



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA APLICADA AO FOLCLORE O Grupo Folclórico Da Casa Do Povo Da Camacha

Isabel Nóbrega Sá

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:
Doutor, José Soares da Silva Neves, Professor Auxiliar Convidado
ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

**COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA APLICADA AO FOLCLORE
O Grupo Folclórico Da Casa Do Povo Da Camacha**

Isabel Nóbrega Sá

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor José Soares da Silva Neves, Professor Auxiliar Convidado
ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021

Ao Meu Anjo Eterno

“Communication is the transmission of information, ideas, attitudes, or emotion from one person or group to another (or others)” (theodorson, g. A. & theodorson, 1969: 62 como citado em Hallahan *et al*, 2007: 24,25)

Agradecimentos

Se escrever uma dissertação de mestrado fosse tão fácil como bailar o Bailinho da Madeira, teria sido tudo muito mais simples e rápido como as voltinhas das raparigas que rodopiam pela mão dos seus pares, ao ritmo do bumbo e do brinquinho, um instrumento tradicional madeirense. Mas como tudo na vida tem as suas exigências, esta investigação não foi exceção e foi com rigor e dedicação que me entreguei a este trabalho, depositando toda a minha energia e tempo no mesmo.

No entanto, destacar o apoio a todos aqueles que contribuíram para que esta investigação fosse possível.

Em primeiro lugar agradecer à instituição que erga o nome deste trabalho, ISCTE-IUL, assim como ao Professor José Soares Neves, pela dedicação e ajuda incansável na escrita desta dissertação.

Ao Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, agradecer pela confiança depositada, e por toda a ajuda dispensada ao longo dos últimos meses.

A todos os meus amigos que sempre estiveram disponíveis nos momentos bons e nos menos bons, obrigada por ouvirem sempre os meus desabafos.

Um agradecimento do tamanho do mundo às pessoas que me acompanharam sempre nesta jornada. Pai, Mana, Mano, Margarida, Tia, João Henrique e Caria, obrigada por acreditarem sempre em mim, pela motivação e pelo amor.

Só desta forma é que foi possível conseguir escrever e investigar sobre um tema escasso e quase nulo no campo das ciências sociais. O desafio foi ainda maior quando se tocou em temas muito particulares e importantes no meu percurso pessoal, realizando um sonho não só meu, mas também da minha Mãe, a quem dedico inteiramente esta dissertação de Mestrado, porque o Folclore foi sem dúvida, uma das grandes heranças que me deixou.

Desta feita, puder aliar este gosto cultural à minha área de formação e foi a simbiose perfeita para fechar um ciclo de estudos muito importante.

Este trabalho é para si, Mamã.

*“Vivo pensando em ti,
Para te poder abraçar.
Sofrendo por ti,
Não deixes este amor terminar”*
(Elsa, 2013)

Resumo

Serve a presente investigação para, perante a preocupação com a preservação e transmissão do folclore às gerações futuras, procurar-se impulsionar o início de um processo de comunicação estratégica no Folclore, através de uma adaptação da comunicação aos dias de hoje. Assim, e num mundo que está em constante atualização, a comunicação torna-se algo imperativo para a transmissão de saberes às gerações futuras, sem que nada seja alterado, mantendo assim a sua autenticidade, preservando-a, mas adaptando ao novo mundo globalizado e onde reinam os novos *media*.

Desta forma, a investigação debruça-se sobre as formas de comunicação que potenciam a preservação e transmissão às gerações vindouras. Em vista, está a observação do Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, como objeto de estudo que apresenta um modelo de comunicação muito assente no contacto físico e em cima de palco. Ao mesmo tempo, percebe-se que a comunicação digital é cada vez mais uma aposta e que desta forma o alcance poderá ser muito maior, conseguindo uma comunicação bidirecional, não só para o público-alvo, mas também para outros que são considerados potenciais espetadores, e que na ótica do Folclore, poderão vir a ser elementos, constituindo assim as próximas linhagens de elementos do Grupo Folclórico em questão.

Assim, esta dissertação procura abrir discussões sobre a comunicação no folclore, com foco na divulgação de tradições entre as comunidades e principalmente nos mais jovens que são os responsáveis pela continuação de um legado.

Palavras-chave: Comunicação Estratégica, Folclore, Tradições, Gerações Futuras, Globalização.

Abstract

This investigation aims, given the concern with the preservation and transmission of folklore to future generations, to boost the start of a strategic communication strategy regarding folklore through an adaptation of the strategy to the modern communication landscape. Thus, in a world in constant update, communication becomes imperative to the transmission of knowledge to future generations, maintaining its authenticity without changing anything, preserving it but also adapting it to the new globalized world where the new *media* rule.

The investigation focuses on the forms of communication potentiating the preservation and transmission to the next generations. Under observation is the Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, the object of study, whose communication model is based on direct, physical and performative contact. At the same time, the reach and reliance on digital communication is, noticeably, a greater bet in today's world, achieving a two-way communication, not only for the target audience but also for others that are seen as potential spectators, and, from the group's perspective, may come to be new elements, thus constituting the next line-ups of the group.

This dissertation contributes to the discussion of the subject of folklore and communication, with special attention on dissemination of these traditions to the young people and individuals who are responsible for the continuation of a legacy.

Keywords: Strategic Communication, Folclore, Folklore, Traditions, Future Generations, Globalizations

Índice

Agradecimentos	V
Resumo.....	VII
Abstract	IX
Glossário de siglas	XIII
Introdução.....	1
Capítulo 1 - Revisão da literatura.....	3
1.1. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	3
1.2. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGIA.....	3
1.2.1. <i>Estudo de públicos</i>	5
1.2.2. <i>Comunicação cultural no digital</i>	6
1.3. FOLCLORE.....	7
1.3.1. <i>Federação de folclore português</i>	10
1.3.2. <i>Conselho internacional de organizações de festivais de folclore e artes tradicionais</i>	11
1.4. GRUPOS DE FOLCLORE.....	13
1.5. CULTURA POPULAR.....	15
1.6. FOLKCOMUNICAÇÃO.....	17
Capítulo 2 - Metodologia – estudo de caso	21
2.1. OBJETIVOS E PROBLEMÁTICA	21
Capítulo 3 - Grupo folclórico da casa do povo da camacha.....	23
3.1. CASO DE ESTUDO	23
3.2. GRUPO FOLCLÓRICO DA CASA DO POVO DA CAMACHA	23
Capítulo 4 - Resultados	25
4.1. OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE	25
<i>Resultados</i>	26
4.2. ENTREVISTAS.....	30
<i>Caracterização dos entrevistados</i>	30
<i>Resultados</i>	31
4.3. O FOLCLORE NA IMPRENSA MADEIRENSE	37
<i>Resultados</i>	37
Conclusão	41

Referências bibliográficas	45
Anexos.....	49

Glossário de Siglas

AFERAM - Associação de Folclore e Etnografia da Região Autónoma da Madeira

CIOFF - Conselho Internacional de Organizações de Festivais de Folclore e Artes Tradicionais

FFP - Federação do Folclore Português

FNAT - Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho

GFCPC – Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha

INE - Instituto Nacional de Estatística

RAM – Região Autónoma da Madeira

SNI - Secretariado Nacional de Informação

SPN - Secretariado de Propaganda Nacional

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Introdução

Num mundo em que a comunicação é cada vez mais célere pelo uso de novas tecnologias, é preocupante a forma como a cultura possa ser transmitida e haja uma partilha desenfreada sem quaisquer preocupações com as questões de tradição e preservação de memórias e vivências culturais de um povo.

Este trabalho tem como tema fundamental a comunicação estratégica aplicada ao Folclore, atentando em particular no caso do Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha. Assim, o principal objetivo desta investigação passa essencialmente por responder à questão de partida, procurando perceber que formas de comunicação poderão potenciar a preservação e transmissão das tradições folclóricas, no caso madeirenses às gerações futuras.

Investigação esta, que procura contribuir de forma ativa e participativa nos planos de comunicação e estratégias comunicacionais dos grupos artísticos e culturais que têm como objetivo manter um legado cultural e popular, como é o Folclore. O estudo em questão prevê colmatar com possíveis falhas de comunicação que possam existir, assim como averiguar que tipo de comunicação é utilizado no grupo em análise.

Um trabalho importante na medida em que se potencia o estudo sobre o panorama comunicacional de grupos culturais, como os grupos de folclore, dado à pouca informação existente no seio das ciências sociais, e a inexistência de estudos neste âmbito, sendo esta uma das dificuldades sentidas aquando do início desta investigação.

Desta forma, a presente dissertação propõe-se a complementar os estudos existentes dentro desta problemática que é a comunicação estratégica aplicada aos grupos de folclore, como processo fundamental para a salvaguarda e cessão das tradições folclóricas às gerações futuras, os responsáveis para a continuação de um legado de um povo.

E falar de identidade de um povo, significa referir-nos a um grupo folclórico que traz consigo todas essas recriações e preservações ao melhor nível, através dos bailes, músicas ou encenações de usos e costumes dos nossos antepassados, e é essa a marca que os distingue de outros grupos ou conjuntos musicais de música popular. No entanto, e para além da visibilidade é necessário assegurar todos os valores e tudo aquilo a que diz respeito ao Folclore de uma certa localidade, tendo sempre em conta a forma como lhes foram passadas essas informações, transmitindo-as de igual forma para a restantes gerações e prósperas linhagens dos grupos folclóricos.

Assim, a comunicação estratégica é vista como um ponto chave para obter um maior alcance quer na divulgação de eventos, quer na transmissão de tradições para uma audiência que pode vir a ser um

público-alvo. Ou seja, encaramos a comunicação estratégica aplicada ao folclore e aos grupos culturais, como algo mais que necessário para a obtenção de alguns objetivos ou resultados dos próprios grupos, não só para a questão do público que assiste, mas também e acima de tudo na obtenção de elementos futuros para os grupos folclóricos.

Relativamente à metodologia utilizada nesta investigação, e de acordo com os objetivos propostos para a mesma, recorreu-se a uma metodologia qualitativa, com foco na observação participante, tendo como elemento de avaliação de dados através das notas de campo. Recorreu-se também às entrevistas realizadas a membros diretivos do grupo em análise, mas também a elementos de outros grupos folclóricos, de associações ou cargos políticos associados à cultura, por fim foi realizada uma análise de imprensa para colocar em perspetiva os conteúdos publicitados no que diz respeito ao Folclore e à atividade deste.

O primeiro capítulo está dedicado à revisão da literatura, tendo em conta todas as vertentes desta investigação passando pela comunicação estratégica, o Folclore, os Grupos de Folclore, a Cultura Popular e por fim, mas não menos importante a *Folkcomunicação*, explorando no fundo toda a literatura existente para a fundamentação deste trabalho.

No segundo capítulo é apresentada a metodologia utilizada para o estudo de caso, com a definição da abordagem teórica, sendo este um capítulo de ponte entre o capítulo 3 e 4. Neste segundo capítulo, são descritos os objetivos assim como as problemáticas da investigação.

O terceiro capítulo descreve o caso de estudo selecionado, o Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, fazendo uma pequena descrição e um breve historial do grupo, estando presente uma caracterização da sua comunicação.

O capítulo 4, é dedicado à apresentação dos resultados alcançados através da observação participante, as entrevistas e a análise de imprensa.

Por fim, e de forma a fazer um balanço de todo o trabalho elaborado, nas conclusões faz-se a recapitulação sumária de todos os assuntos abordados e das ilações retiradas ao longo da pesquisa.

Revisão da Literatura

1.1. Revisão Bibliográfica

Tendo em conta a temática do estudo e o objetivo primário desta dissertação, que é averiguar formas de comunicação que poderão potenciar a preservação e transmissão das tradições folclóricas Madeirenses, às gerações futuras, deverá ter-se em conta o contexto envolvente da comunicação estratégica e do folclore, passando naturalmente pela cultura popular assim como pela teoria da *folkcomunicação*.

1.2. Comunicação Estratégia

Se isolarmos os termos que constituem esta disciplina de estudo, verifica-se o constructo e evolução da palavra *estratégia* desde o uso militar¹ até ao uso comum do nosso quotidiano. No entanto, *estratégia* pode ser igualmente considerada como parte integrante de um plano, de forma a atingir um fim ou objetivo estipulado. No caso, e quando utilizado em consonância com um plano de comunicação, Horsle (2005) defende que esse deverá seguir um processo de estratégia em primeiro lugar e posteriormente um plano de ação, no sentido em que, só aí é que irão escolher que métodos e canais de comunicação serão utilizados para fazer chegar a mensagem ao objeto final.

Para além de Pérez (2001, como citado em Carrillo, 2014) pioneiro na aceção de estratégia neste campo de estudo da comunicação, outros autores exploram esta nuvem *estratégica*², onde primeiro importa saber para onde vamos, e posteriormente reunir as ações (em mente) e coordenar os recursos disponíveis para atuar.

Por outro lado, estratégia aos olhos de Quinn (1978, como citado em Hallahan, Holtzhausen, Ruler, Vercic & Sriramesh, 2007) inclui todos os atos ou experiências anteriores, servindo assim de exemplo para atos futuros. Para Habermas (1979, como citado em Hallahan *et al.*, 2007) a comunicação é opositora à estratégia, no entanto, não descarta por completo o seu uso, desde que a mesma quando utilizada, crie um entendimento entre ambas as partes. Todavia, considera que uma atitude estratégica está associada a uma comunicação pseudo consensual deliberada.

¹ “Associating strategic as a war metaphor in connection with communication practice can thus strengthen the existing negative perceptions of the field.” (Hallahan *et al.*, 2007: 12)

² Outros dois conceitos que estão inseridos nesta ótica, são *tática* – a fase onde devem ser tomadas decisões - que ajudará a definir e consequentemente atingir os objetivos em vista. E *logística* que fornece e distribui os recursos essenciais para que o plano de comunicação seja realizado.

Tal como Hallahan *et al.* (2007) analisam nas suas obras, esta dissertação olha para a comunicação estratégica como um fenómeno social, daí também a preocupação e o interesse pelo estudo da disciplina³, no entanto, preocupam-se igualmente em distinguir e desconstruir o termo *estratégico*, da comunicação desviante, persuasiva ou manipulativa, pois um dos focos principais⁴ deste estudo é a comunicação e as formas que são utilizadas para fazer chegar a mensagem ao objetivo final, não descurando a estratégia que é utilizada para a sua comunicação.

Poder-se-ia falar de comunicação holística ou integral, visto que estão a par da comunicação estratégica, no entanto estas distinguem-se, pois, a primeira destina-se e preocupa-se mais com as ações que estão disponíveis e ao seu alcance para atingir um determinado objetivo, enquanto a segunda se foca mais nos objetivos e metas finais, e nas decisões que irão adotar para esse mesmo efeito (Carrillo, 2014).

Adaptar o plano de comunicação às circunstâncias vigentes, tendo em atenção o terreno onde opera, faz da comunicação estratégica um estudo da comunicação entre organizações, instituições ou grupos de trabalho e quais os comportamentos perante os recetores de informação, nomeadamente os públicos. “Strategic communication is about informational, persuasive, discursive, as well as relational communication when used in a context of the achievement of an organization’s mission.” (Hallahan *et al.*, 2007: 17).

Como tal, para além das questões da comunicação por parte do transmissor, a questão estratégica traz consigo o fator de receção, ou seja, deve-se ter em conta - para além de como é feita a comunicação - a forma como será recebida e que efeitos terá essa mesma transmissão, visto que “a complexidade dos tempos atuais, decorrente do fenómeno da globalização, da revolução tecnológica da informação e da era digital, exige das organizações uma nova postura e uma comunicação estrategicamente planeada” (Kunsch, 2018: 22), partindo assim do pressuposto que os públicos são mais exigentes, acompanhando-se pelas mudanças constantes do quotidiano.

Nos dias de hoje, cada vez mais é fluente o recurso à Internet tornando-se já um ato enraizado na nossa sociedade, visto que “em termos de Internet, a acessibilidade dos indivíduos ou o acesso dos indivíduos à net é um pré-requisito primordial de existência” (Poupinha & Espanha, 2005: 210). Todavia, é merecida uma verificação dos fatos, visto que esta facilidade de acesso a tudo pela Internet, pode deixar questões relativamente ao “jogo da existência do ser” tal como Poupinha e Espanha (2005) afirmam, ao fazer o paralelo entre a comunicação oral, praticada pelos nossos antecessores e a

³ A disciplina de comunicação estratégica está sob a alçada de áreas como a publicidade, relações-públicas e marketing.

⁴ Tendo por base a comunicação estratégica nas organizações: “strategic communication focuses on how the organization itself presents and promotes itself through the intentional activities of its leaders, employees, and communication practitioners.” (Hallahan *et al.*, 2007: 7), sendo que o foco está a comunicação e em segundo lugar nas estratégias utilizadas.

comunicação que existe hoje em dia, onde facilmente pode ser alvo de intervenção ou até mesmo de alteração das informações, por isso é essencial manter a autenticidade, independentemente dos meios de comunicação que são utilizados, pois a comunicação deixa de ser apenas um meio de transmissão de informações e passa a assumir um papel importante no processo social básico da nossa sociedade (Kunsch, 2018).

1.2.1. Estudo de Públicos

Dado os avanços nas tecnologias, a partilha e publicação de notícias e informações sobre a cultura tornou-se muito mais rápida, e os novos acessos às redes sociais e websites, permitem um contacto cada vez mais próximo com os públicos.

Porém e de acordo com o Eurobarómetro de 2013 (Grova, 2017), ao nível do consumo cultural, Portugal encontra-se nos últimos lugares dos países da União Europeia (Neves, 2015), o que indicia que as próprias organizações não estão a tirar o melhor partido das faculdades dispostas pela comunicação digital, que tem invadido os nossos dias, o que também se vem a verificar no *feedback* e interpretação que poderia ser extraída aos públicos (num género de avaliação) e partilhada às entidades que promovem cultura, o que facilitaria a compreensão e avaliação de públicos, assim como as suas reações às promoções culturais.

Jacobs e Townsley, na obra *The Space of Opinion* (2011), atentam na diversidade de formatos de opinião que existem hoje e na vulgarização e rápida proliferação da opinião por parte do público. Seguindo a tendência da opinião pública e da influência do *word-of-mouth* serem mais ativas devido à Internet, surge a ideia da necessidade de criação de uma plataforma que permite um manifesto das suas opiniões de forma aberta em relação a eventos culturais, e que as organizações tenham acesso direto a esse feedback. Nesse sentido, as organizações terão maior facilidade em comunicar com os seus públicos, e a possibilidade de monitorizar o que dizem sobre ela (Grova, 2017: 75).

O recurso à comunicação integrada de *marketing*, possibilita o “planeamento, desenvolvimento, execução e avaliação de programas coordenados, mensuráveis e persuasivos de comunicação com o público” (Pinto-Coelho, 2016: 226) e sendo a cultura e comunicação os expoentes máximos de conexão e interligação entre a sociedade, “as estratégias devem ser sempre inovadoras e diferenciadoras para que se possam posicionar no tempo, isto é, para conseguir bater a sua concorrência deve se criar uma diferença capaz de manter uma vantagem competitiva sustentável” (Carrillo, 2014: 77).

1.2.2. Comunicação Cultural no Digital

No que diz respeito à cultura, a comunicação que é realizada por meio dos *media* deve sempre promover os eventos culturais com as devidas estratégias, e hoje as redes sociais tornam-se palco principal para promoção e divulgação cultural, possibilitando uma *comunicação bidirecional*, no sentido em que, as entidades culturais - que comunicam por meio das redes sociais - para além de se dirigirem aos públicos-alvo, com atenção às suas necessidades, estão também a comunicar para (outros) potenciais espetadores.

“Nos últimos anos as Redes Sociais tornaram-se um local de presença “obrigatória” para os *media*, assim como para os agentes culturais, levando a uma mudança de paradigma da comunicação institucional, atribuindo-se um papel cada vez mais ativo e importante aos públicos. O retorno da comunicação, vulgo *engagement*, via redes sociais passou a ser, cada vez mais, uma forma de avaliação da comunicação e do impacto das instituições, e das suas marcas, junto dos públicos” (Santos, 2015: 71).

Por isso, dever-se-á seguir um processo de comunicação, tal como Santos (2015) enuncia, onde em primeiro lugar importa saber o que comunicar, entender e estudar as lógicas de comunicação dos diferentes canais de comunicação – desde imprensa escrita, audiovisual, a especializada e mais recentemente o recursos às redes sociais – e por fim, é necessário aptar a comunicação (por texto ou imagem) para que haja uma compreensão global, visto que a mesma informação pode ser percebida de formas diferentes, e mesmo que seja o mesmo público espera-se sempre uma reação diferente, sendo esta adaptação algo imperativo.

Visto que cada canal de comunicação tem a sua especificidade própria, hoje em dia os meios de comunicação da internet carecem de algumas particularidades, desde a mais habitual comunicação visual, uma comunicação curta e direta e por fim, a partilha de experiências e emoções na comunicação.

Todavia, para além dos meios de comunicação clássicos e dos mais recentemente utilizados mantém-se e prevalece a comunicação de *boca em boca*, que detém um nível de proximidade e atratividade mais eficientes, de transmitir uma informação, visto que o “valor dos produtos culturais e artísticos está na interação, relações e rituais dos públicos-alvo que pelo consumo deste produtos atraem outros públicos, promovendo indiretamente o seu consumo até que os mesmos se tornem práticas quotidianas” (Santos, 2012, como citado em Santos, 2015: 73).

Ainda que, hoje em dia, a comunicação oral seja mais privilegiada, são raros os eventos ou grupos culturais que não se expõem através das redes sociais, e graças a estas, alguma parte do público aceita e consome mais informações vindas das mesmas, do que propriamente dos meios tradicionais não se

deve descurar a comunicação física (desde atuações, exposições, demonstrações práticas culturais) pois essa, ainda que “antiquada” permanece com alguma influência.

1.3. Folclore

Em Paris, no ano de 1989, a UNESCO, tendo como preocupação a definição do Folclore, encara-o como parte da herança da humanidade, tendo elaborado um documento⁵, sugerindo esta definição:

“Folklore (or traditional and popular culture) is the totality of tradition-based creations of a cultural community, expressed by a group or individuals and recognized as reflecting the expectations of a community in so far as they reflect its cultural and social identity; its standards and values are transmitted orally, by imitation or by others means. Its forms are, among other, language, literature, music, dance, games, mythology, rituals, customs, handicrafts, architecture and other arts” (Como citado em Filho, 2004: 56)

Brandão (2017, como citado em Barros, 2019) destaca duas formas de olhar para o folclore, sendo elas, por um lado, todas as manifestações de cultura e, por outro lado, apenas uma das manifestações incluídas na cultura popular, afirmando igualmente que o fato de valorizarmos e reconhecermos o folclore na formação cultural de uma nação é a base para o desenvolvimento dessa tradição. Myridis (2012, como citado em Barros, 2019) assume o Folclore como parte da cultura que inclui a dança e música como subcategorias. Para Sadowski (2017, como citado em Barros, 2019) o Folclore quando encarado como um produto cultural⁶ distingue-se pelo *tangível* e *intangível*, o que corresponde respetivamente aos trajes, instrumentos e aos cantares, dançares ou outras atividades práticas.

O folclore, à diferença de outras práticas ou registos culturais remonta-nos para uma época de transição para uma sociedade industrializada, e que ainda é preservada e mantida, não só pelos museus etnográficos como e essencialmente pelos grupos folclóricos – “como algo autêntico, colorido, emocional, atrativo e acima de tudo natural” (Bauman, 1992: 31) – por isso, e adaptando aos pensamentos clássicos, dever-se-á olhar para o Folclore, de hoje em dia, como uma representação e manifestação dos usos e costumes dos nossos antepassados, e cabe a nós, preservarmos e transmitirmos às gerações futuras e vindouras, através da comunicação e prática dos mesmos. Assim, e segundo Sadowksi (2012, como citado em Barros, 2019) aliar a cultura e tradição⁷ de uma região que gere uma identidade, será essencial para a prosseguimento de uma comunidade.

⁵ Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore, Paris, 1989, UNESCO.

⁶ Ao revitalizar o Folclore, através do Marketing estamos a encarar o Folclore como produto cultural, o que não coincide com o objetivo desta Investigação, pois olhamos para o Folclore como uma prática cultural, de transmissão de valores e tradições.

⁷ Um dos critérios de autenticidade do folclore, “baseada na documentação etnográfica” (Castelo-Branco, Neves, Lima, 2003: 4)

No âmbito do Folclore, podemos falar juntamente de Nacionalismo e Etnicidade pois estes termos funcionam a par, visto que delimitam a esfera entre grupos humanos, mas ao mesmo tempo distanciam-nos pela sua área territorial (Carvalho, 1996). Assim, qualquer grupo que se manifeste (através da música ou dança), traz consigo a afirmação de uma *Nação*, e vendo a perspetiva atual, e graças aos desenvolvimentos das tecnologias, estas facilitaram a transmissão destas nações, assim como das suas ideologias – “sociais, culturais e até biológicos” (Carvalho, 1996: 3).

Neste sentido, e coincidentemente, o termo *Folklore* surge ao mesmo tempo que as nacionalidades europeias, e segundo constata Carvalho (1996), *Folk* representa um povo homogéneo e anónimo, pobre e contente, e *Lore* diz respeito às práticas culturais desse povo, salientando os traços únicos e originais que marcam uma comunidade, que distingue de outras. O conceito no seu todo (*Folklore – saber tradicional do povo*⁸), ao surgir em 1846 pelo Britânico William John Thoms, adveio da tradução do termo Alemão *Volkskunde* (que surgiria anteriormente, em 1787 como “o estudo das tradições do povo”⁹), e se unificou na conhecida linguagem cultural, dando azo à representação de tradições, que passam de gerações em gerações, “to view an item of folklore as traditional is to see it as having temporal continuity, rooted in the past but persisting into the present in the manner of a natural object” (Bauman, 1992: 31).

Colocando em perspetiva o caso de Portugal, a expressão *Folclore* é inicialmente dita por Adolfo Coelho em 1875, e refere-se a partir de 1980 em alguns dos seus artigos à *etnografia*¹⁰ (Leal, 2016). Castelo-Branco e Branco (2003: 1) salientam o processo de *folclorização* – “fenómeno cultural da modernidade (...) e de institucionalização de práticas performativas, tidas tradicionais, retirados da cultura popular”. Desta forma, a prática de folclore iniciou-se a partir do Concurso de Iniciativa Governamental, organizado em 1938 pelo Secretariado de Propaganda Nacional (SPN), intitulado “A Aldeia mais Portuguesa de Portugal” tendo sido escolhida a Aldeia de Monsanto. Este constituiu “um dos momentos mais significativos de afirmação material de Política do Espírito” (Félix, 2003¹¹). Todavia, para além do SPN, outros mecanismos de ação foram fundamentais para a regulação da prática folclórica, e ainda que alguns já não se mantenham no ativo tiveram um papel muito importante neste aspeto, como por exemplo, o SNI, Casas do Povo, FNAT -INATEL ou FFP (Castelo-Branco & Branco, 2003).

⁸ A sabedoria do povo que não se rejeia à erudição, fazendo jus ao conhecimento dito “popular” que inclui no seu campo de estudos, os usos, costumes, crenças, música, jogos, etc. “o Universo da cultura está ligado ao quotidiano, onde se apresentam os aspetos da vida: físicos, simbólicos e imaginários” (Schmidt, 2008: 5).

⁹ Filho, 2004: 19

¹⁰ Formada pelo conjunto de fontes escritas suscetíveis de serem utilizadas no estudo das tradições populares, sendo parte integrante da Etnologia – a ciência que estuda a descrição da cultura de um povo. (Coelho, 1993: 16)

¹¹ Versão online, <https://books.openedition.org/etnograficapress/569#text> consultado no dia 07/04/2021

Assim, e com a institucionalização do folclore, o grande objetivo seria a representação de uma localidade, através da dança que é praticada por um certo número de pessoas, e um outro conjunto de pessoas que a observam, mas também pela disseminação do canto e prática de instrumentos musicais hoje vistos como tradicionais, ganhando o Folclore algum prestígio, no que diz respeito à defesa do património, assim como uma grande presença no quadro da estabilidade política, visto que, representa as memórias, as gentes *daquele tempo*, artefactos, trajes, costumes, danças e cantares, e quando exibido nos dias de hoje, perpetua uma representação visual e sonora de um certa região.

Os debates em torno da gestualidade e das posturas de corpo adotadas por imitação, aprendizagem ou invenção traduzem clivagens nos modos de encarar a componente cinética. O traje enquadra gestualidades e posturas corporais, evocando lugares, tempos passados, papéis e estatutos sociais, trabalho. As estéticas reveladas na dança e no traje folclóricos traduzem o leque diferenciado de gostos em confronto na sociedade (Castelo-Branco & Branco, 2003: 19-20).

Ainda que o Folclore seja visto como elemento da cultura popular, significa também a figuração dessa mesma cultura, respeitando o paradigma da reconstituição – com uma representação fiel daqueles que são os usos e costumes – e o paradigma da estilização, que veio a ser encabeçado pela Federação do Folclore Português, que apela para “que sejam mantidas com pureza e verdade as tradições autênticas¹²” (Castro, 1979:20, como citado em Vasconcelos, 2001: 205), assegurando o “relicário etnográfico” (Vasconcelos, 2001: 416-417).

O Folclore, como Bourdieu (1989, como citado em Vasconcelos, 2001) afirma, acaba por ser um objeto definidor de um campo social, “heurístico frutuoso” (Vasconcelos, 2001: 400). Este, tal como o autor refere, é caracterizado pela indiferença por parte de um número de pessoas relativamente ao Folclore, isto quer dizer, que há falta de interesse nos grupos folclóricos e no folclore, sendo este um dos problemas constantes que os mesmos enfrentam.

No panorama presente, então, os jovens dirigentes, pensadores e fazedores do folclore encontram-se perante o desafio difícil, mas estimulante, de articular a vontade de promover o conhecimento e o desenvolvimento sociocultural das suas localidades com a orientação disciplinar de um campo de produção cultural historicamente implicado na reificação arcaizante da «cultura», da «identidade» e da «memória» locais e com a consciência sociológica da historicidade intrínseca dos referentes dessas noções (Vasconcelos, 2001: 431).

¹² Citação de Manuel Chaves e Castro patente nas atas do Iº Congresso da Federação do Folclore Português.

No entanto, o Folclore segue uma ideologia de transmissão oral e arte verbal, que vem muito na base da comunicação associada à performance de música e dança tradicional num registo de *cara a cara*, refletindo assim uma informalidade na partilha de experiências de um grupo Folclórico, que gera uma reprodução por parte de quem vê por via da imitação, visto que “oral transmission in folk music means that most folk music is learned in person by imitation and example rather than through formal instruction and written notation” (Titon, como citado em Bauman, 1992: 168). Assim, e tal como já nos fomos habituando, um dos meios de partilha mais comuns, é através da televisão, rádio ou outras gravações convencionais, onde partilham alguns temas do repertório folclórico, que se torna num modelo a seguir por imitação, transmitindo desta forma as tradições e num caso mais específico as danças e músicas tradicionais, apesar da “falta de estratégias integradas de internacionalização dos agentes culturais e das suas produções” que têm “constituído uma dificuldade e é outro desafio para as políticas culturais nacionais” (Santos (b), 1998: 4).

1.3.1. Federação de Folclore Português

Trata-se de uma entidade com autonomia financeira, patrimonial e administrativa que tem desenvolvido uma ação centrada no processo de investigação, defesa, salvaguarda e divulgação da cultura tradicional e popular portuguesa constituindo, esta, uma vertente do património cultural imaterial português (FFP, 2013: 2)¹³.

A Federação do Folclore Português, surge em 1977, com o objetivo de definir e delimitar a autenticidade de cada grupo, promovendo assim a sua popularidade e exibição mantendo-se o mais próximo possível da realidade (Castelo-Branco, 2003). Esta Instituição criada a partir do Congresso Nacional de Folclore, em Vila do Conde, conta hoje com a responsabilidade principal de “fiscalizar” os grupos folclóricos, instaurando uma normalização, através do Conselho técnico central e outros vários a nível Regional (que fazem o contacto com os diversos grupos das respetivas zonas). Estes técnicos “(...) deverão ser pessoas com reconhecidos conhecimentos do Folclore Português, antigos dirigentes, componentes, diretores artísticos ou técnicos de agrupamentos folclóricos”, onde a sua principal função será, “desenvolver uma ação de saneamento dos grupos folclóricos, de acordo com solicitação da Direção da Federação, com vista a conseguir a pureza que a Federação pretende que seja atingida por todos os grupos nela federados.” (FFP, 1978, como citado em Seromenho, 2003).¹⁴

¹³ Federação do Folclore Português, Documento de Apresentação (online) consultado no dia 23/03/2021.

¹⁴ Citação segundo os Estatutos da FFP, versão online <https://books.openedition.org/etnograficapress/572> consultado no dia 07/04/2021.

No que concerne à adesão de grupos folclóricos à Federação, Seromenho (2003) explica que estes são submetidos a uma candidatura, com o preenchimento de um questionário para avaliação da sua atividade enquanto grupo, sendo revisto pelo conselho técnico regional da área respetiva, e quando aceite, passam a ser filiados à federação, garantindo a certificação de qualidade. Assim, devem seguir um nível de representatividade que corresponde às recolhas para o reportório do grupo (músicas, coreografias e trajes que tenham sido recolhidos junto dos antepassados da zona territorial, respetiva ao grupo em questão), cumprindo as “regras” para uma representação mais fiel possível.

Desta forma, os grupos orientados pela FFP, acabam por procurar reconstruir hoje, certos elementos e características culturais conhecidas no passado, sendo que há um processo de *continuidade*, visto que os elementos culturais que “nós” representamos hoje em dia, são baseados nos nossos antecedentes, mas também um processo de *descontinuidade*, pois os membros que a representam estão distantes (temporalmente) dos objetos que retratam (Seromenho, 2003). Por isso, pode-se considerar que a cultura seja um processo que não está parado no tempo, tendo entre linhas uma permanente renovação e adequação ao presente.

No entanto, apesar da sua ação, continua a haver algum descontentamento por parte de alguns grupos (federados ou não), pela inconsistência a nível de apoios ou aparente ineficácia da mesma, acabando por surgir algumas associações regionais de folclore e etnografia, como por exemplo a AFERAM – Associação de Folclore e Etnografia da Região Autónoma da Madeira – que vem tentar solucionar as falhas da anterior, e no caso “fomentar boas relações entre os vários grupos associados e sensibilizar para formação nestas coletividades, enaltecendo, desse modo, a qualidade do folclore e defendendo o património cultural da Região” (AFERAM).¹⁵

1.3.2. Conselho Internacional de Organizações de Festivais de Folclore e Artes Tradicionais

O Conselho Internacional de Organizações de Festivais de Folclore e Artes Tradicionais (CIOFF), fundado em 1970, promove o intercâmbio cultural e a paz entre os povos através dos Festivais CIOFF, sendo parceiro oficial da UNESCO, acreditado para o Comité de Património Cultural Imaterial, cuja missão rege-se pela salvaguarda, promoção e difusão da cultura tradicional e do folclore.

“Through its activities, CIOFF aims for the following main objectives: 1. Promote the intangible heritage, through forms of expression such as dance, music, games, rituals, customs and other arts; 2. Serve the objectives of UNESCO; 3. Support the activities of its members and those of non-governmental organizations working in the areas of folklore and cultural heritage; 4. Serve the cause of peace and non-violence through the implementation of the above objectives.” (CIOFF)¹⁶

¹⁵ <https://madeirafolclore.wordpress.com/sobre/> consultado no dia 23/03/2021.

¹⁶ <http://www.cioff.org/about-intro.cfm?lng=en> consultado no dia 23/03/2021.

Para além do âmbito Internacional, Portugal assegura a sua representação junto do CIOFF com a Associação CIOFF Portugal (funciona no âmbito da Fundação INATEL), que conta atualmente com 50 membros, desde efetivos, associados e honorários (CIOFF Portugal)¹⁷, sendo o Grupo Folclórico em estudo membro associado.

Segundo o Artigo 1º do Regulamento Interno CIOFF Portugal¹⁸, e no que diz respeito à sua Natureza, esta associação “é uma pessoa coletiva de direito privado sem fins lucrativos, dotada de personalidade jurídica, que se rege pelos Estatutos, Regulamento Interno e em tudo quanto neles for omissa, pela legislação portuguesa aplicável”¹⁹.

Segundo um estudo²⁰ realizado em 2010 (Garcia, Lopes, Neves, Gomes, Martinho, Borges, 2014) foi possível observar 12 festivais internacionais de folclore sobre a tutela do CIOFF, realizados nesse ano em Portugal, caracterizados como “espaços de espetáculo para diferentes públicos e enquanto espaços de sociabilidade entre participantes amadores de várias nacionalidades” (Neves e Lima, 2010, como citado em Garcia *et al*, 2014: 145). Para além da principal missão acima referida, de salvaguarda e promoção da cultura tradicional e do folclore, estes festivais revelam outro tipo de importância no que diz respeito a toda a organização, públicos e participantes envolventes, contanto com um grande número de voluntários que torna tudo isso possível.

Festivais estes que contam com uma agenda de atividade alargada entre 5 a 11 dias, como mandam os requisitos CIOFF (Garcia *et al*, 2014) que inclui atividades não só de cariz cultural para os membros participantes dos grupos folclóricos mas também para as populações das localidades de acolhimento dos festivais e o público em geral, com saraus dinâmicos onde partilham, por exemplo, a gastronomia, danças e cantares do país proveniente para que o público possa de certa forma estar integrado nesses festivais, para além de assistir aos espetáculos e desfiles habituais. Desta forma há também uma grande envolvimento entre os grupos participantes, com trocas de culturas e um grande ambiente de convívio nestes festivais, que têm na sua responsabilidade uma grande gestão de pessoal e organização e logística, que é encabeçada por entidades públicas e privadas, lucrativas e não lucrativas, que possibilitam a realização destes festivais.

¹⁷ <http://www.cioff-portugal.pt> consultado no dia 23/03/2021

¹⁸ http://cioff-portugal.pt/site/wp-content/uploads/2019/12/Regulamento-CIOFF_2017_1.pdf consultado no dia 23/03/2021 (Capítulo I Natureza, Sede e Fins)

¹⁹ Em anexo Artigo 3º (Fins)

²⁰ “Estudo encomendado pela Fundação INATEL ao Observatório das Atividades Culturais” (Garcia *et al*, 2014: 145)

1.4. Grupos de Folclore

Segundo o estudo apurado para caracterização dos Grupos de Música Tradicional, o primeiro grupo fundando e ainda em atividade no ano em estudo (1998) refere-se ao Rancho das Cantarinhas de Buarcos, fundado em 1907 (Castelo-Branco, Neves e Lima, 2001).

No entanto, como Carvalho (1996) refere, foi a partir do concurso da Aldeia mais Portuguesa, que se veio a constituir e deixar definida uma ideia de *rancho* ou *grupo folclórico*, fazendo com que os restantes grupos que foram surgindo seguissem uma linha de exemplo, “nos termos práticos da execução musical e nas suas associações simbólicas, (o folclore²¹) recorre ao processamento do tempo envolvendo mecanismos de memória seletiva e coletiva” (Carvalho, 1996: 9). E este estudo sobre os grupos folclóricos enquadra-se no campo da sociologia, com objetivos de estudo sobre as práticas culturais, mas também nas sociedades rurais, festividades locais como ilustrações da pequena cultura popular (Castelo-Branco *et al.*, 2001), para além dos estudos das representações expressivas tradicionais à responsabilidade dos Etnomusicólogos e Antropólogos, no âmbito do estudo das Ciências Sociais.

“A música enquanto processo social, produto cultural e comportamento expressivo desempenha um papel fundamental na sociedade portuguesa (...) A etnomusicologia, um domínio multidisciplinar que visa o estudo da música enquanto processo cultural e social, foi introduzida como disciplina académica com a criação do Departamento de Ciências Musicais da Universidade Nova de Lisboa em 1980” (Castelo-Branco & Lima, 1998: 1)

Apesar de os grupos folclóricos terem como objetivos principais “a preservação, divulgação e transmissão da tradição para as gerações mais novas” (Castelo-Branco *et al.*, 2003: 27), a adesão dos mais novos, continua a ser um dos grandes problemas que se manifesta no “receio de diversos responsáveis de grupos quanto a quebras de participação dos jovens” (Castelo-Branco *et al.*, 2001: 18). Para além da questão da continuidade (por apresentarem uma maior disponibilidade a nível laboral para as atividades do grupo) o facto dos jovens ingressarem nos grupos folclóricos pode ser um ponto positivo para a sua proatividade, no que diz respeito à prática de exercício física quando dançam, ou a nível pedagógico quando fazem parte da orquestra, estando a aprender algum instrumento tradicional, mas também a atividade socio cultural (Filho, 2004).

Neste sentido, alguns destes fatores vêm contrariar a ideologia da homogeneidade que estava latente na génese dos grupos de folclore que surgiram nos anos 30, no que diz respeito aos grupos etários assim como do seu estatuto profissional (Filho, 2004), procurando contrariar algum

²¹ Folclore: “espetáculo em que intervêm grupos formados por dançarinos, cantores e/ou músicos, que utilizam trajes regionais em reconstituições de danças e cantares de uma região determinada” (INE, 2019: 250)

preconceito (Holton, 2005)²² que à priori exista, por parte da população mais jovem, relativamente aos elementos dos grupos folclóricos, tal como a distinção e desinteresse que possa existir por esta cultura popular, versus o interesse ou atenção que podem dar ao Fado ou às Marchas Populares (Barros, 2019), pois o folclore, igualmente, transmite “um símbolo coletivo (...) motivo de empenho e orgulho para a comunidade em que se insere” (Filho, 2004: 427), para além de que um grupo de folclore “se constituiu como formador, enquanto transmissor de uma herança cultural” (Filho, 2004: 434).

Os grupos de folclore²³, “visam representar a música tida por portuguesa e *tradicional*, podendo exibir igualmente dança e/ou traje” (Castelo-Branco *et al*, 2003: 2) por diversas formas, sejam elas por atuações²⁴ em festas de carácter local, religiosas e romarias, ou presença em Festivais de folclore, “enquanto espetáculo²⁵ de tipicismo regional para abrilhantar eventos sociais de carácter local, nacional ou até internacional” (Filho, 2004: 427).

Desta forma, as demonstrações práticas são “representadas e postas em exposição diante de um público”, assim os grupos folclóricos colocam ao dispor “significados e valores mais profundos de uma cultura” (Bauman, 2014: 739), recolhas e informações que os responsáveis e fundadores dos mesmos adquiriram na sua génese, e “just like our ancestors sang these songs in the wheat fields of our distant past, our *rancho* performs this number” (Holton, 2005: 4).

Hoje em dia, os grupos de folclore para além de se exibirem no âmbito dos espetáculos de dança, encarregam-se por outras áreas abrangentes, assumindo outras responsabilidades, desde as “recolhas e pesquisas etnográficas” (trajes, danças, músicas, jogos, etc.) que fazem dos grupos folclóricos grandes dinamizadores e protetores da cultura popular (Filho, 2004: 434) e daquilo que pode ser considerado como *Património Cultural Imaterial*, segundo o 2º artigo da Convenção para a Salvaguarda do mesmo:

“(…) as práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões – bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, os grupos e, sendo o caso, os indivíduos reconheçam como fazendo parte integrante do seu património cultural. Esse património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas

²² O Folclore considerado como algo piroso e ainda ligado ao Fascismo, como um campo cultural do Regime.

²³ Representam uma determinada área geográfica e/ou cultural em Portugal e participam com alguma regularidade em diversos eventos – sob agendamento, e realização de ensaios – que são muitas das vezes fator de receita, para além de apoios financeiros que possam receber para que se possa “manter” e gerir grupos com uma média de 25 elementos, património instrumental, indumentária e arquivo documental e uma possível sede (Castelo-Branco & Lima, 1998).

²⁴ No caso da Região Autónoma da Madeira, como sendo uma zona de grande atividade turística, os grupos apresentam-se no quadro de atividade turísticas de hotéis, restaurantes ou zonas históricas, e segundo o INE (2019) – Estatísticas da Cultura de 2018, foram totalizadas 13 sessões de espetáculos, tendo 8850 espetadores, com entradas livres.

²⁵ Segundo o INE (2019) – Estatísticas da Cultura de 2018, 3,4% dos espetadores vêm espetáculos de folclore ao vivo e 45,3% assiste a música ao vivo (sendo que 6,5% desses ouve música popular e tradicional portuguesa)

comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interação com a natureza e da sua história, inculcando-lhes um sentimento de identidade e de continuidade, contribuindo, desse modo, para a promoção do respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana” (UNESCO, 2003)²⁶.

1.5. Cultura Popular

“A cultura popular é o fator transversal a toda a sociedade que corresponde à sua evolução civilizacional e que propicia aos povos os seus elementos identitários” (Brazão)²⁷.

Tendo em conta a diversidade de conceitos, é plausível que haja uma discussão sobre a visão de vários autores. Williams (1983, como citado em Milner, 1994) designa *cultura* por três visões, como (1) um processo que engloba o desenvolvimento do espírito, intelectual e da estética, (2) servindo para identificar uma forma de viver de determinada pessoa, grupo ou mesmo de um período temporal e (3) ou a cultura que diz respeito às práticas mais importante destes últimos três grupos referenciados. Já Kroeber e Kluckhohn (1952, como citado em Barros, 2019) distingue cultura por 6 chaves principais²⁸, interessando-nos apenas a cultura histórica, pois é aquela que tem como foco a tradição e património social.

Segundo Santos (1998: 690) para Edgar Morin, “a cultura na nossa sociedade é um sistema simbiótico-antagonista de múltiplas culturas, nenhuma delas homogénea” verificando-se assim uma *pluralidade* de culturas numa sociedade. Por esta via, Goldmann (1971, como citado em Santos, 1998) refere “cultura como articulação entre o saber constituído e a experiência existencial”. Por outro lado, Bourdieu (1977, como citado em Barros, 2019) considera - segundo a ideia do filósofo Marxista Gramsci, sobre a *Hegemonia Cultural*²⁹ - que a cultura pode estar associada a uma classe dominante, fazendo com que a classe dominada não tenha qualquer tipo de cultura, ou acesso à mesma, o que torna esta ideologia pouco consciente, tendo em conta o panorama atual, onde (hoje) a cultura está presente e “aberta” a todos através da Internet, embora esta mesma, possa “matar a cultura” visto que, a geração de hoje está “mais interessada em exibir-se do que em criar ou adquirir conhecimentos do mundo exterior” (Keen, 2007, como citado em Sebastião, 2012: 181).

²⁶Disponível online em, <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/proteger-o-nosso-patrimonio-e-promover-a-criatividade/patrimonio-cultural-imaterial> consultado no dia 12/02/2021.

²⁷ Frase citada pela Diretora Regional da Cultura, Teresa Brazão, no site oficial da Secretaria Regional do Turismo e Cultura, consultado no dia 23/02/2021, em <https://www.madeira.gov.pt/drc/Estrutura/DRC/ADirecao>

²⁸ Cultura (1) Descritiva (definição ampla que enfatiza a enumeração de conteúdos), (2) Histórica (com foco na tradição e património social), (3) Normativa (realça os valores e comportamentos), (4) Psicológica (prevê a cultura como elemento de resolução de problemas), (5) Estrutural (realça a standardização da cultura), (6) Genética (que aborda a cultura como objeto).

²⁹ Quando se refere à conjuntura verificada quando o Estado coloca os interesses de uma classe social em primeiro lugar, menosprezando as necessidades das demais classes, surgindo assim a classe dominante vs a classe dominada (Barros, 2019).

No âmbito dos meios de comunicação, a *cultura* tanto diz respeito à (1) *cultura cultivada* como à (2) *cultura popular* (e numa outra ótica à *cultura de massas* associada à indústria cultural, eivada neste contexto)³⁰. Sendo que a primeira corresponde à grande tradição “dos clássicos” e a segunda à pequena tradição “do povo”. Ambas com características idênticas, mas a diferentes níveis, pois a *grande tradição* apresenta “perenidade da obra e a sua autenticidade revela um criador original” enquanto na *pequena tradição*, identificamos “perenidade dos afazeres e dizeres do povo e a sua autenticidade revela uma *alma coletiva* ingénua” (Santos, 1988: 689). O mesmo se aplica para uma distinção de disciplinas, respetivamente, como sociologia da cultura (*saber constituído*) vs sociologia da vida quotidiana (*experiência existencial*) (Santos, 1998).

Ainda que *cultura popular* possa ser vista como um conceito *totêmico*, Rocha (2009) define-a como um campo de estudos que não se enquadra numa só área de estudos e conhecimentos sendo conhecida como uma “região epistemológica” centrada pelas Ciências Sociais e Humanas, que tem como objetivos os estudos do folclore, do património cultural e da cultura nacional – reforçando a ideia de nação, refletida anteriormente.

Em Portugal, Teófilo Braga (como citado em Leal, 2016: 295) assume a “cultura popular como instância fundadora de identidade nacionais, regionais e locais”, visto que este constituiu uma figura essencial para a visão da cultura popular, que dava prioridade ao estudo da literatura popular. No entanto, no século XIX, surge um novo interesse (para além da literatura e tradições populares) por parte de Rocha Peixoto, atento também à arte popular e cultura popular que de certa forma, através campo de estudo deu azo à inauguração em 1893 de um Museu Etnográfico (ainda que não seja totalmente etnográfico pois inclui um cariz arqueológico) que figurou um duplo processo de *desfolclorização*, pois a palavra *etnografia* passou a ser muito mais, mesmo incluindo numa das suas divisões o folclore. Já na viragem do Estado Novo, o termo “folclore e folclórico” ganham mais ênfase e é “uma das expressões favoritas utilizada pelas agências governamentais para implementar políticas orientadas para emblematização da cultura popular” (Leal, 2016: 299) fazendo com que passasse a ser sinónimo de “arte popular” ou “coisas populares”.

Em suma, durante os anos 1930 e 1970 foi extremamente importante o aprofundamento dos estudos da cultura popular em Portugal e todo o seu campo abrangente, na medida em que, se explorou diversos ramos, desde a reformatação etnológica e antropológica, os estudos da cultura material, os primeiros estudos de comunidade em Portugal e também de unidade e diversidade da cultura Portuguesa (Leal, 2016).

³⁰ Relativamente ao seu comportamento, a cultura cultivada é transmitida formalmente em locais próprios como escolas, universidades ou bibliotecas, enquanto a cultura popular está disponível para todos e é transmitida informalmente, em lugares públicos como tabernas, praças, mercados, etc. (Santos, 1998: 693)

1.6. Folkcomunicação

O termo *folkcomunicação*, defendida por Luiz Beltrão, diz respeito ao “processo de troca de informações, opiniões, ideias e atitudes, através de agentes e meios ligados, direta ou indiretamente, ao folclore” (Beltrão, 2001: 79, como citado em Schmidt, 2008: 11).

Ainda que o *folklore* (folclore) seja conhecido como a sabedoria do povo (Schmidt, 2008), é distinguido por duas vias, *Folclore* (letra maiúscula) como o saber erudito da ciência, e *folclore* (letra minúscula) como os afazeres do povo, no entanto, ao longo deste discurso olhamos para o folclore, como a prática de uma cultura popular, e segundo Schmidt, o folclore conseguiria alcançar mais protagonismo aquando a sua intervenção em meios ou plataformas de comunicação, tais como “telenovelas, *reality shows*, desfiles de moda e roteiros turísticos” saindo assim da sua zona de conforto, recorrendo a diferentes tipos de linguagem o que gerará uma maior interatividade com o público, assumindo tanto um valor comercial como comunicacional³¹ (Schmidt, 2008, como citado em Barros, 2019).

Segundo Brandão (1982: 28-29, como citado em Schmidt, 2008), este rege-se por outra ideologia com uma subdivisão de definições associadas ao folclore³², e arroga que a *folkcomunicação* faz o intermédio entre a cultura popular e os *media* no contexto local ou global³³, e ainda que a comunicação atual seja dirigida *ao mundo*, o mesmo defende que os discursos desta teoria da comunicação são dirigidos *a um mundo*, onde têm em comum “as palavras, ideias, língua, gestos, atitudes e signos” num mundo diferenciado que é a base para o seu campo de estudo.

Por conseguinte, fora através da ideia atualizada de Antonio Hohfeldt (2002) que se alavancou esta dissertação, afirmando que:

“A folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza. A folkcomunicação, é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeiras comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos” (Hohfeldt, 2002, como citado em Schmidt, 2008: 12).

³¹ “O folclore adquire valor comercial e reconhecimento internacional enquanto produto, atraindo turistas estudiosos e consumidores de vários perfis. Mas, principalmente, adquire valor enquanto processo comunicacional, percebendo-se como meio de mobilização e identificação de grupos locais no contexto globalizado.” (Schmidt, 2008: 11)

³² Narrativas populares; costumes tradicionais; sistemas populares de crenças e superstições; sistemas e formas populares de linguagem.

³³ “Além de garantir a sobrevivência de vários gêneros ou formatos de expressão popular, a web permite multiplicar os seus interlocutores, bem como ensejar o intercâmbio entre grupos e pessoas que possuem identidades, mesmo distanciados pela geografia” (Melo, 2005: 9)

Assim, esta perspectiva vem comprovar que o seu campo de estudo não é nem tem como foco o folclore ou a cultura popular, mas sim os procedimentos comunicacionais que existem nesse contexto, e exemplificando na prática a *Rede Folkom*³⁴, estuda o folclore como um processo permanente de comunicação, tendo os *media* como instrumento, enquanto que a folkcomunicação é o estudo da comunicação na cultura popular e folclore, não descurando os vários conceitos a eles relativos, como *sociedade* que é constituída por manifestações tanto tradicionais como modernas, mas que não se opõem visto que uma deriva da outra (Schmidt, 2004).

Contudo, um dos argumentos presentes na grande teoria de Beltrão, refere que “as manifestações populares, acionadas por agentes de informação de fatos e expressões de ideias” têm “tanta importância comunicacional quanto aquelas difundidas pelos *mass media*” (Melo, 1999: 1), da mesma forma que, estas informações transmitidas de boca em boca podem influenciar outros atos de comunicação para além dos tradicionais (imprensa, televisão, rádio, etc.). Por isso, este estudo tal como Fernandes, Falchetto, Vieira, Nogueira e Carvalho (2013) salientam, não se refere apenas à comunicação que é feita através de meios televisivos ou radiofónicos, como também à que é feita através de gestos e símbolos, que mesmo sendo uma comunicação informal pode alterar ou influenciar a opinião dos recetores de informação.

“Na folkcomunicação, verifica-se como se processa a difusão de informações na comunicação popular. Nela, o todo é mais do que a soma das partes, pois cada detalhe é importante. Não é possível fazer comunicação popular exclusivamente com equipamentos sofisticados, mas com seres humanos, animais e objetos” (Fernandes *et al*, 2013: 5)

Se olharmos para o termo *folkcomunicação*, este surge através de um processo comum da língua portuguesa (composição por aglutinação), unindo o *folclore* à *comunicação*, assim e para além do processo sintático, a sua origem semântica remete-nos para a comunicação que acontece por meio do folclore, tendo como intermediários os meios populares e tradicionais (Fernandes *et al*, 2013). Estes veículos de comunicação atuam como simples transmissores ou decodificadores de mensagens que são desencadeadas pela indústria da comunicação em massa. Desta forma, e segundo esta lógica, Beltrão e a sua teoria vieram contrapor o paradigma do *two-step-flow communication* defendida por Paul Lazarsfeld, regido por uma comunicação linear e individualista, sob um fluxo comunicacional de duas etapas, baseada pela ação persuasiva dos líderes de opinião.

³⁴ Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação, disponível em <http://www.redefolkcom.org> consultado no dia 30/03/2021.

Contrariamente a este, Beltrão sustenta a sua teoria com um processo de comunicação mais complexo, um comportamento bipolar, pois importa também o *feedback* transmitido pelos “agentes populares” enquanto contactados com os *mass media*. Assim, e com base noutras teorias americanas dos *mass communication*, Beltrão define o processo de folkcomunicação³⁵, através de uma mensagem transmitida por intermédio dos *mass media* fazendo chegar aos líderes de opinião, que transmitem a mensagem por meios ou canais “folclóricos”, àqueles que socialmente não estão tão expostos à informação cultural (Fernandes *et al*, 2013).

Segundo Melo (2005: 7) a folkcomunicação utiliza “estratégias de difusão simbólica capaz de expressar numa linguagem popular, as mensagens que são previamente veiculadas pela indústria cultural” intermediando entre uma cultura de elites vs as classes trabalhadoras³⁶. Assim, e tendo em conta que esta comunicação bidirecional tem como vetor cultura de massas – cultura popular, esta dissertação vem contrapor esta teoria, visto que o ponto base para a elaboração deste estudo prende-se na adaptação do folclore e dos seus membros à atualidade, fazendo melhorar e apropriar a forma como chegam às pessoas, sejam elas de uma classe baixa, alta ou média, procurando as estratégias de comunicação adequadas, para esse fim.

³⁵ A comunicação divide-se por várias qualidades: jornalismo informativo, opinativo e manifestações populares; assim como por várias categorias: informação oral ou escrita. (Fernandes *et al*, 2013)

³⁶ Ou como Beltrão designa, “os marginalizados”

Metodologia – Estudo de Caso

2.1. Objetivos e Problemática

Tendo em conta a pergunta de partida “que formas de comunicação potenciam a preservação e transmissão das tradições folclóricas madeirenses às gerações futuras?”, procurar-se-á responder à mesma através de uma metodologia qualitativa, visto que, “sometimes, the research question is embedded within a general statement of the orientation of an article” (Bryman, 2012: 385).

O processo metodológico escolhido para responder à questão de investigação, basear-se-á num estudo de um caso, o Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, incluindo observação participante – visto ser membro integrante do grupo, uma análise da imprensa e entrevistas semiestruturadas que serão realizadas tanto a indivíduos internos do grupo, como a outras pessoas selecionadas, que de alguma forma experienciam este meio folclórico, ainda que de forma indireta. Assim, com um conjunto de estratégias de pesquisa espera-se que sejam recolhidas respostas para a questão colocada, de forma que esta não se torne numa problemática.

Desta forma, e seguindo esta ideia, a técnica de pesquisa de observação participante seguirá uma orientação etnográfica onde “spends a considerable amount of time with that group with the aim of uncovering its culture, watches and listens to what people say and do, engages people in conversations to probe specific issues of interest, takes copious field notes, and returns home to write up the fruits of his or her labours” (Bryman, 2012: 431).

O recurso à metodologia qualitativa possibilita a apreensão de aspetos objetivos e subjetivos do caso em estudo, ao mesmo tempo que nos tornamos cúmplices do objeto de estudo, sendo necessário cumprir uma certa ética e trabalho, para que se obedeça uma “relação de confiança e compromisso” (Schmidt, 2008: 4). E tal como para Beltrão – nos seus estudos de folkcomunicação – o uso da observação participante disponibiliza um “levantamento histórico exaustivo através de bibliografia e documentos, entrevistas informais e em profundidade com líderes e participantes mais velhos e experientes das manifestações” (Schmidt, 2004: 3) o que em grande parte será uma mais-valia para o desenvolvimento desta pesquisa.

Contudo, toda a boa relação que se verifica entre o investigador e o objeto de estudo, é comprovada não apenas pelo bom ambiente (justificado pela semelhança de identificação cultural), mas sim pelo fortalecimento que se desenvolveu a nível socio cultural estabelecido com toda a

comunidade envolvente ao objeto de estudo. Tal como Ecléa Bosi³⁷ afirma, que no decorrer de uma pesquisa somos ao mesmo tempo *sujeito* e *objeto*, visto que, “sujeito enquanto indagávamos, procurávamos saber. Objeto quando ouvíamos, registávamos, sendo como que um instrumento de receber e transmitir” (Bosi, 1979: 2, como citado em Schmidt, 2004: 2).

Para além da observação participante, proceder-se-á à realização de entrevistas pois estas constituem um meio de obter informação, através de conversas orais entre o investigador e os entrevistados. Para este efeito, recorrer-se-á às entrevistas semiestruturadas, que “são desenvolvidas de forma mais espontânea” (Gil, 2008, como citado em Batista, Matos & Nascimento, 2017: 28), adquirindo assim maior margem para aprofundar alguns pontos que surjam no decorrer na conversa, para além, dos já previamente escritos no guião.

Por fim, mas não menos importante, realizou-se uma análise documental, que procurou perceber quaisquer mudanças ou alterações no processo de comunicação até aos dias de hoje, recorrendo a jornais tentando encontrar respostas para a pergunta de partida, ou até mesmo confirmar hipóteses primordiais (Gomes, 2001, como citado em Kipka, Scheller & Bonotto, 2015: 65). No caso, a análise é referente ao folclore na imprensa na Região Autónoma da Madeira, contando com catorze peças disponíveis desde 2017 a 2021 de dois órgãos de comunicação regionais, como o JM-Madeira e o Diário de Notícias da Madeira. Artigos estes, que foram consultados num período de tempo de um mês tendo tido acesso físico aos mesmos pelo Arquivo Regional da Madeira e outros que estariam disponíveis online. Foi então realizada uma apreciação destas notícias tendo em conta alguns critérios como, relevância para a investigação corrente e o tipo de partilha de informação sobre o folclore na Região.

³⁷ Ainda numa obra de Bosi, a mesma ao falar sobre o investigador como observador participante, refere que “não basta a simpatia (sentimento fácil) pelo objeto da pesquisa é preciso que nasça uma compreensão sedimentada no trabalho comum, na convivência, nas condições de vida muito semelhantes” (Bosi, 1979, como citado em Schmidt, 2004: 3). Ou seja, é essencial que seja criada uma certa envolvência com o objeto de estudo, correspondendo assim à postura da metodologia qualitativa.

CAPÍTULO 3

Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha

3.1. Caso de Estudo

Neste capítulo, procurar-se-á apresentar e sintetizar a História do Grupo em estudo, assim como uma caracterização da sua comunicação, enquanto grupo dinamizador do folclore madeirense na Região Autónoma da Madeira.

3.2. Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha

A 700 metros de altitude, na Ilha da Madeira situa-se a Vila da Camacha, uma terra que em tempos era conhecida pelas flores, as inúmeras quintas habitadas por ingleses, mas também pelas tradições e folclore que perduram até aos dias de hoje.

Foi nessa freguesia do Concelho de Santa Cruz que há 70 anos surgiu um dos grupos mais emblemáticos do folclore da Madeira, o Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha que surgiu no ano de 1948, numa época em que a inclusão de membros femininos a grupos culturais era muito restrita.

Uma das maiores dificuldades enfrentadas na criação de um grupo folclórico naquela altura, para além da estabilidade e continuidade do mesmo, seria a inclusão de raparigas nos grupos que não tivessem alguém da sua família presente, daí que muitas das gerações pertencentes aos grupos provêm sempre de laços familiares comuns, e ainda hoje se mantêm alguns graus de parentesco. No entanto, o problema rapidamente foi resolvido visto que, um dos motivos principais para a conceção de um grupo folclórico, seria a participação portuguesa num concurso Internacional de Danças e Canções Populares que teria lugar em Madrid em junho do ano de 1949, e assim os Camacheiros teriam a honra e responsabilidade de levar o nome da Madeira e de Portugal naturalmente, ao País vizinho.

Com este certame em vista, era necessário alguém responsável para assumir o cargo diretivo da componente artística, e para isso ninguém melhor do que Carlos Maria dos Santos. Um etnógrafo e jornalista com uma grande paixão pela música, que já havia publicado alguns livros alusivos ao folclore madeirense até à data.

Não só de bailarinos se faz um grupo, e alguns dos músicos membros da já existente tuna de bandolins (também na freguesia da Camacha) tomaram parte da orquestra do novo grupo de folclore que se estaria a preparar para levar o nome da Região além-fronteiras, com indumentárias também

escolhidas a dedo e segundo recolhas feitas por Carlos Santos. Esta simbiose proporcionou ao Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha um prémio, com o segundo lugar no Concurso Internacional de Canções e Danças Populares, que logo em seguida fez-se acompanhar de vários convites para eventos em diversas cidades e países de todo o Mundo.

Para este grupo folclórico as digressões tornaram-se apanágio e muitas das viagens e saídas integram não só as deslocações junto das comunidades madeirenses espalhadas pelo mundo, mas também ações de promoção turística da RAM, com participações em festivais ou até mesmo concursos de folclore e danças tradicionais, apresentando um reportório de bailes e cantigas que retratam um pouco da realidade do folclore a nível regional, mas sem deixar de parte as referências serranas que caracterizam a vila da Camacha, com as tradicionais cantigas de trabalho, por exemplo.

A par destas apresentações ao público em cima de palco, este grupo folclórico recorre a outro tipo de intervenção na sociedade procurando mostrar às camadas mais jovens as tradições dos seus antepassados, e que muitas das vezes cai no esquecimento, por isso é que estes grupos têm um papel fundamental na promoção da cultura popular e tradicional, através de espetáculos, convívios, serões com atividade dinâmicas como por exemplo, os ‘jogos tradicionais da quaresma’, ‘festas do Espírito Santo’, ‘Cantar os Reis’, ‘Missa do Galo’, ‘Auto de Natal’, e ainda um festival dinamizado pelo próprio grupo, de seu nome “Gala de Folclore Maria Ascensão” e que tem lugar de dois em dois anos no evento anual da freguesia, o ‘Festival Art’Camacha’. Esta foi uma gala de folclore pensada e idealizada após o falecimento de um dos grandes membros ativos deste grupo, Maria Ascensão, ou mais conhecida como ‘a Loura da Camacha’ que durante 50 anos fez parte deste grupo folclórico, e se tornou numa das Embaixatrizes do folclore Madeirense, levando não só o nome da freguesia, mas também da Região e País pelos 4 cantos do Mundo.

Desta forma o Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, mantém-se hoje um dos grupos mais dinamizadores do folclore na Madeira, dando continuidade ao legado das primeiras gerações que formaram o grupo e as bases sólidas que até hoje subsistem, e que muitas provas tem dado pelo mundo fora, sendo distinguido pelo seu trabalho no que diz respeito à defesa da cultura popular por vários órgãos tais como o Governo Regional da Madeira e a Secretaria Regional do Turismo da Madeira.

Resultados

4.1. Observação participante

Através da observação participante foi possível apurar ou pelo menos identificar a existência de problemas ou não, a análise de comportamentos e relações interpessoais, assim como a clarificação de alguns conceitos (Evertson & Green, 1986).

(...) a researcher participates as a member of the group that he or she is studying. Sometimes the researcher informs the group that he or she is an observer as well as a participant, and sometimes the researcher pretends to be an ordinary member (Vogt, 1999, p. 208)

Tendo em conta o recurso à metodologia qualitativa, a observação participante, favoreceu este estudo exploratório através da descrição do mesmo, na ótica justificativa para aquilo que foi visualizado e posteriormente descrito. Visto que,

responde ao objetivo de proceder dentro das realidades observadas, a uma adequada participação dos investigadores, de forma 'não intrusiva', e de modo a reduzir a variabilidade residual, nomeadamente a repressão de emoções extravasadas ou comportamentos efetuados, bem como artificialidade dos mesmos (Mónico, Alferes, Castro & Parreira, 2017: 726).

Desta forma, as notas de campo que se seguem, foram reunidas no período entre outubro de 2020 até abril de 2021 ao longo desses sete meses de observação (Bogdan & Taylor, 1998). Assim, o processo habitual para a elaboração destas notas, consiste na observação e posterior descrição narrativa, que facilmente permite recolher informação relevante para a investigação em curso (Mónico *et al.*, 2017), como por exemplo a atribuição de significados às práticas e vivências do grupo em estudo, alcançadas através da permanência direta entre o observador e o objeto de estudo. No caso, foi utilizada um tipo de *observação participação moderada*, visto que o investigador teve um papel intercalado entre o *participar* e o *observar* (Spradley, 1980).

De destacar que, tendo em conta ao período de pandemia em que esta investigação decorreu, o tipo de atividade deste grupo folclórico foi em grande parte reduzida e o que por sua vez dificultou na apresentação de elementos de apreciação a nível prático e presencial, no entanto, todos os aspetos recolhidos serão aqui discriminados.

Resultados

Partindo então da observação participante, que teve início no mês de outubro de 2020, primeiramente foi necessária uma contextualização ao corpo diretivo do grupo folclórico em questão, com o intuito de não apenas explicar o propósito desta investigação, como também para o pedido de autorização formal ao mesmo para que esta intervenção fosse possível. A reação foi positiva dando o sinal verde para que se desse início à investigação, sem quaisquer impedimentos, mantendo sempre uma comunicação clara e acessível entre objeto de estudo e investigador, o que desta forma, correspondeu com todas e quaisquer questões de ética.

Durante a observação foram registadas todas as atividades do grupo que me foram possível estar presente, de modo que a exposição de fatos e conclusões retiradas fossem as mais puras e descritivas possíveis.

Desde o primeiro mês em análise foi possível registar uma das principais atividades respetiva ao plano de atividades do GFCPC para o ano de 2020/2021, que se integra num registo fotográfico. Este está a cargo da Fotógrafa Georgina Abreu que abraçou este projeto com muita dedicação, tentando numa mescla de visões unir na fotografia, retratos das gerações atuais do grupo folclórico e os lugares e paisagens da Camacha, percorrendo as estações e as suas variações, sob um olhar fresco e contemporâneo desta jovem e promissora artista visual, com paisagens serranas como pano de fundo.

Por esta via, este foi talvez um dos planos que mais fora da caixa surgiu nos últimos anos, tendo em conta que muitos dos registos fotográficos existentes nos diversos grupos folclóricos da Região, são já um pouco desatualizados, e este é um trabalho contínuo que merece um lugar ativo nos vários grupos culturais. Isto porque a fotografia é um dos meios de comunicação mais privilegiado, que mais permanece, e também que mais informações nos tem dado, no que diz respeito ao “antigamente” visto que grande parte das recolhas dos antepassados são possíveis de se seguir, com base em registos fotográficos visíveis em livros e documentos muito antigos, e que hoje apenas conseguimos ter acesso graças aos Etnógrafos, como a exemplo do já referido anteriormente, ensaiador e jornalista Carlos Maria dos Santos, e que em muito se deve ao mesmo o que hoje é transmitido no Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha.

Similarmente a esta componente fotográfica, é de salientar que ao longos destes meses algumas destas sessões fotográficas têm vindo a ser expostas nas redes sociais do grupo folclórico, o que permite assim partilhar com os ditos seguidores este trabalho que tem vindo a ser desenvolvido. Desta forma, contribui igualmente para um tipo de comunicação mais próxima do público, visto que, no último ano as atividades presenciais como atuações públicas, foram colocadas de parte devido à covid-19.

No fim desse mês, mais precisamente a 29 de outubro, foi possível assistir à participação de alguns elementos do grupo folclórico no festival ‘Fractal Funchal Fest’, uma simbiose perfeita entre dois

mundos aparentemente distintos, como o mundo tradicional e o universo urbano, num concerto que contou a participação de dois artistas (Flor e Gonçalo Faria Sousa). Uma audioperformance que deu a ouvir trechos do repertório folclórico, com um toque de contemporaneidade a todos aqueles que puderam assistir ao vivo, mas também por via online, o que por sua vez permitiu, mais uma vez um alargamento do público, tendo em conta o ambiente pandémico ainda vivido, condicionando a presença de multidões.

A 1 de novembro de 2020, o grupo folclórico da Casa do Povo da Camacha celebrou 72 anos de atividade, enquanto grupo dinamizador do folclore na Região, tendo cumprido com a tradição de aniversário, com a realização de uma missa em nome não só do grupo, mas também por todos aqueles que por ele já passaram, precedida com uma visita ao cemitério da Camacha. Com este costume, é possível passar a palavra aos atuais elementos do grupo, de que muitas outras pessoas já fizeram parte deste grupo e que de alguma forma deixaram a sua marca, para que hoje em dia haja novas gerações que continuem o seu legado.

“Hoje completamos 72 anos de atividade. Embora de forma mais contida, é com orgulho e gratidão que celebramos a nossa existência, lembrando tantos camacheiros e camacheiras que por aqui passaram e ajudaram a construir esta bonita família que leva já tanta história e tantas histórias.” (GFCPC, 2020)³⁸

Um tipo de comunicação informal que ocorre há muitos anos e que de certa forma, simplifica muitas das mensagens que o próprio grupo quer transmitir para as gerações futuras. No entanto para além da comunicação oral, privilegia-se cada vez mais a comunicação audiovisual, como a exemplo da atividade desenvolvida no dia 7 de dezembro de 2020, a montagem da Lapinha do Menino Jesus no Hall de entrada da Casa do Povo da Camacha, instituição esta que acolhe o grupo em questão, disponibilizando uma sala para que o grupo possa desenvolver as suas atividades desde ensaios e reuniões, até às preparações para as atuações.

Esta é uma das atividades de Natal do Grupo Folclórico, e que anualmente o grupo continua com a tradição de expor os Arquinhos do Menino Jesus, cuja recolha foi deixada por um dos elementos do grupo que já faleceu e que durante alguns anos fora Presidente do Grupo (Elsa Nóbrega Sá) tendo lutado sempre para que muitas das tradições da Camacha se mantivessem presente e que fossem transmitidas aos elementos mais jovens não só do Grupo, mas também para toda a Comunidade Regional. Esta recolha não foi exceção e no ano de 2020, para além de exposição física, foi também partilhada virtualmente através das redes sociais do Grupo Folclórico, não só do resultado final

³⁸ Mensagem divulgada nas redes sociais do Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, acompanhado por uma fotografia, fruto do projeto de registo fotográfico já referido acima, em parceria com a artista Georgina Abreu.

fotográfico, mas também por vídeo, partilhando todo o processo de montagem para toda a comunidade local e emigrante que está espalhada pelo Mundo.

A 13 de dezembro de 2020, realizou-se novamente uma das sessões fotográficas referidas anteriormente, neste caso no âmbito das festividades de Natal, sendo que foram efetuadas duas sessões, uma delas com o objetivo final para o postal de Natal do Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, como já é habitual, e partilhado igualmente nas redes sociais e entregue presencialmente aos elementos do grupo e restante comunidade e entidades públicas.

A 17 de dezembro de 2020, também no plano de atividades de Natal foi realizada um pequeno convívio com alguns elementos do grupo com o intuito de aprender a fazer os Arquinhos do Menino Jesus, com a ajuda do Presidente do grupo, transmitindo assim esta tradição da Camacha aos elementos mais novos que futuramente irão dar continuidade a este legado.

Já no ano de 2021, foi divulgado a todos os elementos do grupo folclórico que seria dado início à elaboração de um livro biográfico do Grupo Folclórico, que pudesse contar e expor todo o percurso do grupo que surgiu no ano de 1848 e que até hoje mantém a sua atividade, tendo já passado por ele inúmeras gerações. Este livro, vem assim contribuir não só para o grupo, mas também colocar toda a sua história disponível para todos os interessados, passando a mensagem e deixando o registo de todos aqueles que pelo grupo já passaram e de alguma forma deixaram a sua marca, e que hoje já não estão aqui presentes.

A 16 de janeiro os elementos do grupo folclórico foram selecionados para responder a um questionário no âmbito da realização de uma tese de mestrado em Educação Artística da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viana do Castelo. O presente questionário pretendia,

“junto dos elementos, recolher testemunhos acerca da sua participação e envolvimento no Grupo de Folclore da Casa do Povo da Camacha, assim como, opiniões no âmbito da importância da preservação e divulgação do património cultural, nomeadamente, o folclore” (Rolando Varela)

Passando para o mês de março, no dia 10 foi realizada uma reunião via zoom, com os elementos da direção do grupo folclórico, na qual eu estive também presente, com vista a organizar uma das vertentes do projeto solidário, intitulado “Criar com Tradição”. Projeto este concebido por jovens madeirenses, para jovens, sendo financiado pelo Corpo Europeu de Solidariedade e que conta também com o apoio da Direção Regional da Juventude. O projeto tem como foco a preservação e dinamização das tradições da Ilha da Madeira, com especial atenção nos mais jovens, sendo que a equipa garante que,

“queremos promover a dinamização destes conhecimentos e demonstrar diversas e possíveis aplicações da arte tradicional nos dias de hoje, além das habitualmente vistas” (Funchal Notícias³⁹)

No caso, o grupo em análise fez parte deste projeto, com um segmento dedicado ao ensino do baile das Camacheiras, que fora publicado nas redes sociais do projeto a partir do dia 31 de março. O segmento, cujo nome “Bailar o Covid away”, contou com a participação de dois elementos do grupo folclórico, tendo eu participado. Os 5 episódios de vídeo foram gravados no dia 14 de março, na Quinta do Santo da Serra com a produção da equipa do projeto “Criar com Tradição”. Este foi um trabalho desenvolvido em parceria com este projeto solidário e que procurou mostrar às pessoas que mesmo estando em confinamento podiam desenvolver competências físicas e motoras, ao mesmo tempo que aprendiam algo relacionado com a cultura popular e o folclore, no caso, relativo ao folclore da Camacha.

A 21 de março de 2021, foi realizada uma Assembleia Geral do Grupo Folclórico, via online, tendo estado presente a maioria dos elementos do grupo através da plataforma Zoom, para que fosse exposto o relatório de contas e relatório de atividades do ano anterior. Desta forma todos os elementos tomam conhecimento não só do plano de atividades, mas também das questões financeiras do grupo, visto que muitas das receitas provêm das atividades do grupo, na sua maioria pelas atuações. No entanto, e tendo em conta ao estado de calamidade em que o País se encontrou, a atividade do grupo foi obrigada a parar, e assim reduzir em muito a produção de receitas. Todavia, é de referir que no decorrer da Assembleia geral foi anunciado que o grupo recebera um apoio monetário por parte do Governo Regional, o que seria uma mais-valia para o grupo, tentando colmatar as “perdas” do ano de pandemia, visto que não houve qualquer atividade paga.

Em último registo, destaca-se a formação não presencial realizada no dia 12 de abril de 2021, via Zoom, no âmbito do Plano de Atividades da AFERAM, com o tema: Indumentária Popular Portuguesa - contributos, achegas, considerações e opiniões, com Gil Raro (alfaiate do povo), no qual vários elementos do grupo folclórico puderam assistir e adquirir novos conhecimentos.

Neste sentido e dando por terminado a explanação das notas de campo, conclui-se que ainda que, com poucas atividades presenciais, o grupo folclórico proporcionou aos seus elementos e público adjacente alguns polos atrativos ao longo do último ano, que fossem possíveis de realizar mesmo em estado de pandemia e que pudesse ser partilhado não só fisicamente, como virtual através das redes sociais. Assim, os meios digitais foram o aliado perfeito para que a comunicação da atividade deste

³⁹ <https://funchalnoticias.net/2021/03/03/criar-com-tradicao-um-projeto-de-jovens-para-jovens/> consultado a 30 de agosto de 2021.

grupo se mantivesse, com as suas limitações naturalmente, no entanto sempre adaptada ao contexto popular sem esquecer as tradições e culturas popular, apenas com um toque de contemporaneidade das novas tecnologias.

4.2. Entrevistas

Tal como já referido anteriormente, foram realizadas entrevistas a um conjunto de elementos, previamente escolhidos de acordo com o estatuto, qualidade e objetivos pré-estabelecidos.

As entrevistas realizadas tiveram por base dois guiões semiestruturados. Sendo um, com questões mais inclusivas para os entrevistados que frequentam grupos folclóricos, enquanto outro teria perguntas mais direcionadas à visão periférica que os mesmos teriam relativamente ao folclore e à comunicação que é feita pelos grupos de folclore, com especial atenção na RAM.

Neste sentido, importou para este processo metodológico entrevistar indivíduos que estivessem diretamente ligados ao folclore e aos grupos de folclore, grupos associativos que de alguma forma estabelecem o elo de ligação não só entre grupos de folclore, mas também e principalmente entre grupos e a restante comunidade, e ainda indivíduos da esfera política, com presença atual ou antepassada.

De salientar que todos os entrevistados autorizaram a gravação da entrevista, tal como a utilização das suas respostas no decurso deste trabalho, caso fosse necessário, não só para justificação de aspetos e ideias, mas também como demonstração de perspetivas verificadas ao longo deste processo.

Caracterização dos entrevistados

Em análise, a amostra comporta entrevistas feitas individualmente a quatro indivíduos, e outras duas entrevistas feitas a pares, sendo que os elementos complementavam-se dando assim preferência a uma única entrevista, visto que o objetivo e guião era único.

No total, contabilizam-se oito entrevistados, sendo três do sexo feminino e os restantes cinco do sexo masculino. Relativamente às idades dos entrevistados, há um intervalo de idades que vão desde os 33 anos até aos 85 anos, sendo a faixa etária predominante entre os 40 e 60 anos.

No que diz respeito à formação académica, foi possível verificar que a maioria dos entrevistados possuem o ensino superior, e apenas um, o ensino secundário. Quanto à situação profissional, é notável que três deles são professores, lecionando desde o básico ao ensino superior, e é importante destacar que estes elementos estão ligados à área das Ciências Sociais, tomando o folclore e etnografia como parte integrante das suas profissões. Dos restantes elementos, apenas um se encontra já aposentado, e os restantes exercessem profissões como, enfermeiro, museóloga/conservadora,

funcionário público escolar e por fim uma atividade profissional governamental ligada ao Turismo e Cultura da RAM.

Quanto à relação com o folclore, apenas dois elementos não frequentam ou nunca frequentaram nenhum grupo folclórico, no entanto, e devido aos cargos políticos, sempre estiveram ligados a esta atividade cultural. Os restantes 6 sujeitos, estão efetivamente associados a grupos folclóricos, fazendo todos eles parte dos corpos diretivos dos mesmos. Por fim, e para além disso, três deles são membros dirigentes de grupos associativos ligados aos folclore e etnografia.

Resultados

Seguindo os guiões elaborados, procurou-se averiguar respostas para as questões alusivas à comunicação dos grupos de folclore, de forma que se mantenha a transmissão e preservação de tradições folclóricas.

Desta forma, questionou-se com que idade e qual o motivo para o ingresso num grupo folclórico, no caso de pertencerem, ou apenas de que forma o folclore estaria presente nas suas vidas; qual a perspetiva relativamente ao preconceito existente por parte de algumas pessoas, de que o folclore é para pessoas de mais idade; como veem o comportamento dos jovens perante o folclore; assim como o recrutamento dos mesmos para os grupos.

Procurou-se também perceber como é feita a utilização dos novos *media* para a comunicação; e o que partilham com o seu público; como é que funcionou a atividade dos grupos em tempos de pandemia devido à covid-19; questionaram-se estratégias de comunicação; qual a visão sobre a inclusão do folclore nas Escolas e qual a perceção do folclore na RAM. Por fim, os entrevistados acrescentaram outros aspetos sobre o tema, e em alguns casos foi pedido ainda um comentário a uma frase que está na base desta investigação, “cabe ao folclore e aos grupos de folclore procurar atualizar a forma como chegam às pessoas”.

Como foi possível apurar, no que diz respeito ao ingresso dos entrevistados como elementos nos grupos folclóricos, este ocorre numa idade jovem. É de salientar que a influência familiar é um dos grandes motivos para esta adesão tão precoce, sendo recorrente nos grupos folclóricos muitos dos elementos partilharem graus de parentesco. Por outro lado, o fato de outrora não haver tanta ocupação de tempos livres, e não haver grande diversidade e oferta disponível, fez com que muitas pessoas nos anos 80 e 90 integrassem este tipo de grupos culturais, assim tal como as Bandas Filarmónicas, exemplo dado por um dos entrevistados.

estive no Grupo Folclórico Infantil da Camacha, quando tinha 8/9 anos e aos 13 anos passei para o Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha.

[Entrevista #1, 59 anos, mulher, dirigente de Grupos Folclóricos]

as atividades culturais não eram assim tantas, isto em 1980 e era uma atividade.

[Entrevista #2, 58 anos, Diretor de Grupo Folclórico]

eu ingressei para o grupo no final de 1975, tinha 17 anos e fui um bocado influenciado, (...) tinha uma prima que foi para o grupo. (...) os meus pais também já tinham pertencido ao grupo quando foram a Espanha, em 1949.

[Entrevista #5, 62 anos, Presidente de Grupo Folclórico]

porque a minha mãe e o meu pai faziam parte do grupo (...) depois quando aprendi a tocar viola de arame (...) e aí comecei a vir ensaiar para o grupo.

[Entrevista #6, 33 anos, Vice-presidente de Grupo Folclórico]

Quando questionados sobre preconceitos existentes relativamente ao folclore ou aos participantes dos grupos folclóricos, no que diz respeito à idade mais avançada dos mesmos, dado que a afluência de pessoas com mais idade poderia levar à ideia de que o folclore seria para pessoas mais velhas, várias foram as respostas que contrariaram esta ideologia, justificando que os tempos mudaram, e ainda que, permaneçam por exemplo, elementos fundadores em alguns grupos, é cada vez mais comum a entrada e permanência de elementos jovens, cada vez mais formados e qualificados, que dão azo a uma nova perspetiva para o folclore. Verifica-se também que, o fato de existirem grupos folclóricos exclusivamente de crianças e jovens, fomenta este interesse e torna-se parte integrante na vida de muitas crianças. No entanto, é notória ainda alguma dificuldade de adesão dos mais novos, visto que, e contrariamente ao que havia sido dito supra, hoje em dia existem inúmeras opções para a ocupação dos tempos livres, dificultando assim a inclusão de tradições populares na vida destas crianças. Há também quem refira que, é normal que permaneçam pessoas de mais idade nos grupos folclóricos, que dão ao grupo uma certa estabilidade e que em muitos dos casos são membros há muitos anos, aos quais

Chamamos o esqueleto e a espinha dorsal e conseguem atuar com essa base.

[Entrevista #3, 49 anos, músico].

Um dos entrevistados reporta uma das grandes interferências para a adesão de jovens aos grupos folclóricos, que tem a ver com a questão das comunidades locais, no que diz respeito às grandes cidades versus zonas mais rurais, em que os primeiros estão mais “desligados” e “são muito mais difíceis de sensibilizar e mobilizar em torno da tradição” o que acaba por se tornar num entrave e “problema para o movimento associativo”.

Os jovens da cidade são muito mais difíceis de sensibilizar e mobilizar em torno da tradição, porque estão muito mais desligados da terra Natal, daquilo e do cordão umbilical que liga o ser humano à Terra. É claro que os jovens estão muito ligados às redes sociais, cada vez mais desligados do local e isso levanta um problema para o movimento associativo nesta tarefa de os sensibilizar.

[Entrevista #4, 54 anos, Presidente de Grupo Associativo]

Por outro lado, e tal como acontece num ambiente mais rural, não só os jovens, mas toda a população acaba por estar muito mais inteirada nesta componente do património cultural tradicional popular. Assim, quanto mais integrados, mais fácil é de fazer entender que o folclore não é apenas uma coisa de pessoas de mais idade, “isto faz parte de nós Portugueses” (entrevista #4, 54 anos).

Nesta ótica, conseguiu-se sintetizar através de várias respostas, alguns comportamentos dos jovens perante o folclore, tanto positivos como negativos. Numa visão positiva, existem os jovens que realmente se interessam e gostam das atividades associadas aos grupos de folclore, como a dança, canto e prática de instrumento, ou então, e devido às ligações familiares quando existem membros da família que pertencem aos grupos, acabam por inculcar este gosto nas gerações descendentes, despertando nestes um gosto pelo folclore. O contrário já não acontece, quando não há laços familiares associados ao folclore, mais dificilmente se cria uma aproximação dos jovens ao folclore, e aqueles que por várias razões não têm ligações à “cultura tradicional, acabam por hostilizar no sentido de gozar”, mostrando assim um certo estigma negativo (entrevista #1, 59 anos). Existe também, quem mostre ou sinta alguma vergonha ao utilizar o traje, o que faz desta situação um impasse no ingresso de um jovem para o grupo folclórico. Desta forma, e para que se consiga cativar e manter o interesse de um jovem, é necessário procurar inovar a apresentação dos grupos e adaptar a sua comunicação a este tipo de público, de forma que se contrarie alguma monotonia, tal como afirmado (entrevista #5, 62 anos).

Por último, mas que em grande parte afeta a aquisição de população jovem para os grupos folclóricos da RAM, vem na sequência do ciclo de vida dos mesmos, visto que muitos deles optam por ingressar no ensino superior fora da Região, dificultando assim a sua permanência nos grupos.

No que diz respeito ao recrutamento de jovens para os grupos folclóricos, surgiram respostas dando exemplos concretos dos grupos pertencentes, no entanto surgiram também duas sugestões, como a promoção de ciclos de cinema “de cariz etnográfico”, que “possam ser motivo de curiosidade” ou ainda, a implementação de *open day*, um regime de “aulas abertas que criassem a possibilidade de só assistir”. Neste caso, esta era uma oportunidade de as pessoas conhecerem os grupos não só como público, mas numa vertente de membros integrantes, sem praticar ou exercer qualquer função, tornando-se algo sem compromisso, onde a mensagem e palavra é transmitida, e não há pressão para

os mesmo criando assim “espaços de conforto que possam ser trabalhados em crescendo, conforme essa confiança” (entrevista #8, 47 anos).

Uma das formas recorrentes e transversais aos grupos de folclore vêm pela afinidade familiar e a passagem de gerações, e esta ideia vem reforçar aquilo que foi dito inicialmente pelos entrevistados aquando questionados quando e como entraram para os grupos folclóricos. Há também quem entre, em jeito de “convite”, quando este tem um certo *à vontade* em público, os dirigentes dos grupos podem sempre passar a palavra e deixar o apelo a experimentar um ensaio, ou então no caso das crianças a partir dos sete anos, como é o caso do Grupo Folclórico da Ponta do Sol, recorre-se a um processo de inscrições para o ingresso no mesmo.

Em particular na Camacha, é dada uma especial atenção à mensagem que é transmitida nas escolas por parte dos dirigentes folclóricos, assim como pela transmissão de experiências dos jovens/membros perante as restantes crianças que não frequentam. Muitas vezes, estas crianças que fazem parte de grupos infantis e juvenis, com o evoluir no tempo, acabam por transitar para outros grupos da localidade que incluam outras faixas etárias, dando assim continuidade assídua nestes grupos culturais.

No que concerne à área comunicacional, um dos entrevistados e dirigentes de um grupo folclórico manifestou uma despreocupação na utilização de redes sociais, admitindo que “temos outras situações prioritárias” (entrevista #1, 59 anos), no entanto, têm ciente de que as mesmas têm um elevado valor e peso na vida de muitas crianças e jovens, hoje em dia, sendo algo que eventualmente irá apostar. Por outro lado, e na sequência da utilização dos novos *media* por outros entrevistados, os mesmos afirmam que por este ser um trabalho voluntário, não há um profissionalismo a 100% na gestão e utilização das redes sociais, embora adiram e tentem sempre tirar o maior proveito das mesmas, com partilhas de comunicação alusivas aos grupos e suas atividades, visto que os novos meios de comunicação, têm um papel fundamental na transmissão de conhecimentos, no caso tradições populares, não só pela eficácia de chegar às pessoas mas também pela facilidade de comunicar com outros tipos de público, que não apenas o público que assiste às atuações ao vivo.

Desta forma, verifica-se que começa a haver uma maior atenção e preocupação para atualização de ferramentas na internet, começando inicialmente pela utilização de *websites*, que beneficiam o contato entre os grupos folclóricos e as comunidades emigrantes, e mais recentemente a adesão às atuais redes sociais, como o *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, que ao fim ao cabo trouxeram uma maior proximidade com o público.

é interessante nós percebermos a evolução radical que tivemos mesmo as reuniões e os encontros que o grupo tinha e a comunicação entre os membros do grupo era completamente diferente.

[Entrevista #6, 33 anos, vice-presidente de grupo folclórico]

com eles (meios de comunicação), nós podemos chegar a toda a parte.

[Entrevista #7, 85 anos, antigo corpo diretivo de políticas públicas]

Todavia, apesar desta incidência nas redes sociais e novos média, muitos foram os grupos folclóricos que durante a pandemia covid-19 apostaram no uso destas novas tecnologias para que a prática ou a atividade dos Grupos de folclore não se perdesse. Assim, foram referidas algumas das atividades promovidas por parte de alguns entrevistados que enquanto dirigentes de grupos folclóricos, manifestaram essa preocupação. Nomeadamente, o recurso às aulas de instrumento online, reuniões ou encontros entre elementos à distância, utilizando uma das plataformas mais conhecidas nesse período, (*Zoom*) não só pela popularidade de utilização mas também por questões financeira, visto que não havendo atividade não haveriam receitas, e este era uma plataforma gratuita e de fácil acesso para todos os elementos, desde os mais novos até às pessoas de mais idade e que muitas das vezes não estão familiarizadas com estas novas tecnologias. Conseguiram também promover algumas atuações e participações em Festivais Online, dinamizar atividades culturais e populares dentro do Grupo, criando um elo de ligação entre os participantes do mesmo e o público das redes sociais. Com este tempo mais “disponível” houve também a oportunidade de investigar outros temas que haviam sido mais esquecidos, como as lengalengas, a literatura oral tradicional, explorar a capacidade dos próprios elementos para o improviso” (entrevista #6, 33 anos).

No entanto há ainda quem saliente e faça questão de incentivar para a promoção de comunicações online para “explicar também o que era o folclore e a importância que ele tem” (entrevista #7, 85 anos), para além daquilo que muitas vezes passa nas televisões. Paralelo este, feito por um dos entrevistados que relata ainda que talvez com estas interações a maior parte da população ganhasse mais consciência do que é o folclore, criando não só uma comunidade mais culta como também incentivando à participação no mesmo.

Por outro lado, é de destacar o trabalho que foi feito durante a pandemia no que diz respeito ao ensino visto que houve “um investimento no sentido de prosseguir a questão da formação, com uma Pós-Graduação” em Património Cultural Tradicional e Popular Português, que decorreu na Madeira num regime de ensino à distância, promovido pela AFERAM em parceria com a FFP e o Instituto Piaget.

Neste sentido, esta aposta na formação de ensino superior, reflete também uma estratégia de comunicação que teve muita adesão, o que, segundo o entrevistado #4, 54 anos, contribuiu para a formação de “massa crítica” na comunidade folclórica.

importante estar preparado para responder às perguntas e isso só se consegue com aprendizagem com a partilha de conhecimento com o compromisso de ter uma informação mais qualificada. Isso é fundamental.

[Entrevista #8, 47 anos, cargo político na RAM]

Desta forma, estão também a formar indivíduos com destacamento para as várias posições diretivas não só de grupos folclóricos como também de corpos associativos como o caso da AFERAM e até mesmo a FFP. [entrevista #2, 58 anos]

Para além desta questão do ensino, o período de pandemia covid-19 proporcionou a implementação de novas ideias e inclusão de outro tipo de comunicações, como por exemplo as formações online, que foram divulgadas através das redes sociais com o objetivo de promover a continuar a divulgar o folclore. É através destas potencialidades que se verificam, que cada vez mais as estratégias de comunicação passam pelo uso da internet e dos novos *media*, que tal como afirmado na entrevista #4, 54 anos, é “o canal de comunicação do século XXI”.

Uma das estratégias de comunicação mais referida ao longo das entrevistas, foi efetivamente a inclusão do folclore nas escolas, desde o ensino básico ao ensino superior. Opções como a integração de conteúdos musicais e de dança nos planos curriculares, são efetivamente ideias que poderão despoletar uma determinada sensibilidade para o gosto do património cultural e tradicional. São perspetivas futuras “incutir desde criança a cultura tradicional como algo que faz parte” (entrevista #6, 33 anos), o que por sua vez reduz a hipóteses de reações de aversão ou quaisquer preconceitos que possam existir nos jovens, perante o folclore.

Focando-se no folclore na RAM, a visão é positiva por parte dos entrevistados, realçando principalmente o “trabalho extraordinário da comunicação com os grupos” realizada pela AFERAM [entrevista #4, 54 anos].

Por fim, mas igualmente oportuno é olhar para os grupos de folclore não apenas como um grupo que sobe ao palco para cantar e dançar, mas como um “museu vivo” no dizer de um entrevistado:

O grupo folclórico é um museu vivo, é uma força viva da comunidade, que é o fiel depositário das suas memórias coletivas, é o fiel guardião daquilo que é a sua matriz identitária. Cabe ao grupo, funcionar como elo que liga as anteriores gerações, com as futuras gerações.

[Entrevista #4, 54 anos]

No fundo, o folclore acaba por funcionar através de um elo de comunicação geracional, e desde que as Televisões e as redes sociais tomaram conta dos nossos dias, este elo de transmissão de conhecimentos acabou por se perder, visto que “os avós não falam com os netos, os pais não falam

com os filhos” [entrevista #4, 54 anos] deixando de haver transmissão e receção de informações de cariz popular. Como solução, é preciso fazer adaptar o folclore aos dias de hoje, sem alterar a sua essência, assim procura-se “que se cativa cada vez mais os jovens” [entrevista #3, 49 anos]. Muitos foram também os indivíduos que realçaram a preocupação pela apresentação em cima de palco, visto que esta é uma das formas de comunicação mais forte dos grupos folclóricos. Uma comunicação informal que deve ter em conta os vários públicos a cativar, procurando não cair numa monotonia, mas ter por base estas “ações de proximidade e de comunicação de proximidade (...) e fazer este trabalho de sensibilização (...) com formas mais inovadoras” visto que “o folclore é o elo que liga a tradição às gerações futuras” [entrevista #4, 54 anos].

Preocupações estas que são gerais aos vários entrevistados, e que de alguma forma têm vindo a ser cada vez mais trabalhados para que de alguma forma se mude “os paradigmas e os nossos pensamentos” fazendo chegar o folclore a todos “ainda mais num mundo globalizado, tem de haver esta capacidade de exploração de conteúdos, ideias e mensagens” [entrevista #3, 49 anos].

4.3. O Folclore na Imprensa Madeirense

Tendo em conta a leitura e avaliação de peças noticiosas relativamente à área do folclore na RAM, foi possível ter acesso a apenas 20 notícias que foram divulgadas e escritas por parte dos órgãos de comunicação regional nos últimos 5 anos, assumindo assim uma pequena falha na comunicação e divulgação de informações culturais e tradicionais para os leitores.

No entanto, expõe-se em anexo a tabela (x), onde estão descritas 14 notícias com base no título, data e órgão de comunicação em que foram publicadas, o respetivo tema e também uma coluna dedicada às observações extraídas aquando da leitura das peças noticiosas, realizada entre o período do dia 12 de abril a dia 14 do mesmo mês. Por conseguinte, a investigação e leitura documental, teve como objetivo fundamental averiguar a consistência e qualidade de conteúdos publicados, no que diz respeito ao tema chave desta dissertação, o folclore e os grupos de folclore, em específico na RAM, e como é que tem sido feita esta comunicação através de um meio de comunicação mais tradicional, como é a Imprensa escrita, e no caso em questão, por órgãos de comunicação Regional.

Resultados

Posto isto, e fazendo uma análise sobre o folclore na imprensa Madeirense, verificou-se a publicação de notícias referentes não só a atividades culturais promovidas pelos vários Grupos Folclóricos da Região [4, 6, 8], por particulares [5, 11], mas também e principalmente promoções de ações dinamizadas pela AFERAM, como corpo associativo de destaque na RAM.

Foram algumas as publicações de formações, disponibilizadas pela Associação de folclore e Etnografia da RAM [1, 9, 13], cujos objetivos centravam-se na criação de um referencial de boas práticas nos grupos folclóricos da RAM e um processo técnico da FFP; outras temáticas sobre “*Indumentária Popular Portuguesa*” e divulgação de lançamentos de livros e exposições promovidos pela mesma Associação. Estes são alguns dos exemplos de atividades promovidas por esta Entidade que, tem no seu cerne um objetivo claro de unificação dos grupos folclóricos em prol do folclore e Etnografia Madeirense, o que em grande parte se verificou na leitura destas notícias.

Para além destes incentivos, é de realçar igualmente a preocupação relativamente ao folclore como Património de risco, na sequência do Dia Nacional do Folclore Português a 26 de maio [2], onde AFERAM sugere algumas soluções, entre as quais a inclusão do tema folclore nas Escolas para que as crianças desde os 5 anos de idade se familiarizem com o tema; assim como uma maior atenção na salvaguarda das tradições e cultura popular; o combate ao estereótipo e preconceito que os adolescentes sentem ao participarem nestes grupos; revelam ainda que deverá haver uma manutenção dos grupos folclóricos existentes e ao mesmo tempo contribuir para a formação (tanto exploratória como académica) destes mesmos, com o intuito de criar massa crítica⁴⁰ dentro destes grupos culturais. A exemplo disso, refere-se à Pós-Graduação [12] realizada na Madeira em regime online, salientado a importância que a formação tem no panorama do Folclore e da etnografia na Região.

Verificou-se também que houve divulgação relativa a uma recente procura na atualização no que diz respeito à apresentação ao público [4], com um espetáculo dinamizado pelo Concelho de Santa Cruz onde se une a música tradicional madeirense a um estilo mais contemporâneo, tentando assim apostar em ideias novas e dinâmicas, que procurem igualmente, despoletar o interesse do público ao folclore, que habitualmente o considera como “velho e antiquado”.

De realçar e notar o trabalho desenvolvido por vários indivíduos associados ao folclore, que ao longo dos últimos anos têm partilhado as suas recolhas [5] e trabalhos que são essenciais para os grupos, como é o caso de um dos trabalhos desenvolvidos por Danilo José Fernandes, que se intitula “Ferramentas do Linho e da Lã, o ADN do Povoamento Rural da Madeira”, que proporciona aos grupos folclóricos uma base fundamentada, no que diz respeito à elaboração dos trajes tradicionais, o que por sua vez propicia à autenticidade daquilo que é representado nos dias de hoje e transmitido às gerações futuras.

Por outro lado, ainda houve quem apostasse num projeto dinâmico que foi repescado do baú, um desfile etnográfico [6] cujo nome “Camacha de Ontem, Madeira de Sempre” mostrava um cartaz e

⁴⁰ Ideia também proferida por um dos entrevistados, aquando da referência à Pós-Graduação [12] em Património Cultural Tradicional e Popular Português, reforçando a ideia de que é essencial e fundamental que haja uma forte aposta também neste tipo de comunicação (escolar).

montra viva da etnografia e costumes Madeirenses, pelas ruas da Freguesia da Camacha. Este é um trabalho que só é possível quando existe uma sólida preparação, e obviamente um levantamento documental, à semelhança do plano acima referido, que comprova e garante a autenticidade do projeto. O desfile contou com participantes de várias gerações pertencentes aos grupos folclóricos, mas o objetivo futuro será envolver as Escolas, para que de alguma forma possam *“contribuir para preservar este património, sobretudo junto dos mais novos e dos que desconhecem estas vivências”* ([6] Gilda Nóbrega, 2019).

Ainda relativo ao traje, há registo noticioso referente a um dos detalhes do traje feminino que mais se associa ao folclore Madeirense, as saias de riscas ou antes dita *“saia listada”* [7], que embora seja utilizada por toda a Ilha, através de vários estudos e investigações foi possível concluir que existem inúmeras outras opções de saias que num determinado momento da História caíram em desuso. Assim, estas investigações *“procuram trazer para o presente dados e informações que contribuem para a conceção de uma identidade muito própria”*.

No que diz respeito ao CIOFF [10], e aos festivais associados o *“Funchal Folk-Arraial do Mundo”* certificou-se como o 12º Festival CIOFF a nível Nacional, o que faz do mesmo um dos eventos de destaque na RAM, dado o seu cartaz turístico e cultural que a cidade do Funchal detém para oferecer a todos os turistas visitantes. Por esta ótica, percebe-se que o folclore na Madeira para além de um cariz cultural, apresenta-se como um polo de atração turística, visto que, e como já referido ao longo de algumas entrevistas para esta dissertação, muitas das receitas dos grupos folclóricos, provêm de atuações em contexto hoteleiro, onde o público-alvo é na sua grande maioria, o turismo estrangeiro. Desta forma, os grupos folclóricos têm na sua atividade também uma comunicação fundamental *“em cima de palco”* para comunidades estrangeiras, divulgando assim a cultura madeirense através das danças e cantares tradicionais.

Por outro lado, esta comunicação para outros países, também acontece quando os grupos participam em festivais internacionais fora do seu País, e dessa forma, não só divulgam o trabalho desenvolvido como grupo folclórico, mas também levam o nome da Região proveniente. No caso, e referindo também uma notícia em análise [11] em memória da *“mãe do folclore regional”* que falecera há 20 anos, membro do grupo folclórico em estudo e que ficara conhecida como a *“embaixadora da Madeira”*. Tal como enunciado *“Maria Acensão era uma mulher que nasceu das raízes do povo madeirense e que dançou e cantou essas raízes”* pelo mundo fora, levando o folclore Madeirense a vários pontos do Mundo, o que de certa forma também profere ao grupo em questão um certo valor acrescido.

Em suma, para além de todo o trabalho desenvolvido pelos grupos folclóricos e associações adjacentes, é fundamental que, (no caso da RAM) o Governo Regional preste atenção aos grupos culturais e que de alguma forma possa incentivar e estimular este setor cultural e criativo, que tanto

beneficia a Madeira não só a nível civilizacional e social, mas também a nível económico. E tendo em conta a situação atual, onde os grupos viram a sua atividade estagnar, foi importante haver uma ação mais segura para os mesmos, com a criação de uma “linha de apoio excecional e temporária destinada às pessoas singulares e pessoas coletivas sem fins lucrativos do setor cultural e recreativo, com sede na Região” [14]. Assim, foi possível colmatar algumas despesas que surgiram, devido à impossibilidade de atividade prática de muitos grupos folclóricos na Região Autónoma da Madeira.

Conclusão

Pode-se dizer que esta é uma investigação que concorda com alguns autores, mas que contraria outros. Desta forma, e segundo Horsle (2005), a comunicação estratégica deve primeiramente seguir um processo de estratégia e em seguida um plano de ação, para que só depois se possa escolher quais os métodos e canais de comunicação a utilizar, de forma que se faça chegar a mensagem ao objeto final. Ao mesmo tempo e segundo Hallahan *et al* (2007) deve-se colocar de parte toda e qualquer comunicação que seja adepta da persuasão e manipulação.

Pensar na receção e nos comportamentos dos recetores é uma das preocupações primárias da comunicação estratégica, organizando de forma atenta e adaptada à era a que vivemos, segundo o fenómeno da globalização e da revolução tecnológica. Assim, há que ter em conta a importância de manter uma informação tal como ela é, seja transmitida oralmente, ou pelas novas tecnologias, mantendo a sua autenticidade, visto que hoje, a comunicação deixou de ser apenas um meio de transmissão de conhecimentos, passando a assumir um papel num processo social básico da nossa sociedade.

No entanto, e tendo em conta o Eurobarómetro (2013), (Grova, 2017) que revela Portugal como o País que está em último lugar ao nível do consumo cultural, é preciso uma atenção extra e uma preocupação por cativar os espetadores, principalmente e através da comunicação digital. Isto porque hoje em dia as redes sociais são o palco principal para a promoção e divulgação cultural, sendo que a ferramenta de *engagement*, presente nas redes sociais, passou a ser um instrumento de medição e avaliação da comunicação, mas também do impacto das organizações junto dos seus públicos.

Outro contributo fundamental desta investigação, foi perceber que a cultura e a comunicação são os expoentes máximos de conexão e interligação entre a sociedade, sendo necessário adaptar a comunicação às várias lógicas dos canais de comunicação, que percecionam diferentes tipos de reação.

Conclui-se também que apesar da comunicação digital estar no auge da sociedade, mantém-se a comunicação oral, que detém um nível de proximidade e de eficácia notável, sem descurar a comunicação física, através das atuações, por exemplo, que apesar de antiga permanece sempre com muita influência.

No entanto, e dada a situação em que decorreu a pesquisa (Covid-19), as apresentações físicas foram muito limitadas, apesar de que o Grupo em análise procurou manter a sua atividade, através de outros meios. E, graças à observação participante foi possível realçar algumas das atividades do grupo cuja partilha e comunicação de informações para o exterior, foi muito trabalhada de forma a obter não

só uma maior exposição, mas também alcançar um maior número de recetores através de atividades tais como:

- Sessões fotográficas e registos de vídeos divulgados nas redes sociais;
- Participação em festivais cujas apresentações saíam “fora da caixa” e fora dos parâmetros habituais do grupo folclórico, conseguindo desta forma abranger outro tipo de público, que não o habitual;
- Criação de um livro biográfico alusivo aos já mais de 70 anos de atividade;
- Projeto “Criar com Tradição” que deu a partilhar através das redes sociais como bailar;

Por estas atividades o meio digital tornou-se o aliado perfeito para que fossem partilhadas algumas das atividades do grupo, que fora obrigado a abrandar devido à situação pandémica, o que mostrou uma preocupação e adaptação aos tempos que correm, por parte deste grupo folclórico.

Todavia, é preciso deixar claro, que uma das limitações na área comunicacional dos grupos de folclore, tem haver com a falta de pessoas qualificadas e de um profissionalismo a 100% na área da gestão e utilização das redes sociais. Sendo esta uma preocupação atual visto que, os meios de comunicação detêm na sua utilização uma facilidade de comunicar e fazer chegar a mensagem a vários espetadores, que não só aqueles que assistem presencialmente às atuações dos grupos. Assim, é importante que os grupos folclóricos procurem atualizar a forma como utilizam os novos *medias*, como ferramenta de trabalho na transmissão de cultura.

Por outro lado, conclui-se que a aposta na formação superior é também um dos alicerces da comunicação básica do folclore e que precisa de mais investimento, contribuindo para a formação de massa crítica. Ao mesmo tempo, a inclusão do folclore nas escolas é sem dúvida, uma das estratégias de comunicação que mais vezes foi referida ao longo das entrevistas, tendo este envolvimento um papel muito importante no crescimento pessoal das crianças, incluindo as questões culturais e populares no dia a dia das mesmas.

Assim, e numa visão mais geral, é essencial que se mudem paradigmas e muitos dos pensamentos retrógrados que ainda possam existir, e que fazem desta situação uma barreira para que o folclore não chegue a todos de igual forma. Portanto, é preciso que haja atenção - e voltando a enunciar - “ainda mais num mundo globalizado, tem de haver esta capacidade de exploração de conteúdos, ideias e mensagens” [entrevista #3, 49 anos], visto que comunicação estratégica para além de um cariz informativo, comporta na sua visão um cariz social para a criação de discussões de cultura pública, e que devem estar presentes no nosso quotidiano.

Pode-se concluir que, por se tratar de uma disciplina ainda a dar os primeiros passos, esta dissertação procurou responder a algumas das questões na sua aplicação a um caso em concreto, deixando presente desafios e uma porta aberta para futuras pesquisas neste campo de estudo, ainda

por explorar, que é a comunicação estratégica aplicada ao folclore, procurando uma maior viabilidade da utilização dos novos *media*, sem deixar para trás os meios de comunicação tradicionais.

Referências Bibliográficas

- Barros, Beatriz da C. R. (2019) *O marketing como estratégia para a revitalização do folclore em Portugal* – Dissertação de Mestrado em Gestão de Marketing, IPAM-ESP.
- Batista, Eraldo Carlos. Matos, Luís Alberto Lourenço. Nascimento, Alessandra Bertasi. (2017) *A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa*. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.3, p.23-38, TRI III.
- Bauman, Richard. (1992) *Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments: A communications-centered handbooks*, New York Oxford, Oxford University Press.
- Bauman, Richard. (2014) *Fundamentos da performance*. Sociedade e Estado, 29(3), 727-746.
- Beltrão, Luiz. (2001) *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UMESP.
- Bogdan T.S., & Taylor, B. (1998) *Introduction to qualitative research*. New York: Wiley.
- Bryman, Alan (2012) *Social Research Methods*, 4th edition, Oxford University Press, New York.
- Carrillo, M. V. (2014) *Comunicação Estratégica no Ambiente Comunicativo das Organizações Atuais*. Comunicação e Sociedade, vol. 26, 71-80
- Carvalho, João Soeiro de. (1996) *A Nação Folclórica: projecção nacional, política cultural e etnicidade em Portugal*. Revista transcultural de Música, nº2, cap. 13.
- Castelo-Branco, Salwa El-Shawan., Branco, Jorge Freitas, (2003) *Vozes do Povo: A folclorização em Portugal*, Lisboa, Etnográfica Press.
- Castelo-Branco, Salwa El-Shawan., Lima, Maria João., (1998) *Práticas Musicais Locais: Alguns indicadores preliminares*, OAC, OBS nº4, 10-13
- Castelo-Branco, Salwa El-Shawan., Neves, José Soares., Lima, Maria João. (2003) *Vozes do Povo: Perfis dos Grupos de música tradicional em Portugal em finais do século XX*, Lisboa, Etnográfica Press.
- Castelo-Branco, Salwa., Neves, José Soares., Lima, Maria João (2001) *Representações da Memória: primeiros resultados do Inquérito aos Grupos de Música Tradicional em Portugal*, OBS, 10, pp. 11-22.
- Coelho, Adolfo (1993) *Festas, costumes e outros materiais para uma etnologia de Portugal*, Obra Etnográfica, Vol.1. Lisboa
- Evertson, C. M & Green, J.L. (1986) *Observation as inquiry and method*. In M. Wittrock (Ed.), Handbook of research on teaching, 162 - 230. New York: MacMillan.
- Félix, Pedro (2003) *Vozes do Povo: A Aldeia mais Portuguesa de Portugal (1938)*, Lisboa, Etnográfica Press.

- Fernandes, Mariana., Falchetto, Giovanna., Vieira, Helena., Nogueira, Rafaela., Carvalho, Ângela Maria de., (2013) *Folkcomunicação: Análise Das Influências Do Conceito Desde Sua Gênese Até A Contemporaneidade*, Intercom
- Filho, João Lopes, (2004) *Agrupamentos de Folclore - Ontem e Hoje*, INATEL
- Garcia, J. L., Lopes, J. T., Neves, J. S., Gomes, R. T., Martinho, T. D., & Borges, V. (Eds.). (2014) *Mapear os recursos, Levantamento da legislação, Caracterização dos atores, Comparação internacional*. Relatório Final. ICS-UL, FLUP-UP e CIES-IUL.
- Grova, Telma dos Santos. (2017) *O acesso à cultura: uma solução de relações públicas na era do social media* - Trabalho de projeto de mestrado em gestão estratégica das relações-públicas, ESCS.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Ruler, B. v., Vercic, D., & Sriramesh, K. (2007) *Defining Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication*, 3-35.
- Horsle, P. B. (2005) *Strategic Communication as method.*, Comunicação e Sociedade, 19-37
- INE (2019) *Estatísticas da Cultura 2018*, Lisboa, INE.
- Kipka, R. M. L., Scheller, M., Bonotto, D. L. (2015) *Pesquisa documental na pesquisa qualitativa: conceitos e caracterização*. Revista de investigaciones UNAD Bogotá - Colombia V.14, n2
- Kunsch, Margarida M. K., (2018) *A Comunicação estratégica nas organizações*, Media&Jornalismo, nº33, vol 18, nº2, 13-24
- Leal, João. (2016) *A antropologia em Portugal e o englobamento da cultura popular* 1. 6. 293-319.
- Melo, José Marques de., (2005) *Folkcomunicação na Era Digital, A comunicação dos marginalizados invade a aldeia global.*, V Bienal Iberoamericana de Comunicación. México,
- Melo, José Marques. (1999) *Luiz Beltrão: pioneiro dos estudos de Folkcomunicação no Brasil*, Revista Latina de Comunicação Social
- Milner, A. (1994) *Cultural Materialism, Culturalism and Post-Culturalism: The Legacy of Raymond Williams*. Theory, Culture & Society, 11(1), 43–73.
- Mónico, L. S., Alferes, V. R., Castro, P. A., Parreira, P. M. (2017) *A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa*, Atas - Investigação Qualitativa em Ciências Sociais, v.3
- Neves, J. S. (2015) *Práticas culturais e desigualdades na Europa: evoluções recentes*. In R. M. D. Carmo & A. F. D. C. (Orgs.) (Eds.), *Desigualdades em Questão: Análises e Problemáticas* (pp. 31-41). Mundos Sociais.
- Poupinha, L. & Espanha, R. (2005), *A existência net: o valor da net para relações-públicas/comunicação estratégica*, Comunicação e Sociedade, 209-217
- Rocha, Gilmar. (2009) *Cultura popular: do folclore ao patrimônio*. Mediações - Revista de Ciências Sociais. v14. p218.
- Santos, M. L. Lima dos. (1988) *Questionamento à volta de três noções (a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas)*. *Análise Social*, vol XXIV, 689-702.

- Santos, M. L. Lima dos. (1998) *As Políticas Culturais em Portugal*, Lisboa, OAC.
- Santos, Tiago José Miranda. (2015) *Challenges on Arts' Communication*. Revista Prisma 27 70-83.
- Schmidt, C. (2008) *Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina*. INTERCOM
- Schmidt, Cristina., (2004) *Folkcomunicação: uma metodologia participante e transdisciplinar*, 7ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação
- Sebastião, Sónia Pedro, (2012) *Cultura Contemporânea – Contributos para os Estudos Culturais, Mediáticos & Digitais*, ISCSP – Universidade Técnica de Lisboa.
- Seromenho, Margarida (2003) *Vozes do Povo: A Federação do Folclore Português*, Lisboa, Etnográfica Press.
- Spradley, J. P. (1980) *Participant observation*. New York: Holt, Rinehart & Winston, INC.
- Vasconcelos, João. (2001) *Estéticas e Políticas do Folclore*, *Análise Social*, vol. XXXVI, 158-159.
- Vogt, W. P. (1999) *Dictionary of statistics & methodology: A nontechnical guide for the social sciences* (2nd ed.). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Z. Pinto-Coelho; N. Zagalo & T. Ruão (Eds.) (2016) *Comunicação estratégica em contexto intercultural: desafios da utilização de um estudo de caso*. Comunicação, Culturas e Estratégias. IV Jornadas Doutorais Comunicação e Estudos Culturais.

ANEXOS

Artigo 3º

(Fins)

1. O CIOFF® Portugal tem por fim estabelecer a cooperação e a solidariedade entre os seus Membros nas atividades de carácter desinteressado que desenvolvem no âmbito da organização e participação em Festivais Internacionais de Folclore, bem como na preservação e divulgação da cultura tradicional e da etnografia.
2. Compete ao CIOFF® Portugal assegurar a representação de Portugal junto do “Conselho Internacional das Organizações de Festivais de Folclore e de Artes Tradicionais”, com sede em Paris.
3. O CIOFF® Portugal assegurará que os Festivais de Folclore realizados em Portugal e reconhecidos como Festivais CIOFF® cumprem todos requisitos exigidos internacionalmente.
4. O CIOFF® Portugal promoverá junto dos grupos de etnografia e folclore que pretendam participar em “Festivais Internacionais CIOFF®” a sua inclusão na “Lista de Recomendação CIOFF® Portugal”, de forma a promover o reconhecimento internacional pela qualidade e representatividade dos seus projetos culturais.
5. No desempenho da sua atividade o CIOFF® Portugal não poderá, por qualquer forma, intervir na atividade, fins, princípios, métodos de trabalho e decisões de cada um dos seus Membros.

IMPrensa				
NOTÍCIA	TÍTULO	DATA	TEMA	OBJETIVOS/OBSERVAÇÕES
[2]	“Formação em Folclore e Etnografia – Iniciativa decorreu na Casa do Povo de Santa Cruz” ⁴¹	18/06/2017 Jornal da Madeira	Formação disponibilizada pela AFERAM, no âmbito da “organização de um dossier sobre o referencial de boas práticas nos grupos de Folclore da RAM e processo técnico da FFP”. <u>Plano de trabalho:</u> em grupos de trabalho realizaram inventariação e registos (da origem dos trajes, danças, músicas, cantares, artefactos, objetos etnográficos, literatura popular, crenças e superstições, etc.) Trabalho contínuo, por parte dos Grupos de Folclore da Região em parceria com a FFP (e comissão técnica regional de avaliação)	Com este trabalho realizado, os grupos passam a ter organizado os documentos sobre o seu grupo, para que possa ser proposto um grupo de referência ao nível do folclore português. [documentos estes, que constituem base de suporte para a preservação das tradições às próximas gerações, comprovando a veracidade dos fatos]
[2]	“Folclore reivindica mais atenção para património em risco – A criação de um gabinete de apoio, a certificação do traje regional e a inclusão do tema nas escolas são reivindicações no Dia Nacional do Folclore Português”	26/05/2019 DN Madeira Cultura ⁴² - página 3	Sugestões da AFERAM para que não seja esquecido o Folclore, sendo este considerado Património em risco. Um agradecimento e reconhecimento dado aos grupos folclóricos pelo trabalho que tem sido desenvolvido (Referencial de Boas Práticas da Cultura Popular e Tradicional) assim como agradecer à Direção Regional da Cultura pelo apoio. “os mais novos não se reveem nos trajes tradicionais e nas cantigas e formas de bailar do folclore madeirense”	<u>Dia Nacional do Folclore Português: 26 de Maio</u> A “associação de etnografia quer cativar crianças logo a partir dos cinco anos” Incentivar à inclusão do tema Folclore nas escolas através de uma disciplina. Um alerta deixado para o esquecimento de algumas tradições, ofícios, artefactos ou objetos tradicionais. Defesa para a consciência cívica para a salvaguarda das tradições e cultura popular.

			<p>Os adolescentes aparentam ter vergonha e preconceito, de vestir o traje e fazer aquilo “que os mais velhos faziam”</p> <p>Um dos trabalhos desenvolvidos, com o apoio da DRC: “inventariação e divulgação do traje tradicional e popular da Madeira”</p>	<p>Dificuldade em cativar os adolescentes (entre os 11 e 15 anos) à prática do folclore à tem de haver uma solução.</p> <p>Tentar inculcar o tema folclore, a partir dos 5 anos de idade.</p> <p>Objetivo: não é que surjam mais e novos grupos, mas sim, aqueles que já existem, mantenham a dignidade e qualidade do folclore regional, fazendo jus às nossas tradições.</p> <p>Com esta formação, para além dos grupos a participarem, espera-se que o meio académico seja incluído (antropólogos, historiadores e investigadores) – validando e fundamentando as escolhas dos grupos.</p>
[4] ⁴³	“Valorizar o património fotográfico madeirense”	24/02/2021 DN Madeira Cultura – página 22	Através das edições com imagens e fotografias de memórias da Madeira, deixa-se presente e organizado este que constitui também um património (que pode incluir registos etnográficos, cuja atividade dos grupos folclóricos inclui e recorre aos mesmos para validar a sua representação)	Valorizar o património fotográfico madeirense, preservando a memória e um espólio ímpar a nível mundial.
[5]	“Folclore e Tradição no Santa Faz”	22/06/2019 DN Madeira	Informação relativa à Gala de Folclore ‘Re_cordis’ onde reúne num espetáculo, a	Neste espetáculo, há uma forte aposta na junção da música tradicional

⁴¹<https://www.facebook.com/Aferam/photos/a.1719623724718406/1719622514718527/?type=3>
consultado no dia 13/04/2021

⁴² <https://www.facebook.com/Aferam/photos/2666018790078890> consultado no dia 12/04/2021

⁴³ A partir daqui todas as notícias foram recolhidas e visualizadas no arquivo regional da Madeira no dia 14/04/2021.

		Cultura – página 31	totalidade dos grupos folclóricos do Concelho de Santa Cruz, que propõe uma viagem através da História do Concelho e dos elementos identitários de cada freguesia.	madeirense a um estilo mais contemporâneo, dando palco aos MUTRAMA, com a presença de talentos Nacionais: Salvador Sobral e Maria João Granja. Um dos aspetos ou estratégias, que pode despoletar a atenção do público, visto que estas personalidades conhecidas do público, aliam-se à música tradicional Madeirense, fugindo “das performances mais convencionais” – o que pode contrariar o sentimento de <i>desinteresse</i> , <i>preconceito</i> ou <i>negação ao Folclore Madeirense</i> , em especial do Município de Santa Cruz.
[5]	“Testemunhos do nosso passado rural”	30/06/2019 DN Madeira Agricultando – página 38	Fala sobre o lançamento ‘Ferramentas do Linho e da Lã, o ADN do Povoamento Rural da Madeira’ de Danilo José Fernandes (ed. 2016)	“ir à procura de saberes que passaram de geração em geração” Esta recolha constitui um “legado documental de importância do linho e da lã para as gentes deste Arquipélago “ Fator de importância, no que diz respeito à comunicação de uma área específica, mas que faz parte do Folclore, visto ser o ponto principal para a elaboração dos trajes, mantendo a sua autenticidade, para as gerações futuras.
[6]	“Camacha viaja ao passado”	12/07/2019 DN Madeira	Noticiar o desfile etnográfico ⁴⁴ ‘Camacha de	<u>Objetivo</u> : continuar este desfile nos próximos anos,

⁴⁴ Desfile este que, se realizava há mais de 50 anos, tendo sido este em 2019 uma recuperação do mesmo.

		Etnografia – página 29	<p>Ontem, Madeira de Sempre’, de iniciativa da Associação de Desenvolvimento social e Cultural da Camacha (ADESCA)</p> <p>Criação de um cartaz e mostra viva da etnografia e dos costumes, que muitos dos grupos da Camacha têm vindo a representar.</p> <p>É ponto assente que para a realização deste cortejo, houve um levantamento documental que garantiu a autenticidade do projeto, que mostrou no seu decorrer vivências e marcos do período temporal entre 1875 até 1960.</p>	<p>sendo que em 2020⁴⁵ seria idealizado envolver as escolas.</p> <p>Reunir inúmeros participantes de várias gerações.</p> <p><u>Objetivo da ação:</u> “contribuir para preservar este património, sobretudo junto dos mais novos e dos que desconhecem estas vivências” – afirma Gilda Nóbrega. Revela ainda a “importância em termos turístico”</p> <p>“a forma de manter viva esta comunidade (Camacha) era fazer uma coisa que a envolvesse” diz José Alberto Gonçalves (coordenador do projeto)</p>
[7]	“As riscas da identidade no vestir”	17/08/2019 DN Madeira 600 anos – página 12-13	<p>Mostra que não nos podemos cingir apenas ao traje com saia listada e o de linho branco, pois existem várias tendências entre o Norte e Sul da Ilha, derivados pelos tempos, matérias-primas disponíveis, clima, ou os trabalhos em questão. Os trajes variam de localidade para localidade.</p>	<p>Graças às várias investigações ou estudos que têm surgido, (por exemplo pelo Danilo Fernandes) é evitado que o desuso de outros trajes, façam cair no esquecimento uma tradição. Assim, procuram “trazer para o presente dados e informações que contribuem para a conceção de uma identidade muito própria”</p>
[8]	“Boa Nova termina ano com três novidades”	8/12/2019 DN Madeira Cultura – página 38	<p>Lançamento do Caderno nº6 da coleção ‘o Trilho’, pelas mãos de Danilo Fernandes, sob o Grupo de Folclore e Etnográfico da Boa Nova. Divulgado também a primeira fase do</p>	<p>O Núcleo Museológico de Arte Popular, foi criado em 2007 pela Direção da Boa Nova, onde estão “patentes ao público uma série de artefactos ligados à tradição madeirense”, desta forma</p>

⁴⁵ Não foi possível a sua realização, devido à covid-19.

			projeto de sinalética, catalogação e contextualização do Núcleo Museológico de Arte Popular. Promoção do IV Encontro Danças das Espadas.	“tornam mais acessível ao visitante este património”. Através deste Núcleo, é possível que os visitantes façam a visita e explorem por si próprios entendendo aquilo que está exposto sem que tenha de haver um guia para tal, tornando esse acesso mais autónomo mas ao mesmo tempo informativo, relativamente aos artefactos madeirenses.
[9]	“Associação de Folclore e Etnografia da Região Autónoma da Madeira promove formação”	07/04/2021 DN online https://www.dn.pt/2021/04/07/256889-associacao-de-folclore-e-etnografia-da-regiao-autonoma-da-madeira-promove-formacao visualizado no dia 22/04/2021	Notícia de uma formação não presencial através da plataforma ZOOM, que tem como temática ‘Indumentária Popular Portuguesa – contributos, achegas, considerações e opiniões’	Dinamizar uma formação promovida pela AFERAM, para os elementos de grupos de folclore e a todos os interessados em cultura tradicional.
[10]	“Funchal Folk-Arraial do Mundo alcança certificado nacional”	06/04/2021 DN online https://www.dn.pt/2021/04/06/256861-funchal-folk-arraial-do-mundo-alcanca-certificado-nacional visualizado no dia 22/04/2021	Notícia a certificação do ‘Funchal Folk – Arraial do Mundo’, tornando o mesmo no 12º Festival CIOFF a nível nacional e no primeiro a ter lugar na Ilha da Madeira	“o ‘Funchal Folk – arraial do mundo” traz uma maior dinamização ao funchal, impondo-se como um dos eventos a destacar no rico cartaz turístico e cultural que a cidade tem para oferecer a quem nela vive e a quem a visita”
[11]	“A morte da ‘mãe do folclore’	19/03/2021 DN online	Relembrar a morte da “Loura da Camacha”, Maria Ascensão Fernandes,	“Não são apenas as grandes personalidades políticas, científicas e literárias que

	regional era notícia há 20 anos”	https://www.dn.pt/2021/03/19/254652-a-morte-da-mae-do-folclore-regional-era-noticia-ha-20-anos visualizado no dia 22/04/2021	membro do Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha, que falecera a 19 de março de 2001, sendo conhecida como “embaixadora” da Madeira.	dignificam uma Região. Maria Ascensão era uma mulher que nasceu das raízes do povo madeirense e que dançou e cantou essas raízes”
[12]	“Eduardo Jesus quer que o Folclore Regional faça parte das Festividades de Natal”	16/11/2020 JM online cultura https://www.jm.madeira.pt/palcos/ver/110096/Eduardo_Jesus_quer_que_o_folclore_regional_faca_parte_das_festividades_de_Natal?fbclid=IwAR1BMjuBiEzAtm-YcmfluD4EmZoX5bZcfe8awpNWs6pMkDSmw3CJQSwbnaE visualizado no dia 23/04/2021	Notícia relativamente ao protocolo assinado, que visa o apoio do funcionamento da AFERAM, por parte da SRTC, salientando a sua importância no panorama do Folclore e da Etnografia na Região. Eduardo Jesus (Secretário Regional de Turismo e Cultura) distinguiu o trabalho da AFERAM, “pela defesa que tem feito do património cultural”	Dar a merecida atenção ao trabalho que é desenvolvido pela AFERAM, no que diz respeito à defesa do património do Folclore e Etnografia Madeirense, através de trabalhos de recolha e divulgação dos costumes da “nossa cultura popular”, assim como na contribuição na área da formação promovida pela pós-graduação em Património Cultural Tradicional e Popular.
[13]	“Apenas o que é autenticamente nosso é que nos interessa”	21/10/2020 DN online – 5 sentidos https://www.dn.pt/2020/10/21/83450-apenas-o-que-e-autenticamente-nosso-e-que-nos-interessa/?fbclid=IwAR3xVPw37TJQ-TII4sbW6xDNgZjRDkZ00ZG5IEPm	No decorrer do lançamento do livro e exposição ‘Coberturas de Cabeça’ pela AFERAM, esteve presente o Secretário Regional de Turismo e Cultura, que fez questão “de garantir o apoio do Governo Regional para as próximas publicações da AFERAM”	Este tipo de apoios (privados ou públicos) são essenciais para este tipo de Associações e trabalhos desenvolvidos, pelo que é de extrema importância que se continue a valorizar e preservar a cultura regional, sendo necessários esses apoios. Salienta a necessidade de manter a autenticidade e rigor na preservação de tradições, para que o que vemos hoje em dia, possa

		1MC cliWwVIK2ysXaPw Visualizado no dia 23/04/2021		ser o reflexo “verdadeiro” nos nossos antepassados, graças aos estudos e investigações que são constantemente feitos.
[14]	“GR cria nova linha de apoio à Cultura”	Excerto de notícia disponibilizado pela página de Facebook da AFERAM Madeira. https://www.facebook.com/Aferam/photos/a.1719623724718406/3985051841508905/ visualizado no dia 23/04/2021	Criada uma “linha de apoio excecional e temporária destinada às pessoas singulares e pessoas coletivas sem fins lucrativos do setor cultural e recreativo, com sede na Região” – Linha de Apoio ao sector Cultural, no âmbito da Reorganização e Adaptação ao Contexto da Covid-19.	Este apoio, vem incentivar e estimular o sector cultural e criativo, que possa ter sido afetado pela covid-19, sendo que muitos grupos folclóricos candidataram-se para este, com objetivo de colmatar despesas ou dificuldades, causadas pela pandemia, impossibilitando a atividade prática de muitos grupos que gerariam receitas.

ENTREVISTAS

Número Entrevista	Idade	Género	Localidade	Nível de Escolaridade	Situação Profissional	Relação com o Folclore
Entrevista #1	59 anos	Feminino	Camacha	Licenciatura	Professora na Universidade da Madeira	Responsável por três grupos de folclore. O Grupo Folclórico Infantil da Camacha, o Grupo Folclórico Juvenil da Camacha. O Grupo de Romarias e Tradições da Camacha.
Entrevista #2	58 anos	Masculino	Ponta do Sol	Licenciatura e Pós-Graduação	Enfermeiro Gestor num Centro de Saúde	Bailarino e Diretor do Grupo Folclórico da Ponta do Sol
Entrevista #3	49 anos	Masculino	Machico	Licenciatura e Pós-Graduação	Professor na Escola Básica e Secundária em Machico	Músico no Grupo Folclórico de Machico
Entrevista #4	54 anos	Masculino	Alcanena	Doutoramento	Professor	Presidente da Federação do Folclore Português e Presidente do Rancho Folclórico de Gouxaria - Alcanena
Entrevista #5	62 anos	Masculino	Camacha	12º ano	Funcionário Público numa Escola	Bailarino e Presidente do Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha
Entrevista #6	33 anos	Feminino	Camacha	Licenciatura e Mestrado	Museóloga/Conservadora	Músico e Vice-Presidente no Grupo Folclórico da Casa do Povo da Camacha
Entrevista #7	85 anos	Masculino	Funchal	Doutorado	Aposentado	Antigo Secretário do Turismo e Cultura da RAM
Entrevista #8	47 anos	Feminino	Funchal	Licenciatura e Pós-Graduação	Adjunta do Gabinete do Secretário Regional de Turismo e Cultura da RAM	“Madrinha” do Grupo Folclórico do Rochão