em comunicação directa com a movimentação corporal, num intercâmbio que acciona o binómio poesia / corpo, indissociável dessa relação artística, como têm notado Paul Zumthor e Ruth Finnegan nos seus trabalhos célebres sobre poesia oral<sup>14</sup>. Através da voz, o intérprete comunica ao seu corpo e, por contágio rítmico-magnético, ao dos ouvintes um valor expressivo que potencia a poetização, a emocionalização e a percepção da mensagem.

Um ecrã menos nobre do que o televisivo ou cinematográfico é formado pelas paredes das retretes, que foram ou são um espaço privilegiado de difusão de mensagens marginais e marginalizadas no mosaico constituído pela imprensa do povo (t-shirts, pratos, faianças, azulejos, etc.). Imprensa reveladora da descontração conceituosa popular portuguesa – séria e bem-humorada, anímica e fisiológica – ou do “jeitinho brasileiro de comunicar”, para aproveitarmos as palavras de Sebastião Breguez, autor de uma recolha de quadras gráficas em Governador Valadares, que designa de “frases da privada”<sup>15</sup>, entre as quais figura uma variante do famoso grafito português “Neste lugar solitário/ Onde a vaidade se acaba,/ Todo o cobarde faz força,/ Todo o forte se caga”.

---

Vá guardar o gado pela serra fora.  
 — Pola serra fora isso vou fazendo;  
 Qu’o amor é tanto, já me vou rendendo.  
 — Vamos *pera* a sombra qu’aqui faz calor,  
 E lá experimentaremos o nosso amor.  
 — Pastorinhos do monte, guardai o meu gado!  
 Foge a pastorinha co seu namorado!  
 — É tão namorado, não me digo nada!  
 Qu’a aposta que eu fiz levo-a ganhada.

*E levou-a para casa.*

(S. Tomé de Covelas, c. de Baião, 1902: in José Leite de Vasconcelos, *Romanceiro Português*, II, Coimbra, Por Ordem da Universidade, 1960, pp. 385-386).

<sup>14</sup> Entre as obras mais importantes desses autores, cf., respectivamente, *Introduction à la Poésie Orale*, Paris, Éd. du Seuil, 1983, e *Oral Poetry – Its Nature, Significance and Social Context*, Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press, 1992.

<sup>15</sup> Material gentilmente disponibilizado através de correio electrónico pelo próprio Sebastião Breguez, numa atestação inequívoca de que a Internet constitui um sustentáculo notável desta literatura breve, fragmentária, volante, apta a hospedar-se em novos ambientes (o ecrã, a disquete, a folha de papel), a fazer-se mover com maior rapidez e a tornar-se mais universal do que quando dependia de processos artesanais de inscrição e difusão (a carvão, giz, lápis ou caneta, em paredes de tijolo, cimento, azulejo, madeira).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Presidida pelo mesmo critério estilístico e estrutural – uma primeira parte supostamente gnômica, solene, e um segundo momento abrupto e escatológico –, a versão brasileira é menos difemística do que a lusa, mas não menos propiciadora da obscenidade, do sorriso ou do riso, a mais divulgada e a mais eficaz terapêutica dos marginalizados: “Neste lugar solitário/ Toda verdade se acha,/ Todo covarde faz força/ E todo valente se agacha”. Esse mesmo princípio construtivo calculista, insidioso, se observa numa outra quadra em que actua também o primeiro verso formulístico (a tese de coincidência textual, que não é rara na poesia oral, não parece aqui plausível, dada a especificidade linguística e imagética do referido verso), embraiante da estética do obsceno que opera na segundo dístico: “Neste lugar solitário/ Sinto uma tristeza profunda,/ Quando a bosta cai na água / E a água bate na bunda”.

O eterno enigma do folclore literário – ou do património verbal artístico – reside justamente na sua notável independência, na era da contaminação das tradições (que logo à partida coloca problemas intrincados quando se trata de distinguir o antigo do novo e passageiro, o integral do fragmentário) e, simultaneamente, da sua preservação na transformação, sob o postulado da identidade na diversidade, do local no global.

Porto, Maio de 2002