

O ADUFE NA OIKOUMENE IDANHENSE TURISMO E INOVAÇÃO

Ana Rita Garcia¹ & Sara Brito Filipe²

Resumo

O Adufe é um instrumento mágico. Pretendemos explorar a sua história para compreender como o seu uso pode modificar as relações sociais e sustentar identidade. O Adufe é agora um símbolo de Idanha-a-Nova. Está ligado ao mundo rural e à fertilidade, e é tocado principalmente por mulheres. Então, o que associa a população local ao Adufe no século XXI? Que tipo de recreação pode inspirar? Como e porque foi salvaguardado o Adufe? Que tipo de projeto e iniciativa pode instigar? Como pode inovar na imagem de marca para o Município? Como pode ajudar a manter as pessoas no território?

Palavras-chave: Turismo, Lugares, Identidade, Imagem de Marca, Adufe.

Abstract

The Adufe is a magical instrument. We pretend to explore its history in order to understand how its use and the social relationships it promotes have sustained/sustain identity. The Adufe is now a symbol of Idanha-a-Nova. It is linked to the rural world and to fertility, and it is mainly played by women. So, what do local people associate to the Adufe in the 21st century? What kind of recreation does it inspire? How and why has the Adufe been safeguarded? What kind of project and initiative can it instigate? As the brand image for the Municipality how can it innovate? How can it help to retain people in the territory?

Keywords: Tourism, Places, Identity, Brand Image, Adufe.

1. Introdução

O abandono de lugares, onde antes fermentou vida, provocou alterações significativas no mundo rural. Em 1950, o concelho de Idanha-a-Nova tinha 33 439 habitantes; vinte anos depois, contava com 20 580; em 1991, 13 630, em 2011, somava 9680 habitantes (INE, 1964, 1973, 1996, 2012). Esta perda sistemática de população pode gerar o esbatimento/ desaparecimento da memória da comunidade, cujos traços identitários maiores se fixam na práxis rural e cultura portuguesas. Na verdade, assistimos a um progressivo despovoamento de espaços que têm séculos de história. Fluxos de emigração associados a fugas para as periferias suburbanas

¹ Professora Adjunta na Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova, Instituto Politécnico de Castelo Branco. (anarita@ipcb.pt)

² Professora Adjunta na Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova, Instituto Politécnico de Castelo Branco. (sarafilipe@ipcb.pt)

promoveram a desertificação, a perda de serviços, o abandono do património construído e a degradação do ambiente. O envelhecimento da população e as baixas taxas de natalidade marcam estes territórios. Ora, sabemos que, a inversão não é um caminho fácil; as causas e consequências do despovoamento estão diagnosticadas. Interessa, assim, que se criem estratégias capazes de fomentar a fixação de populações nestes territórios. O desenvolvimento de microempresas, de serviços, pode gerar oportunidades que revertam favoravelmente a situação.

O concelho de Idanha-a-Nova, inserido no Geopark Naturtejo, tem apostado no setor turístico. Estamos perante um território rico em património cultural e natural, perante um espaço com significado. É necessário aproveitar as potencialidades, desenvolver e inovar a intervenção nesta oikoumene rural.

Idanha-a-Nova é uma vila com alma. Indispensável na definição da identidade portuguesa, detentora de um património material e imaterial únicos, é pilar de uma cultura que, cada época, vivificou.

Nesse sentido, propomo-nos, neste estudo, a partir dos conceitos de lugar antropológico por oposição ao não-lugar de Marc Augé, demonstrar que a atividade turística é um dos vetores mais importantes para associar o mundo ao lugar, o global ao local.

O lugar antropológico é o lugar onde pessoas vivem, celebram a sua existência, residem, trabalham, guardam as suas fronteiras. Foi escolhido pelos ancestrais, é o lugar dos descendentes. É, simultaneamente, princípio de sentido para aqueles que o habitam e princípio de inteligibilidade para quem o observa. Define-se como identitário, relacional e histórico. Identitário porque o lugar de nascimento, as regras de residência... são como uma inscrição no solo que compõe a identidade individual. Há referências partilhadas que designam fronteiras, marcam a relação com os do grupo e com os outros. É histórico na medida em que tem uma história. Em oposição, os não-lugares não são identitários, relacionais ou históricos. Definem-se como um mundo efémero comprometido com o transitório e com a solidão. Os não-lugares (autoestradas, multibancos, resorts...) são a medida de uma época que se caracteriza pelo excesso factual, superabundância espacial e individualização de referências, saibamos muito embora que os lugares e os não lugares são polaridades fugidias (Augé, 2005).

Ora, a atividade turística permite associar o mundo ao lugar, o global ao local, como referimos. Segundo Luchiarì (2000), o lugar é resultado de um feixe de relações que soma particularidades (políticas, económicas, sociais, culturais, ambientais...) à procura do global que o atravessa. O espaço, enquanto abstração, realiza-se e concretiza-se através das práticas sociais que constroem quotidianamente, os lugares. Assim, o lugar é um elemento dinâmico, onde podemos presenciar o movimento dialético constante existente entre o lugar e o mundo, resultante dos processos da sociedade atual.

A identidade do lugar é constantemente recriada, produzindo um espaço social híbrido, onde o velho e o novo se fundem dando lugar a uma nova organização socio-espacial (Luchiarì, 1998). Torna-se, assim, fundamental interpretar os factos folclóricos que o concelho de Idanha-a-Nova, salvaguardou. Sabemos que factos folclóricos integram a maneira de sentir, pensar e agir, que constituem uma expressão da experiência peculiar de vida de qualquer coletividade humana (Dias, 2003). Representações de antanho remetem para uma apropriação social, no presente, de uma cultura do passado.

Considerando estes pressupostos, escolhemos o adufe, um instrumento carregado de magia, e a sua história para perceber como o seu uso e as relações sociais que desencadeia sustentaram/ sustentam a identidade. Símbolo atual da Autarquia Idanhense, associa-se ao mundo rural, à fertilidade, é tocado sobretudo por mulheres. Que recriações ocorreram? Como e porque foi salvaguardado? Que projetos e iniciativas pode fundamentar? Imagem de marca do Município que inovações são possíveis? Como pode ajudar a fixar pessoas?

Esta problemática suscitou o nosso interesse, porque tendo conhecimento de ícones nacionais que perduraram (galo de Barcelos, Lenços de Viana), evidenciados a partir dos anos 30, do século XX, o adufe, outro ícone referenciado na mesma época – conheceu sorte diversa.

Na verdade, no debate sobre a “aldeia mais portuguesa de Portugal” e que Monsanto, em 1938, venceu com a atribuição do “galo de prata”, o adufe e as marafonas surgiram como símbolos.

Monsanto revelava-se como a aldeia que “maior resistência oferecia a decomposições e influências estranhas e o mais elevado estado de conservação no mais elevado grau de pureza das características” (Félix, 1938/2003: 207), preenchendo requisitos inscritos no Regulamento da Sociedade de Propaganda Nacional.

É neste contexto que o adufe ganha visibilidade para lá das fronteiras idanhenses.

2 O Adufe: História e Representações

*“As armas do meu adufe
São de pau de laranjeira
Quem houver de tocar nele
Há de ter a mão ligeira”.*

Requisito essencial para tocar o adufe adianta o excerto da cantiga tradicional, que transcrevemos: ter a mão ligeira. Outro pormenor abre o texto: as armas do adufe são de pau de laranjeira. Dois elementos femininos – mão ligeira (a motricidade pura adquirida por quem coze e cose é atributo de género; a laranjeira anda ligada ao noivado e foi/é usada no traje nupcial feminino, como símbolo de pureza e de felicidade.

É definido por Oliveira (2000), como um instrumento bимembranofone do tipo pandeiro, quadrangular, de percussão direta com a mão, idiofone de percussão derivado a soalhas (ou pequenos grãos) soltas ou presas no interior. Acrescenta que tem o aro muito baixo, as membranas são cosidas uma à outra e/ou ao aro, não permitindo a alteração ou graduação da tonalidade por variação de tensão.

A referência ao adufe, em documentos históricos, até ao século XX, encontra-se em meios urbanos e multiculturais.

No século XX, o etnólogo, Leite Vasconcelos³ efetua, no país, uma recolha de instrumentos musicais, cantos, músicas, rituais, temas, tradições. No mapa resultante desta investigação regista o aparecimento do adufe já em ambiente rural, sobretudo em Trás-os-Montes e na Beira Baixa.

Michel Giacometti e Fernando Lopes Graça que gravaram cantigas, músicas, em todo o País, verificaram, mais tarde, que a sonoridade do adufe permanecia nos referidos espaços.

2.1 A História do Adufe

De forma breve, diremos que na Mesopotâmia e Suméria há testemunhos do uso de bимembranofones, de forma quadrada. Presume-se poder ter tido a função de medição de cereais e de tambor. Na Antiguidade Oriental e Mediterrânica há instrumentos similares mas de forma circular.

Outras referências relevantes são ainda as que se leem no Antigo Testamento, o livro das três religiões: cristã, judaica e árabe.

Segundo Molina (2010), a proliferação do adufe terá acontecido com a Diáspora judaica, depois do ano 70, com a destruição do Templo. O tof judaico surge registado na passagem

³ Cf. José Leite de Vasconcelos (1980/1988). *Etnografia Portuguesa*. 8 Volumes. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.

do Mar Vermelho, tocado por Miriam, a irmã de Moisés (Êxodo: 15: 20)⁴. Também no Livro de Job (21: 12)⁵, em Isaías (24: 8)⁶, nos Salmos (81: 2; 149: 3; 150: 4)⁷ se alude ao adufe. A transcrição usa, por vezes, o vocábulo tamboril e, de acordo com as representações icónicas, poderia ser quadrado ou circular.

O vocábulo *duff* segundo Poché (2001) aparece, também, inúmeras vezes no Corão, mencionado pelo profeta Maomé.

Na Península Ibérica

No período de domínio islâmico – século VII a XI – o diálogo tricultural, inaugura um período áureo, constrói uma cultura específica, rica, cujo esplendor se associa ao Al Andalus – século VIII ao XIII-. Nas ruas os três povos saudavam-se: Paz, Shalom, Salam. Três religiões nascidas do Antigo Testamento conviveram, coexistiram e as relações interculturais criaram um património raro, enquanto reinou o diálogo. Em conjunto, festejavam as colheitas, o ciclo agro-pastoril associado ao ciclo litúrgico, intercambiaram saberes e fazeres, em todos os domínios da vida: da agricultura à medicina, à filosofia, à literatura, à arquitetura, às artes. No âmbito que abordamos e exemplo do que afirmamos é a lírica galaico-portuguesa, similar das *hardjas* e *muaxahas* semitas; o canto, a música com os seus instrumentos, os temas... falam desse tempo de diálogo e de enriquecimento cultural. Todavia, o fundamentalismo religioso cunha o século XII. A partir de então, a leitura dos textos sagrados só admite um significado. Cada povo tinha encontrado uma Verdade, a única, a salvífica.

A Invasão dos Almóadas e a Reconquista Cristã põem fim ao convívio. Felizmente, há sempre dissidentes da maioria. E na Península Ibérica, celebra-se, por exemplo, Afonso X, o Sábio, o poeta das *Cantigas de Santa Maria* e da *General Historia*; registou, pela primeira vez, a palavra *adufe* associando-a a Miriam e às mulheres, ao Êxodo, como referimos.

Também o trovador Martín Guizo, jogral da corte de Afonso X, numa cantiga refere que uma dama de boa aparência manda tocar o adufe: “A de mui bom parecer mandou lo adufe tanger”.

Desde sempre ligado a celebrações divinas – S. João, Virgens, Santo António... – eruditos e populares tangiam o adufe nas festas sagradas. E noutras...

Avançando dois séculos as Ordenações Afonsinas⁸ ordenavam que não “estorvassem” ou “embargassem” as festas a mouros, onde se ouvia também o *bimembranofone*. No século XV, eram as mulheres que tocavam o adufe, em cerimónias preponderantemente religiosas. Em Seiscentos integrava a Procissão de Corpus Christi. E todavia, até ao século XVIII estava interdito o uso de instrumentos nos templos. Isto não significava que num ou noutro lugar a norma não fosse esquecida, como acontece com tantas outras determinações tridentinas. Outra notícia ocorre no ano de 1745, quando Frei José Pereira de Santana publica a *Crónica dos Carmelitas*. O texto diz que as mulheres da capital cantavam e dançavam na altura da Páscoa, quando iam em Peregrinação à Capela do Mosteiro do Carmo, e em redor do túmulo do Santo Condestável, ao som desse “instrumento” (Oliveira, 2000; Dias, 2011).

⁴ Êxodo: 15:20 “Tomou pois na sua mão a Prophetisa Maria, irmã de Arão, um adufe: e saíram em cōros todas as mulheres após ella com adufes” In A Bíblia Sagrada. (1879) Traduzida por António Pereira de Figueiredo. Lisboa: Lallemand Frères, Typ., p. 74.

⁵ Job: 21:12 “Levam o pandeiro, e alaude, e saltam ao som dos instrumentos músicos”. In A Bíblia Sagrada. (1879) Traduzida por António Pereira de Figueiredo. Lisboa: Lallemand Frères, Typ., p. 507.

⁶ Isaías: 24:8 “Cessou o folgado dos tamborins, acabou o ruído dos que pulam de prazer, e descansou a alegria da harpa”. In A Bíblia Sagrada (1986) Traduzida por João Ferreira de Almeida. Lisboa: Edição da Sociedade Bíblica, (p. 695).

⁷ Salmos: 81:2 “Tomai o saltério e trazei o adufe, a harpa suave e o alaúde”; Salmos 149:3 “Louvem o seu nome com flauta, cantem-lhe o seu louvor com adufe e harpa”; Salmos 150:4 “Louvai-o com o adufe e a flauta”. In A Bíblia Sagrada (1986) Traduzida por João Ferreira de Almeida. Lisboa: Edição da Sociedade Bíblica, (pp. 604, 638, 639 respetivamente).

⁸ Ordenações Afonsinas do Senhor Rei D. Afonso V. (1786). Livro II, Título CXX, Coimbra: Real Imprensa da Universidade, p. 562.

Esta tradição religiosa, em contexto citadino, terá durado até ao século XIX. É nesta altura que nascem nas cidades teatros, óperas. O modelo cultural é o francês. Novas sonoridades encantam, apaga-se a influência dos instrumentos tradicionais, privilegiam-se os de corda. Todavia, em territórios do interior, a inovação, desconhecia-se e a tradição era salvaguardada.

Confirma-o o trabalho de Leite de Vasconcelos, cujas recolhas, que referimos, no âmbito da cultura portuguesa, em todo o país, permitiram perceber onde e como foram preservados usos e costumes, em vários domínios culturais. Dissemos que a Giacometti e Fernando Lopes Graça interessou a Beira. A evolução tecnológica - gravação, reprodução – favoreceu, então, o conhecimento e registo de um património musical matricial.

Percursos do que viria a denominar-se, com rigor científico, a etnomusicologia, deram passos relevantes no levantamento das culturas regionais. Na verdade, a preferência pela designação etnomusicologia é sustentada pela necessidade de superar a problemática que os conceitos de música popular e música tradicional levantam. O termo popular é equívoco. Definir popular por oposição ao culto, ou ao erudito é redutor. As canções recolhidas por Lopes Graça como se classificam? E as de Zeca Afonso?⁹ As de Catarina Chitas? São populares as que o povo cria, as que canta, ou que adota? Também o termo tradicional sofre de ambiguidade. O étimo *traditionem* gerou por via erudita, a palavra tradição e por via não popular tração. A tradição é uma tração. Por tradição entende-se, ainda, o que se opõe ao moderno, ao progresso.

Cortazar (1965) estabelece a diferença entre popular e folclórico: a tradicionalização do popular, a sua durabilidade seriam garantias do autêntico, do genuíno/popular. Não será por acaso que há versões da Senhora do Almurtão cantadas por: Adufeiras, Teresa Salgueiro, Zeca Afonso... entre outros. Haverá uma música popular, tradicional?

À luz desta nova ciência, é possível construir o corpus de análise e aplicar conceitos que descodifiquem problemáticas que se prendem com a permanência do adufe no concelho de Idanha-a-Nova, e características específicas que foram salvaguardadas.

Três fatores intervieram na preservação deste património:

Primeiro: O isolamento do interior – leia-se Orlando Ribeiro (1987, 1991) – o relevo, o clima, a ausência de vias de comunicação até à década de 80 do século XX, favoreceram uma criação de uma zona protegida de identidade cultural.

Segundo: A ligação entre o calendário litúrgico e o calendário agro-pastoril na criação de festividades revelou-se essencial. Na Páscoa, em celebrações primaveris, em procissões, em romarias, o adufe manteve-se como instrumento de cantares, maioritariamente, femininos. Em festas de agradecimentos e promessas ao sagrado para obter boas colheitas que alimentavam/garantiam o bem-estar da comunidade, com o adufe se sublinhavam sonoridades ancestrais que o povo e o divino partilhavam.

Terceiro: Instrumento de género bailava nas mãos das mulheres que retiravam sonoridades únicas do bímbranofone. Usado atualmente por grupos folclóricos variados, tocados por homens – uma invenção urbana – e mulheres, o adufe, no feminino tem uma linguagem da terra-mãe, de fertilidade que a região salvaguardou.

2.2 Representações do Adufe

Cremos, porém, que o adufe pode ganhar outras dimensões. Associado, até ao momento, à festa religiosa, à fertilidade, ao território que o sagrou como símbolo de uma identidade cultural, sugerimos que se afeiçoe a outras dimensões.

⁹ Segundo Carvalho (2010), o instrumento foi introduzido na música popular portuguesa por José Afonso no disco *Cantares do Andarilho* (1968) na canção *Senhora do Almurtão*. O Adufe “é simulado pelo batimento da mão na caixa-de-ressonância da viola” (p. 13)

Assim, conhecendo a história do adufe, interessa divulgar a matriz cultural do instrumento e torná-lo uma imagem de marca.

Na verdade, a imagem de marca diz respeito ao conjunto de atributos e associações que se estabelecem com uma marca (Biel, 1993). As associações, a sua origem e a sua natureza determinam o significado da marca para o consumidor (Keller, 1993); definem a forma como se percebe e se guarda na memória, representando o seu significado para o consumidor (Aaker, 1991). Ora, quando aplicado a um território, o conceito de imagem de marca estende-se às associações e informações que os consumidores relacionam com um determinado local, entendendo-se por consumidores os seus habitantes, turistas e investidores.

Acreditamos que o adufe contém um conjunto de atributos que possibilitam a sua associação ao concelho de Idanha-a-Nova: tradição, cultura popular, singularidade nacional e, também inovação, criatividade e empreendedorismo. Sendo a imagem composta por percepções subjetivas da pessoa acerca do objeto, é determinante a experiência que o consumidor tem com o lugar, a exposição à sua promoção e divulgação.

Este trabalho foi desenvolvido relativamente, por exemplo, ao galo de Barcelos e aos Lenços de Viana, conhecidos a nível nacional e internacional, enquanto ícones de identidade portuguesa.

O que fazer com o adufe?

Deixamos algumas ideias:

Considerando a especificidade do adufe, bem como a diversidade de valores que representa, importa desenvolver uma estratégia de promoção/divulgação direcionada para diferentes públicos-alvo. Como ponto de partida sugerimos a recolha de músicas e textos (histórias, lendas, narrativas...) alusivos ao adufe para a concretização de ações que sustentem a visibilidade do instrumento, em particular para:

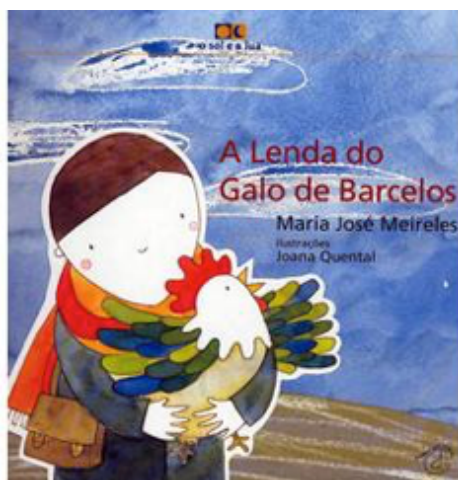
- Divulgar e aumentar a notoriedade do adufe;
- Aproximar o adufe dos cidadãos;
- Dinamizar o território;
- Atrair turistas;
- Aumentar o número de visitantes ao território;
- Fixar população.

Diferenciamos as ações a desenvolver, considerando três públicos-alvo: crianças, jovens e adultos.

Crianças

Dirigido ao público-alvo das crianças podem ser desenvolvidas as seguintes ações:

- a) Publicação de um livro infantil, com a história da origem e utilização do adufe (figura n.º1);



Fonte: <http://www.fnac.pt>

Fonte: <http://portfoliogruponalusa.blogspot.com>

Figura n.º 1: Livros alusivos ao Galo de Barcelos



- b) Criação de uma Escola de Adufes (Tocá Rufar);
- c) Recolha de letras alusivas ao adufe ou músicas que tenham como suporte o instrumento, com o intuito de criação de um CD infantil;
- d) Criação de uma mascote “o Adufito”, através do qual as crianças possam descobrir um conjunto de informações. A mascote irá representar a dimensão do amigo que traz novos conhecimentos.

Estas ações terão como objetivos:

- Criar uma história que permaneça no imaginário da criança;
- Sensibilizar as gerações futuras para a preservação do património cultural;
- Motivar os professores para a divulgação e ensinamento de canções, nas Escolas;
- Fomentar o uso do adufe;
- Captar os fluxos turísticos do segmento “famílias”.

Jovens

No que respeita ao público-alvo dos jovens sugerimos:

- a) Organização de um concurso a nível nacional apelando à criação artística com recurso ao Adufe, através da apresentação de trabalhos de criação artística nas áreas de artes digitais, artes plásticas, dança, design de equipamento, design gráfico, fotografia, joalheria, literatura, moda, música e vídeo.
- b) Publicação de um livro juvenil da coleção “Uma Aventura...em Idanha-a-Nova”.

Pretende-se com estas ações:

- Sensibilizar os jovens para a existência/utilização do adufe e para a sua importância enquanto património cultural;
- Potenciar novas utilizações para o adufe;
- Desenvolver novos produtos alusivos ao adufe.

Adultos

Quanto ao público-alvo dos adultos propomos as seguintes iniciativas:

- a) Desenvolver produtos criativos partindo do adufe. Para isso seria importante a colaboração de parceiros privados. Pensámos, em:
- Bijuteria, utilizando o adufe como elemento diferenciador (parceiros: artesãos, designers – figuras n.º 2 e n.º 3);
 - Roupa (figuras n.º 4 e n.º 5);
 - Atoalhados (figura n.º 6);
 - Loíça (parceiro: Vista Alegre, figuras n.º 7 e n.º 8);



Fonte: <http://portocity.olx.pt>

Fonte: <http://adornoartesanato.blogspot.com>

Figura n.º 2: Utilização do Galo de Barcelos em bijuteria – versão colar



Fonte: <http://ideiasdeconta.blogspot.com>

Figura n.º 3: Utilização do Coração de Viana em bijuteria – versão colar



Fonte: <http://www.kitpedranocharco.blogspot.com>

Figura n.º 4: Utilização do Galo de Barcelos em roupa – versão t-shirt



Fonte: <http://cris-e-ana.blogspot.com>

Figura n.º 5: Utilização dos Lenços de Viana em roupa – versão vestido e carteira



Fonte: <http://onossocasamento.pt/directorio/vestidos-noiva/cooperativa-lencos-namorados>

Figura n.º 6: Utilização dos Lenços dos Namorados em atoalhados



<http://fenixdesign-decoracao.blogspot.pt/2012/09/galo-de-barcelos-do-classico-ao-moderno.html>

Figura n.º 7: Utilização do Galo de Barcelos em loiça – versão chávena e açucareiro



Fonte: <http://www.vistaalegreatlantis.com/detail.aspx/Vila%20Verde/10495/Jantar/>
Figura n.º 8: Utilização dos Lenços de Viana em loiça – versão serviço de jantar

- b) Conceber uma linha de merchandising referente ao adufe (Parceiro: Terra Lusa – empresa que presta homenagem ao património cultural de Portugal. Todas as peças são 100% Portuguesas e encontram-se à venda, a nível nacional, em Estações de Correio, em Lojas de Artesanato, em Museus e Aeroportos – figura n.º 9);



Fonte: <http://planetalowcost.net/passatempo-saber-viver-terra-lusa-dia-dos-namorados/>
Figura n.º 9: Linha de Merchandising relativa aos Lenços de Viana

c) Criar produtos gastronómicos, apresentando como sugestão:

- Chocolates em forma de adufes, redondos e quadrados (parceiro: Husssel – figura n.º 10);
- Bolos regionais/cake design alusivos ao instrumento (figura n.º 11);



Fonte: <http://www.hussel.pt/Produtos/tabid/97/ProdID/106/Default.aspx>

Figura n.º 10: Chocolates: versão embalagem Galo de Barcelos



Fonte: <https://magdaneiva.blogs.sapo.pt/76415.html>

Figura n.º 11: Cake design: Galo de Barcelos

- d) Envolver o uso do adufe em todas as festividades celebradas no concelho;
- e) Criar eventos culturais: Encontros de grupos musicais;
- f) Apoiar todas as criações com o adufe (Rita Guerra, ADUF...);
- g) Recriar épocas e festas históricas - fundamentadas na história do instrumento;
- h) Desenvolver protocolos com o IPCB para novas utilizações do Adufe.

Estas ações terão como objetivos:

- Aumentar a notoriedade do adufe e do território;
- Sensibilizar novos públicos para o adufe: símbolo identitário e patrimonial do país;
- Captar turistas;
- Fomentar a criação micro-empresas;
- Captar investimento externo.

Num âmbito institucional poder-se-ão desenvolver estratégias de divulgação que potenciem o adufe como símbolo identitário e patrimonial do concelho, de Portugal. Parceiros neste projeto podem ser os CTT, através do desenvolvimento de uma coleção de selos alusivos à utilização do adufe (figuras n.º 12) e, também, a Google, através dos seus Doodles - alterações artísticas ao logotipo da marca Google, no site de pesquisa do Google, que comemoram e/ou relembram datas ou eventos considerados relevantes (figura n.º 13).



Fonte: <http://www.ovilaverdense.com/noticia.php?n=1409>

Figura n.º 12: Lenço dos Namorados na coleção filatélica. ‘Bordados Tradicionais Portugueses’



Fonte: <http://portuguese-american-journal.com/june-10th-google-doodles-galo-de-barcelos-portugal/>

Figura n.º 13: Doodle da Google para assinalar Dia de Portugal

3 Conclusão

Acreditamos que, num processo de reavivamento cultural, as relações sociais básicas que mantinham o facto folclórico reconstruir-se-ão, reconstruindo a psicografia deste território que incluem os eventos tradicionais.

O turismo oferece a oportunidade de redefinir as funções do facto folclórico, adaptando-o à nova realidade. Assim, a inserção do adufe em novos contextos, sem perder o vínculo à história, à comunidade, poderá consubstanciar a identificação de um elemento simbólico, de identidade coletiva.

A estratégia de divulgação proposta, baseada no aumento da notoriedade do adufe, permitirá uma maior aproximação do instrumento aos consumidores, assumindo-se como imagem de marca do território. A atração de novos públicos, o reinterpretar da história e o reinventar dos objetos contribuirá para a dinamização do concelho, para o aumento de turistas e visitantes bem como, para a fixação de população. Representará as forças de combate à desertificação.

4 Bibliografia

- AAKER, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- AUGÉ, M. (2005). *Não-Lugares. Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*. Lisboa: 90º Graus Editora, Lda.
- BIEL, A. (1993). *Converting Image into Equity*. In D.A. AAKER & A.L. Biel (eds.), *Brand Equity and Advertising. Advertising's Role in Building Strong Brands* (pp. 67-96). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- CARVALHO, J. S. de (2010). *Adufe*, In: SALWA CASTELO-BRANCO (dir). *Enciclopédia da Música em Portugal no Século XX – A – C*. Lisboa: Temas e Debates – Círculo dos Leitores.
- CORTAZAR, A. R. (1965). *Esquema del Folklore: Conceptos y Métodos*. Buenos Aires: Editorial Columba.
- DIAS, A.C.M. (2011). *O Adufe. Contexto Histórico e Musicológico*. Faro: Tese de Mestrado em Portugal Islâmico e o Mediterrâneo (não publicada).
- DIAS, R. (2003). *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Editora Atlas S. A.
- FÉLIX, P. (1938/2003). *O Concurso: A aldeia mais Portuguesa de Portugal*. In. SALWA EL-SHAWAN CASTELO-BRANCO & JORGE DE FREITAS BRANCO (eds.). *Vozes do*

- Povo: a Folclorização em Portugal. Oeiras: Celta Editora.
- INE. (1964). X Recenseamento Geral da População. No continente e ilhas adjacentes. Tomo I, Vol. 1.º: Prédios e Fogos; População – Dados Restropectivos (Distritos, Conceitos e Freguesias). Lisboa: Sociedade Tipográfica, Lda (p. 37).
- INE. (1973). 11.º Recenseamento da População. Continente e Ilhas Adjacentes. 1970. Lisboa: Sociedade Tipográfica, Lda (p. 23).
- INE. (1984). XII Recenseamento Geral da População. II Recenseamento Geral da Habitação. Resultados Definitivos. 1981. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- INE. (1996). Censos 91. Resultados Definitivos. Lisboa: Autor.
- INE. (2012). Censos 2011. Resultados Definitivos. Centro. Lisboa: Autor.
- KELLER, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57, 1 - 22.
- LUCHIARI, M. T. D.P. (1998): Urbanização Turística: um novo nexo entre o Lugar e o mundo. In: LUIZ CRUZ LIMA (org.). *Da Cidade ao Campo: A Diversidade do saber-fazer turístico*. Fortaleza- CE: UECE.
- LUCHIARI, M. T. D.P. (2000) Urbanização Turística: Um novo nexo entre o lugar e o mundo. In: CÉLIA SERRANO; HELOISA TURINI BRUHNS & MARIA TEREZA D.P. LUCHIARI, (org.). *Olhares Contemporâneos sobre o Turismo*. São Paulo: Papyrus Editora.
- MOLINA, M. (2010). *Frame Drums in the Medieval Iberian Peninsula*. Zaragoza: Edition Reichenberger.
- OLIVEIRA, E. V. (2000). *Instrumentos musicais populares portugueses*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- POCHÉ, C. (2001). Duff. In *The New Grove. Dictionary of music and musicians*. London: MacMillan Press Limited
- RIBEIRO, O. (1987). *Introdução ao Estudo da Geografia Regional*. Lisboa: Edições Sá da Costa.
- RIBEIRO, O. (1991). *Portugal, O Mediterrâneo e o Atlântico*. Lisboa: Livraria Sá da Costa Editora.