



Sociedade e Cultura

ISSN: 1415-8566

brmpechincha@hotmail.com

Universidade Federal de Goiás

Brasil

Lalande Prista, Marta

Entendimentos e usos de lugar na produção social e na construção social das Pousadas de Portugal

Sociedade e Cultura, vol. 16, núm. 1, enero-junio, 2013, pp. 47-58

Universidade Federal de Goiás

Goiânia, Brasil

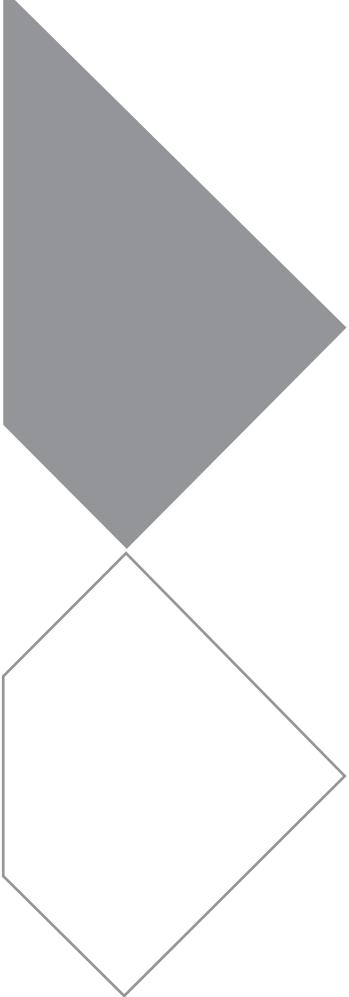
Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70329744006>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

 redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto



Entendimentos e usos de lugar na produção social e na construção social das Pousadas de Portugal

Marta Lalande Prista

Doutora em Antropologia - Universidade Nova de Lisboa

Investidora integrada no Centro em Rede de Investigação

em Antropologia (CRIA/FCSH-UNL)

martaprista@gmail.com

Resumo

Aceitando a ideia de lugar como construção intelectual e social, negociada na pluralidade de atores envolvidos na produção, experiência e representação do espaço, este artigo examina como as Pousadas de Portugal têm participado na territorialização de narrativas de identidade. Criadas em 1939 pelo Estado português, as Pousadas são uma rede de alojamentos turísticos majoritariamente localizados em espaço rural e instalados em edifícios patrimoniais, que fixam e geram narrativas sobre história e tradição em lugares particulares. O trabalho de campo, realizado em diferentes unidades, mostrou, todavia, como essas narrativas informam e são informadas por relações e práticas sociais que, diacrônicas e dinâmicas, se articulam com outras escalas territoriais e outras dimensões simbólicas. Novos valores e interações precisam, por isso, ser considerados na forma como os indivíduos conhecem, vivem e imaginam um lugar na sobremodernidade, constituindo-o por meio da experiência e da representação.

Palavras-chave: turismo, patrimônio, lugar, Pousadas de Portugal.

Introdução

Em Portugal, falar de Pousadas é falar de turismo e patrimônio. Criadas em 1939, as Pousadas são hoje uma rede hoteleira de propriedade estatal, com cerca de meia centena de estabelecimentos espalhados pelo país, majoritariamente instalados em edifícios de valor patrimonial e situados em lugares de anciada tradição cultural. Desenhando um mapa de destinos nacionais, a rede Pousadas fixa e gera narrativas discursivas e materiais sobre a ruralidade e a história, exibindo a reconfiguração dos seus entendimentos ao longo do século XX português. Cada Pousada autoriza, por isso, uma “reterritorialização objectivada da antropologia” e do seu olhar sobre os usos políticos, econômicos e sociais de cultura (Silva, 2004, p. 11).

A longevidade e diversidade da rede Pousadas constituem-na como um catálogo de modalidades de “espacialização” do passado, que localiza física e conceitualmente as suas representações e experiências num espaço particular (Low, 1996). Compreendê-las é, consequentemente, conduzir uma leitura crítica sobre os conflitos e negociações da experiência e representação simbólica de espaços que foram materialmente gerados por contextos sociais, econômicos, ideológicos e tecnológicos específicos. Essa dialogia entre “construção social” e “produção social”

não é, aliás, exclusiva do estudo do espaço. Também nos estudos sobre turismo, consumo e indústria são entendidos como manifestações que interagem e se determinam mutuamente (e.g. Richards, 1996); e a literatura sobre o patrimônio reconhece que este existe pela enunciação de quem detém a autoridade de se pronunciar sobre o passado, mas depende da condensação dos seus valores e significados em práticas e discursos sociais (e.g. Prats, 1997). Foi articulando problemáticas e conceitos sobre turismo e patrimônio que se procurou dar conta da pluralidade de contextos, objetos e vozes que constituíram as Pousadas em representações e experiências de passado. Isso signifcou entender as Pousadas como realizações do poder, mediadas por autoridades disciplinares, investidas de significado por meio da experiência e representadas segundo diferentes escalas de identificação.

Os resultados da pesquisa mostraram que as Pousadas são pensadas e vividas como rede, como lugares e como edifícios por ambas produção e construção sociais, tornando pertinente uma abordagem ao lugar como categoria de representações sociais e como território metodológico no qual a sua espacialização pode ser examinada.¹ O lugar das Pousadas não é, deste modo, entendido como cenário de ação ou a sua metonímia, e sim como uma construção social dinâmica, constituída e constituinte de significados múltiplos, negociados por atores plurais, reconfigurados no tempo e na relação com outras escalas espaciais (Rodman, 1992). Falar dos espaços das Pousadas é, por outro lado, convocar o posicionamento não subjetivo e não individual sobre realidades sociais e territoriais que são, na verdade, irredutíveis à objetividade (Hirsch, 1995).

Com a apresentação de três estudos de caso, este artigo examina diferentes formas como as Pousadas de Óbidos, de Arraiolos e de Santa Maria do Bouro participaram em ativações patrimoniais que informam e são informadas no modo como os indivíduos vivem, conhecem e imaginam os lugares, estando por isso imbricadas na construção dos seus sentidos (Feld; Basso, 1996). Os discursos e práticas da produção e construção social das Pousadas mostram, todavia, como diferentes valores e significados do patrimônio foram mobilizados no entendimento dos lugares e suas identidades. Se, em Óbidos, a vinculação do lugar às dimensões identitárias, históricas e relacionais entre espaço e indivíduos concretiza o posicionamento e a projeção do local no seu exterior, em Arraiolos essas dimensões são pensadas em relações territoriais mais amplas, e, no Bouro, é o posicionamento do local no global que suporta a dimensão simbólica de

um lugar, cuja ativação patrimonial remete para valores mais estéticos e individuais, do que históricos e relacionais.

Pousadas como expressão da paisagem nacional

Não é possível compreender a construção do lugar como dimensão simbólica e espacial das Pousadas no exterior do projeto nacionalista do Estado Novo português (1933-1974). Herdando uma concepção romântica de identidade nacional alicerçada na tradição popular, o nacionalismo oficial produziu uma ideia da nação como entidade natural e contínua no tempo e no espaço, representada e validada por objetos selecionados da ancestralidade e da ruralidade (Leal, 2000). Essa “objetificação da cultura” (Handler, 1988) constituiu o mundo rural na herança dos portugueses: uma paisagem que evocava e preservava a memória da nação. Ao Estado cabia revelar o nacionalismo como imperativo da história e fator de desenvolvimento nacional (Melo, 2001).

Nessa empresa, o passado era um repositório de ensinamentos morais e materiais formalizados e exibidos por uma política cultural que foi conduzida pelos dois pilares da propaganda oficial. A Direção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais (DGEMN) restaurava os testemunhos icônicos da história nacional para instruir o povo no valor nação e garantir o papel do Estado como seu timoneiro (Neto, 2001). O Secretariado de Propaganda Nacional (SPN)² concretizava uma sensibilidade pastoral na seleção, saneamento e esteticização de elementos do universo popular que compuseram um repertório de portugaldade (Leal, 2000). Produzido pelas elites intelectuais e artísticas, esse repertório informava as práticas de consumo das classes médias, inspirando o povo à sua redescoberta (Alves, 2007). Nessa “nacionalização do gosto”, o turismo era um veículo privilegiado. Afirma Löfgren (1989) que as nações precisam de um repertório simbólico que confira coesão e distinção a representações internas e reconhecimento e legitimização a partir do exterior, uma espécie de “agência de marketing” que seleciona, classifica, fixa e relocaliza a cultura nacional. Foi à imagem de um país rural que o Estado Novo propôs um turismo nacional em que tradição, ruralidade pitoresca, artesanato e folclore constituíam a alternativa ao cosmopolitismo urbano e à cultura erudita da vilegiatura internacional (Ferro, 1949). As Pousadas foram uma de suas expressões.

1. A investigação decorreu entre 2006 e 2011, financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (SFRH/BD/27556/2006).

2. Em 1944, o SPN torna-se Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI).

Integrando o Plano de Realizações do Duplo Centenário,³ o programa Pousadas foi lançado em 1939 e mostrava como ser português, ao providenciar “espaços materiais” capazes de configurar os “espaços mentais” a que simultaneamente se reportavam (Connerton, 1999). Cinco Pousadas foram construídas junto aos principais itinerários rodoviários, como “cartões postais” da paisagem nacional (Paulo, 1994). Funcionavam como “casas de campo” (Ferro, 1949), nas quais a hospitalidade popular e a gastronomia tradicional prometiam uma experiência de “domesticidade rural” (Prista, 1995). Construídos segundo o léxico arquitetônico do movimento da Casa Portuguesa, os edifícios evocavam o imaginário da nação, mediante a seleção e esteticização de traços da arquitetura popular. No interior, a ruralidade era encenada pelos valores plásticos da arte popular. As Pousadas continham, deste modo, uma intenção pedagógica que propunha a harmonia entre paisagem natural e cultural como retorno ao bom gosto e à honestidade da forma de viver nacional. Protagonista da obra, o Secretário do SPN António Ferro chamar-lhes-ia “romances inocentes, suaves da paisagem portuguesa” (1949, p. 115).

Mas paisagem não é lugar, nem lugar é parte material ou mental de paisagem. Para Tim Ingold (1993), lugar é a corporização da paisagem, numa relação particular entre espaço e indivíduos, construída sobre e pelas suas experiências. Se o afastamento físico entre as primeiras Pousadas e a vida popular rural cerceou a corporização dessas relações em lugares particulares, já a sua objetificação de uma “paisagem nacional” enraizou um sentido de portugaldade que conduziu à representação das Pousadas como lugares da história e da tradição nacionais e inspirou a inauguração de uma unidade no Castelo de Óbidos, em 1950.⁴

O potencial retórico de um castelo, cuja conquista recuava à fundação da nação, e de um tecido social rural e popular levou o Estado à produção da vila de Óbidos como destino turístico capaz de doutrinar o país nos valores do nacionalismo oficial (DGEMN, 1952). As campanhas de restauro da DGEMN⁵ re-

construíram o núcleo amuralhado como “metáfora visual” da nação (Gonçalves, 1996), mediante a aprovação, reinvenção e exibição de testemunhos materiais condizentes com a narrativa histórica oficial. Autarquia e Secretariado assistiram à intervenção, animando o projeto turístico de uma aldeia medieval e pitoresca, que anuncia o entendimento de tradição pelo Estado Novo como uma “lição de história, ou seja, uma forma peculiar de história popular” (Melo, 2001, p. 47). O tecido urbano de Óbidos foi depurado e esteticizado à luz de uma ruralidade estética e moral, por políticas que condicionaram a continuidade das populações rurais na vila e tornaram o destino atrativo à fixação e vilegiatura das elites políticas e artísticas da capital (Ganhão, 2009).⁶ Foi nesse contexto que o SNI inaugurou uma Pousada no paço do Castelo, cuja promessa de audiência encorajou a reconfiguração da economia local, tornando o turismo numa alternativa de emprego para uma região deprimida pelo fechamento das indústrias e pelas contrariedades das atividades econômicas tradicionais.⁷

Ao assinalar a produção de Óbidos como destino turístico e nacional, a Pousada do Castelo constituiu uma “ativação patrimonial” – uma narrativa discursiva e material sobre o passado, capitalizada em arenas simbólicas, políticas e econômicas (Prats, 1997). A autoridade da cultura material como comprovativo de passado (Lowenthal, 1985), a autoridade do poder simbólico na enunciação da sua autenticidade (Bourdieu, 2001) e a autoridade do gosto das elites (Bourdieu, 2007) estimularam investimentos que acabaram por conduzir à formalização de uma “economia cultural” (Dicks, 2003).

Essa estratégia de exibição da história e da tradição tornou o passado visitável e ofereceu a cultura para consumo lúdico e cognitivo. Repertórios e narrativas foram sendo atualizados e ampliados como resposta ao crescimento e transformação da prática turística nos anos 1980 e 1990, gerando uma especulação econômica e a massificação da procura, que acentuou a terciarização e a desertificação da vila.⁸ Esses processos tornaram-se fator desprestigiante para

3. O Duplo Centenário da Fundação e da Restauração da Nacionalidade (1940) foi celebrado por diversas iniciativas, das quais se destaca a Exposição do Mundo Português.

4. A Pousada de Óbidos foi a primeira unidade instalada num monumento nacional, tendo reacomodado o protótipo da rede inaugurado em 1940 (Estalagem do Lidor). É a única a registrar taxas de ocupações superiores a 90%, e o seu Castelo foi eleito uma das 7 Maravilhas de Portugal, em 2007.

5. As campanhas de restauro da DGEMN alargaram-se a todo o país e produziram a grande maioria do que é hoje o patrimônio arquitetônico histórico de Portugal.

6. Por exemplo, proibição de animais dentro da vila, regulamentação da indumentária, obrigatoriedade de caiação e conservação do edificado, notícias na imprensa e documentários.

7. Entrevistas realizadas durante o trabalho de campo em Óbidos, em 2007.

8. Por exemplo, reconfiguração do comércio local, festivais de música, bienais de artes, conversão de monumentos em equipamentos culturais.

Óbidos, ao democratizar o seu consumo e deslocalizar o quotidiano de populações para fora de uma vila que os moradores aparentam a “uma espécie de museu”, uma “Disneylândia” e uma “loja do cidadão”;⁹ mas reforçaram um valor local, ao ampliarem relações com o exterior e assim enfatizarem um sentido de lugar que foi investido por dinâmicas culturais e turísticas desenhadas em função de um contexto global (cf. Silvano, 1998).

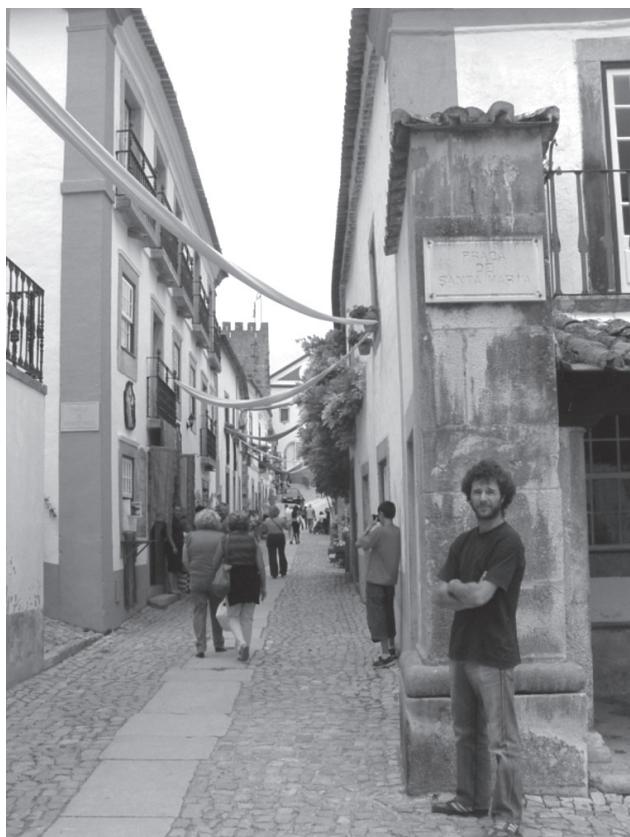


Figura 1 – Rua Direita, vila de Óbidos, 2007

Fonte: Fotografia tirada pela autora.

Em 2001, uma nova autarquia reenquadrou os processos de mercadorização da cultura em Óbidos nas estratégias de desenvolvimento municipal, com vista ao benefício de todo o concelho (Faria, 2007). Reabilitações no patrimônio urbano e arquitetônico, os festivais temáticos, o envolvimento das populações nos eventos turísticos, a inclusão em redes nacionais de monumentos, de ensino e de investigação, e a captação de investimentos imobiliários conduziram a vila num projeto de desenvolvimento que reacomodou o passado em lógicas modernas de atuação cultural, social e econômica, a que Fortuna (1997) chamou de um processo de “destradicionização”. A cultura tornou-se recurso e produto competitivo de Óbidos, permitindo-lhe posicionar-se numa indús-

tria de turismo global cada vez mais profissionalizada e espetacularizada no quadro de uma sociedade de consumo (Craik, 1997).

Se o patrimônio centraliza as narrativas de lugar da produção social do destino de Óbidos, não menos importante é o seu valor na experiência turística e na representação local. Essa narrativa é, contudo, envolta em tensões sociais que sugerem oscilações nos entendimentos e usos do passado pelos diferentes atores sociais. Para os hóspedes da Pousada, ficar em Óbidos é “dormir no castelo” de uma vila medieval, salvaguardada e habitada até hoje. A Pousada é parte de um patrimônio urbano cuja tangibilidade arquitetônica comprova a autenticidade e cuja vida social confirma a continuidade. Como outros turistas de patrimônio, os hóspedes consumem o lugar como um “bem da história” (Richards, 1996).

É, assim, ténue a distinção entre as três dimensões simbólicas e espaciais que genericamente organizam o consumo dos clientes da rede Pousadas, numa correlação entre experiências de autenticidade, história e distinção social, e os lugares, edifícios e rede Pousadas, respectivamente. Essa dissolução não é alheia ao modo como o município pretere repertórios da tradição na mercadorização do passado nem à deslocalização dos recursos materiais, gastronômicos e humanos da Pousada, pela nova gestão da rede.¹⁰ Mas se é uma dissolução que reflete a atual “popularização da história” (Groot, 2009) que a constitui objeto de consumo, moda e conhecimento e confere estatuto social a práticas democratizadas de entretenimento, simultaneamente, ela recupera uma ligação entre elites e patrimônio (McCracken, 1988) no alojamento da Pousada do Castelo, ao diferenciar os modos de apropriação do capital cultural local pelos seus hóspedes. Essa diferenciação confirma o turismo como prática de distinção social (Butler, 1992) e imprime um capital no lugar, ao conferir qualidades sociais e culturais aos seus atributos estéticos e históricos (Richards, 1996).

Embora o primado do “tempo monumental” sobre o “tempo social” nos discursos dos atores políticos e turísticos locais sobre o passado tenda a ser alvo de antagonismo por parte dos discursos populares (Herzfeld, 1991), em Óbidos esse posicionamento tem de ser relativizado na forma como o patrimônio suporta a construção social do lugar. A mercadorização da história trouxe à vila novos turistas e agentes turísticos que monopolizam a indústria local, exacerbando um sentimento social de exclusão. Esses atores controlam a economia, impedindo o agenciamento de identidades na comercialização local da hospitalidade e cultura, mas desempenham, simultaneamen-

9. Entrevistas realizadas durante o trabalho de campo em Óbidos, em 2007.

10. A gestão da rede Pousadas foi concessionada a uma empresa privada em 2003.

te, uma autoridade disciplinar sobre cultura e passado que inspira as suas representações sociais. É neste sentido que a presença diária de forasteiros em Óbidos parece dificultar a performance de identidades que a audiência turística propicia (cf. Abram; Waldren, 1997), mas informa o modo como a população se revê “patrimônio vivo” da vila.

Aceitando a relação entre turismo e patrimônio na construção social do lugar, o que muitos habitantes de Óbidos recusam é a dissociação atual entre as trocas econômicas e sociais turísticas e os tecidos sociais e econômicos locais. Ecoam assim a importância que Ingold (1993) confere ao conjunto de inter-relações entre atividades humanas simultaneamente técnicas e sociais na corporização da paisagem num lugar particular. Nesse discurso, o turismo é socialmente construído como uma tradição cujo desejo de continuidade é revelador da modelação do passado pelo presente e mostra a mútua implicação entre o quotidiano da vida social e a sua representação idealizada, no processo cultural no qual os lugares ganham significado (Hirsch, 1995). As populações mobilizam, assim, uma “vernacularização do passado” que dialoga com a mercadorização oficial da história na produção de um “localismo cultural” que negocia o posicionamento de Óbidos num espaço global (cf. Peralta, 2006).

Lugar como valor nas Pousadas

De fato, o turismo é hoje uma prática intrínseca à forma como Óbidos é vivido e imaginado; é parte constituída e constituinte da experiência e representação da vila que lhe confere um sentido de lugar (cf. Feld; Basso, 1996). Essa relação é indissociável do modo como o destino tem sido produzido, mas as estratégias e táticas sociais que investem significados no lugar confirmam que este não é realização exclusiva de poder, e sim uma negociação de atores com visões, poderes e interesses diferentes na proposição de uma narrativa de identidade (Prats, 1997). As disputas sobre a relação entre turismo e patrimônio na vila de Óbidos confirmam a pertinência de considerar as dimensões espaciais de práticas e representações culturais. A história ulterior das Pousadas confirma que essas dimensões não só não se esgotam em relações locais, como podem ser principalmente desenhadas pelas relações entre local e global.

A moderação ideológica e a modernização estrutural do Estado Novo português, após a Segunda Guerra Mundial, tornaram o país permeável a novas conceções de turismo (Pina, 1988) e a modalidades

de representação da cultura e identidade nacionais (Leal, 2000). Essas reconfigurações enfraqueceram os investimentos retóricos nas Pousadas até os anos 1980, quando suavizada a crise política, econômica e social que precedeu e sucedeu a instauração da 3ª República Portuguesa (1974). Mas os valores culturais e sociais entretanto impressos pelo poder simbólico na rede acabaram por garantir-lhe como imagem de marca de um turismo nacional e diferenciado, também no contexto democrático do país.

Quando um novo plano de Pousadas foi lançado em 1989, a produção social desses estabelecimentos configurava-se, porém, em novos quadros sociais e culturais. A entrada de Portugal na Comunidade Europeia (1986) facilitou novos fluxos migratórios, que acentuaram a depressão rural, mas tornaram o território elegível a incentivos financeiros que foram capitalizados por investimentos simbólicos e econômicos no espaço rural, num tempo marcado pela reconfiguração de escalas nas identidades nacionais (Cabral, 1991). A desruralização suscitou uma reconceitualização de categorias de cultura e a europeização atingiu um fascínio pela modernidade, desautorizando a cultura popular como signo de identidade nacional e ativando-a na esfera das identidades locais e regionais (Leal, 2010). Novos entendimentos de passado alargaram o patrimônio no tempo e no espaço e a sua enunciação democratizou-se numa multiplicação de manifestações e expressões (Lowenthal, 1998). A representatividade do patrimônio sobrepondo-se à autenticidade da história, e a natureza autoritária dos objetos e templos do passado deram lugar à promoção da sua experiência sensorial e lúdica (Kirshenblatt-Gimblett, 1998).

Turismo e patrimônio tornaram-se, nesse contexto, estratégias privilegiadas para revitalizar as economias e comunidades dos campos. Surgiram novos produtos em espaço rural que ofereceram ambientes domésticos integrados na natureza e nas tradições regionais para o consumo de um “ideário do tipo pastoral” (Silva, 2009). Detentoras de novos capitais econômicos e intelectuais, as classes médias concretizaram aspirações sociais no consumo desses produtos, até então exclusivos das elites, o que Urry (1990) chamou de uma “democratização da viagem”. Evitando a sua trivialização, as Pousadas reconfiguraram modos de espacializar o passado e, assim, atualizaram uma distinção com um *outro* turismo em espaço rural.

Oficialmente anunciadas como “*outdoor* que o Estado tem para divulgar [...] e dar a conhecer as micro-culturas regionais”,¹¹ as Pousadas tornam-se marcadores de lugares que prometiam a experiência de tradição e história. Respondiam, assim, às ansiedades identitárias colocadas pela “anomia” da sociedade

11. Entrevista com antigo administrador da rede Pousadas, 2007.

moderna e urbana (Dann, 1977), ao mesmo tempo que criavam um sentido de “hereness” (Kirshenblatt-Gimblett, 1998) capitalizável em arenas econômicas, sociais e culturais por lugares ameaçados pela desruralização e desertificação dos campos. A adaptação de monumentos a Pousadas foi, contudo, projetada por arquitetos renomados, convidados a conferir-lhes uma imagem e usos modernos. Produziram-se então espaços históricos concebidos pela modernidade, onde paisagem e tradição são exibidas quase museologicamente, numa comunhão de três dimensões do patrimônio – natureza, história e inspiração criativa (Prats, 1997). Nessas novas Pousadas, como se referiu uma hóspede, pode-se “encher os olhos e encher a alma”.

Uma dessas unidades é a Pousada de Nossa Senhora da Assunção em Arraiolos. Desde a década de 1940 que freguesia e vila vinham assistindo a um agravamento da depressão demográfica e econômica.¹² Quando o Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) apoiou a profissionalização da indústria local dos Tapetes de Arraiolos (1986) e as Pousadas anunciaram a instalação de uma unidade na vila (1990), patrimônio e artesanato locais ganharam visibilidade e impulsionaram uma ativação patrimonial manifesta na abertura de estabelecimentos de comércio, restauração e alojamento, na implementação de medidas de salvaguarda do patrimônio histórico e na promoção das tradições locais.¹³ Mas, recordou Rodman (1992), os lugares são politizados, culturalmente relativos e historicamente específicos. Entre Óbidos e Arraiolos há uma distinção que não é só temporal e espacial, mas também ideológica e comprometida com novos entendimentos de turismo e da cultura como seu recurso, produto e experiência. O que as expectativas, representações, estratégias e experiências dos vários atores envolvidos na produção e construção social do destino Arraiolos mostraram foi a ascendência da formulação moderna de “formas alternativas de turismo” (Smith; Eadington, 1992), como prática consistente com os valores naturais e culturais locais e facilitadora de trocas econômicas e sociais positivas entre populações e visitantes.

Informados pelo debate científico e institucional sobre os impactos sociais, econômicos e ambientais do turismo (cf. Wall; Mathieson, 2006), os agentes políticos e turísticos locais encararam o turismo como atividade complementar à economia tradicional no combate à desertificação e desruralização do lugar (CMA, 2005).¹⁴ As intervenções nos diferentes setores

de atividade não foram, porém, capazes de reverter o cenário sociodemográfico.¹⁵ Populações, agentes políticos e turísticos explicam-no pela proximidade e dependência de outras vilas e cidades. Embora Arraiolos dispusesse de monumentos históricos e tradições gastronômicas e artesanais, estes eram abafados pelo extenso patrimônio arquitetônico de Évora e Estremoz e pela deslocalização e reterritorialização da cozinha local, no quadro regional, e da tradição dos tapetes, no contexto nacional. Os atores locais falam ainda de uma crescente mobilidade espacial e acesso a meios de comunicação que reorganizam as práticas de consumo, atividades econômicas e sociais das populações entre Arraiolos e a região. Obrigam, assim, a pensar em lugares e identidades como realidades diacrônicas e dinâmicas em articulação com outras escalas territoriais e simbólicas (cf. Silvano, 1998).

Essa reestruturação das práticas e representações sociais das populações de Arraiolos no quadro regional ressoa na associação entre vila e região no consumo turístico do lugar. “Eu gosto muito do Alentejo” é a pronta resposta de muitos hóspedes da Pousada questionados sobre a motivação da estadia. Arraiolos é parte de um repositório mais vasto de nacionalidade – o Alentejo – que constitui uma “paisagem intermédia” (Tuan, 1974), onde a natureza e a atividade humana dialogam na promessa de uma experiência de tradição. Nessa paisagem, é possível aceder a catálogo da ruralidade, uma espécie de “check-list” simbólica (Löfgren, 1989), em que arquiteturas popular e monumental, gastronomia, artesanato, festividades e idiossincrasias confirmam a existência e o caráter de uma cultura regional. O consumo dessa cultura é enriquecedor de capitais intelectuais e concretizador de sentidos de identidade (Dann, 1977), mas porque autenticidade e modernidade deixaram de ser construções dicotômicas, ele pode ser cumprido na sua representação (Cohen, 1995). O que se observou em Arraiolos foi precisamente que o consumo do lugar era pensado como experiência do Alentejo e esta era possível de realizar com a estadia na Pousada. O estabelecimento oferece uma gastronomia de inspiração regional, uma hospitalidade profissionalizada e um espaço histórico e contemporâneo desenhado como uma janela sobre a paisagem natural e humanizada de Arraiolos. Garante, por isso, uma experiência moderna e sofisticada de ruralidade que diferencia a estadia na Pousada no quadro mais amplo do turismo em espaço rural.

12. Estatísticas disponíveis em: www.ine.pt

13. Festivais Mostra Gastronómica e O Tapete está na Rua, criação do Centro para a Promoção e Valorização do Tapete de Arraiolos, Regulamento Municipal de Urbanização e Edificação, Concurso Público de Ideias para a Requalificação do Castelo.

14. Paralelamente, a autarquia apoiou coletividades locais, implementou projetos educativos nas áreas da tecnologia e literatura, criou uma zona industrial, inaugurou um cineteatro, uma biblioteca e um pavilhão desportivo, entre outras iniciativas.

15. Estatísticas disponíveis em: www.ine.pt

Modernidade e distinção são hoje dois valores centrais à experiência Pousada que as libertam dos locais, sem prescindir dos significados da história e da tradição, e as convertem num destino turístico e numa atração cultural em si. Não atraem apenas os seus hóspedes, mas também populações locais que, em dias de celebração ou visita de familiares, exercitam capitais intelectuais e sociais no consumo da Pousada como um bem cultural contemporâneo, que contém mas se emancipa dos significados mais históricos e rurais dos seus repertórios. Se o caso de Óbidos remete para uma ativação turística e patrimonial com forte expressão local, que privilegiou o lugar como referente de construções de identidade, em Arraiolos as relações do lugar com o exterior são mais evidentes e refletem-se quer na forma como o lugar é pensado e vivido em osmose com a região, quer em práticas sociais locais que são mediadas por dinâmicas culturais e territoriais modernas e globais.

Pousada como valor no lugar

Uma terceira Pousada mostra ainda como um sentido de lugar pode constituir e ser constituído no exterior das dimensões identitárias, históricas e relacionais que configuram o “lugar antropológico” de Augé (1994). Como a unidade de Arraiolos, a Pousada de Santa Maria do Bouro foi produzida no quadro das políticas de fomento rural que promoviam o patrimônio e o turismo como motores de desenvolvimento social e econômico. A sua inauguração prenunciava, portanto, uma melhoria das condições de vida locais, por via da especulação gerada pelo advento do turismo. Todavia, apesar de essa especulação ter originado a elevação do Bouro a vila, foram exíguos outros investimentos simbólicos, infraestruturais ou econômicos no lugar,¹⁶ e os indicadores sociodemográficos e urbanísticos mantiveram-se desfavoráveis e inferiores à média regional.¹⁷ Poder local e populações explicam essa escassez num turismo regional que é motivado pelas atrações termais do concelho vizinho, pelas atrações históricas da capital de distrito, e pelas atrações naturais e culturais de uma paisagem serrana comunitarista que possui um lugar hegemônico em narrativas de identidade regionais (cf. Polonah, 1985), das quais se excluem.

Esse não-discurso sobre uma identidade local ressoa na produção material da Pousada do Bouro

como depoimento de modernidade, e não de passado. Muito embora a história do mosteiro recue à fundação da nação, o seu valor patrimonial é moderado pela extensão do patrimônio religioso e militar regional e pela integração do edifício na vida quotidiana local, após a sua dessacralização em 1834. Apesar de classificado Monumento Nacional em 1958, o edifício manteve-se em estado de abandono e arruinamento, tendo sucessivamente sido apropriado para fins agrícolas e para o funcionamento de serviços administrativos, escolares e lúdicos locais (Brandão, 2001). Essa ruína viva inspirou o arquiteto do projeto da Pousada, Eduardo Souto de Moura, a “servir-se das pedras disponíveis, para construir um novo edifício”. Defendendo a autonomia da disciplina, Souto de Moura preteriu a “autoridade da história” e abandonou uma “arquitetura da verdade” que conferisse inteligibilidade aos tempos presente e passado da intervenção, para desenhar uma ruína nostálgica e moderna.¹⁸ Neste processo, a história foi dotada de uma “segunda vida” (Kirshenblatt-Gimblett, 1998) como exibição de si mesma, mas os seu significados particulares foram afastados pela suspensão do tempo.



Figura 2 – Pátio da Pousada de Santa Maria do Bouro, 2009

Fonte: Fotografia tirada pela autora.

16. Reduziram-se à abertura de uma farmácia e alojamento turístico (a 4 km), transformação de loja de móveis em restaurante e revitalização da festa da padroeira.

17. Estatísticas disponíveis em: www.ine.pt

18. Entrevista realizada com Souto de Moura, em 2009.

O resultado foi a construção da Pousada do Bouro como obra de arquitetura contemporânea, que traduz a emergência de novos intermediários culturais na produção e consumo da cultura. A reprodução do gosto da classe dominante deixou de ser hegemônica numa sociedade em que novos atores elaboram e reformulam significados culturais, agenciando os seus capitais intelectuais e artísticos (Bovone, 1997). No caso das Pousadas, importa considerar três aspectos desse processo: primeiro, há um conjunto de gestores, jornalistas, arquitetos e artistas que enunciam e objetificam o passado e a cultura nas Pousadas, participando na “popularização da história” (Groot, 2009). Segundo, esses intelectuais constroem o conhecimento e a aptidão cultural como capital social, por meio de uma intelectualização e profissionalização de práticas de turismo (Munt, 1994) que dá continuidade aos seus estilos de vida urbanos, modernos e geralmente entrelaçados com as indústrias culturais (Richards, 1996). Terceiro, não só a arquitetura foi socialmente reconhecida como produto e produção de cultura, por força de investimentos na sua mediatação e representatividade (Gadanho, 2010), como o patrimônio arquitetônico é uma expressão privilegiada da esteticização do tempo que dá voz ao fascínio moderno pela historicidade (Fortuna, 1995).

Muito embora, à semelhança do que ocorre em Arraiolos, os discursos dos hóspedes do Bouro sobre o lugar remetam a representações do Minho como repositório de identidade nacional, nem a vila de Santa Maria do Bouro é entendida como sua expressão, nem a experiência da Pousada realiza essa motivação. O móbil da estadia é “ficar na Pousada”, “viver isto, mais do que fora disto”, diz um hóspede. Aqui, os indivíduos exercem competências artísticas, adquiridas profissional ou socialmente no modo como se apropriam e entendem o espaço arquitetônico, e estas são reveladoras de uma disposição estética que lhes confirma capitais sociais elevados (cf. Bourdieu, 2007). Produzida na suspensão do tempo e consumida *per si*, a Pousada do Bouro convoca a ideia de “desterritorialização do patrimônio” que Fortuna (1997) alinhou aos processos de destradicalização. Embora o investimento simbólico e econômico no patrimônio do Bouro se extinga no mosteiro e a vila esteja longe de ser uma cidade, a Pousada é mobilizada como recurso local, num processo que sobrepõe a materialidade simbólica à estrutural e que remete para solidariedades sociais e significados culturais mais vastos. São essas dinâmicas que adquirem visi-

bilidade nos discursos locais sobre o lugar e na apatia sobre a história e a tradição como dimensões de identidade e de representação locais.

Para as populações do Bouro, o mosteiro é um monumento entre os tantos que existem na região.¹⁹ A adaptação da Pousada gerou algum desconforto, na medida em que desapossou a comunidade de uma área que é preciosa em território montanhoso: “Agora ficamos muito mais limitados em termos de espaço, porque o espaço melhor é deles”.²⁰ Mas esse sentimento é amenizado pela satisfação com o restauro da ruína e o prestígio social de “ter cá todas aquelas figuras públicas”.²¹ A finalidade turística da reabilitação não é especialmente contestada, mas também não gera investimentos na construção social de um destino. Por um lado, o Bouro é entendido como “lugar de passagem” entre a cidade e a serra; por outro lado, a retórica do turismo como desenvolvimento ecoa os discursos intelectuais e políticos atuais sobre os impactos negativos da sua industrialização (cf. Wall; Mathieson, 2006). Essa consciência social, informada no turismo regional, na crescente mobilidade espacial e no acesso à informação dos atores locais, revela uma narrativa de não-identidade sobre um lugar cujas populações afirmam não ter tradição artesanal ou gastronômica própria nem atrações naturais e históricas.

As populações do Bouro reconhecem, contudo, que a Pousada “colocou a vila no mapa nacional”, desenhado duplamente pela rede hoteleira e pela cultura arquitetônica.²² Muitos indivíduos revelam, ainda, um discurso informado sobre turismo, patrimônio e arquitetura, que mostra como a produção e o consumo da Pousada do Bouro o dotaram de recursos intelectuais e sociais capitalizáveis na reconfiguração de desigualdades sociais, nomeadamente as proporcionadas pelos encontros turísticos (cf. Herzfeld, 1991). Neste sentido, a Pousada é um capital simbólico do lugar do Bouro. Erik Cohen (1995) afirmou que o turismo é o consumo de uma ideia de “placeness” que a modernidade ameaça de desdiferenciação com estratégias culturais e econômicas globais. Atrações turísticas naturais e culturais tendem a ser substituídas por atrações artificiais e construídas, afirma. O autor não considera, porém, que estas últimas sejam destituídas de significado, mas sim que este tem de ser recolocado no novo “ethos” turístico. Num outro ângulo, essas atrações têm vindo a ser enfatizadas como produções artísticas e culturais com renovado fôlego nas políticas sociais e econômicas urbanas, por força das dimensões éticas, estéticas e simbólicas da cidade

19. Entrevistas realizadas durante o trabalho de campo, em 2009.

20. Entrevistas realizadas durante o trabalho de campo, em 2009.

21. Entrevistas realizadas durante o trabalho de campo, em 2009.

22. Entrevistas realizadas durante o trabalho de campo, em 2009.

(Abreu; Ferreira, 2003). São precisamente essas dimensões que lugar e Pousada do Bouro promovem ao dessacralizar a história na produção do patrimônio, ao relativizar o turismo como performance de identidade e afastar-se das dimensões históricas, identitárias e relacionais do lugar. Realizam, assim, o seu sentido em dinâmicas territoriais e simbólicas mobilizadas no seu exterior e assinaladoras de um projeto local de modernidade, que passa ao largo de narrativas sobre o passado.

Nota final

Os estudos do turismo e do patrimônio fornecem quadros conceituais e empíricos úteis à reflexão sobre o lugar como entidade construída na “multivocalidade” e “multilocalidade” (Rodman, 1992). O turismo não é só um fenômeno que reterritorializa os temas da antropologia (Silva, 2004), mas prática articulada com estruturas físicas, econômicas, sociais e culturais, locais e globais, cuja singularização é artificial (Wall; Mathieson, 2006), mas objetifica narrativas de diferença, inclusão e exclusão em lugares, repertórios e indivíduos particulares (Abram; Waldren, 1997). Também o patrimônio é aceite construção intelectual que anuncia relações mais abrangentes do homem com o passado (Lowenthal, 1998), nomeadamente porque enunciado por autoridades narrativas, mas cumprido na capacidade de condensar significados em práticas e discursos sociais (Prats, 1997). Turismo e patrimônio evidenciam, assim, a pertinência em repensar o lugar, construído social e intelectualmente, como categoria analítica que espacializa tensões e negociações entre diferentes representações de identidade e suas experiências simbólicas.

É a sua pluralidade e potencialidade que as Pousadas mostram ao ativar patrimônios locais e assinalar destinos turísticos. Os casos apresentados ilustram diferentes concepções e agenciamentos de lugar por parte de atores com poderes e interesses distintos na proposição de uma versão de cultura e passado. Na produção das Pousadas, o lugar foi criado (Óbidos),

promovido (Arraiolos) e desinvestido (Bouro) como expressão de história e tradição. Na sua construção social, as Pousadas revestem-se de significados e valores que são apropriados e ressocializados na relação dos lugares com o exterior, mas ali espacializados. Óbidos, Arraiolos e Bouro não esgotam as relações entre indivíduos e lugares na produção e consumo das Pousadas. Mas ilustram como se podem repensar dimensões culturais e identitárias particulares a partir das formas espacializadas das suas representações e experiências.

Entre Óbidos e o Bouro há, todavia, diferenças expressivas nos usos e entendimentos do passado que convocam a distinção conceitual entre lugar antropológico e não-lugar de Marc Augé (1994) e merecem particular atenção. O advento do turismo e do patrimônio na vila medieval é um fenômeno indissociável de um sentido de lugar construído sobre uma paisagem histórica e tradicional, objetificada pela muralha e castelo, de que a Pousada é signo. Já no Bouro, Pousada e vila parecem coexistir de forma alienada no quotidiano e os discursos sobre o lugar são pouco históricos e identitários. Há motivos objetivos para essa distinção que podem ser localizados no tempo e no espaço. As morfologias urbanas, a localização geográfica, as ideologias políticas e as culturas estéticas que precederam as intervenções são aspectos fulcrais. Todavia, essa distinção não se assenta na existência e na ausência de dimensões simbólicas nas relações entre lugares, indivíduos e o que está para além deles. Como afirma Geertz (1996), todos vivem num lugar mais ou menos imaginado, mais ou menos localizável. Lugar é uma entidade constituída e constitutiva das experiências sociais e representações culturais. Mesmo a proposta de “não-lugar” de Augé (1994), como anulação das dimensões identitárias, históricas e relacionais entre espaço e social pela superficialidade, velocidade e anonimato da sociedade contemporânea, é relativizável. Afinal, também as práticas culturais, as relações sociais e as conexões espaciais que caracterizam a modernidade informam e são informadas pelo modo como os lugares são apropriados, imaginados e vividos, numa construção do seu sentido e existência (cf. Feld; Basso, 1996).

Referências

- ABRAM, Simone; WALDREN, Jacqueline. Introduction. In: ABRAM, Simone; WALDREN, Jacqueline; MACLEOD, Donald (Eds.). *Tourists and Tourism: Identifying with People and Places*. Oxford: Berg Publishers, 1997.
- ABREU, Paula; FERREIRA, Claudino. Apresentação: a cidade, as artes e a cultura. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n. 67, p. 3-6, 2003.
- ALVES, Vera Marques. "Camponeses estetas" no Estado Novo: Arte Popular e Nação na Política Folclorista do Secretariado da Propaganda Nacional. Tese (Doutorado em Antropologia). Departamento de Antropologia do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE). Lisboa, 2007.
- AUGÉ, Marc. *Não-Lugares*: Introdução a uma antropologia da sobremodernidade. Venda Nova: Bertrand Editora, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Oeiras: Difel, 2001.
- BOURDIEU, Pierre *A Distinção*: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007.
- BOVONE, Laura. Os Novos Intermediários Culturais: Considerações sobre a cultura pós-moderna. In: FORTUNA, Carlos (Org.). *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras: Celta, 1997.
- BRANDÃO, Mariana Viterbo. *Pousadas de Portugal*: Três Casos de Estudo. Tese (Mestrado em História da Arte). Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Porto, 2001.
- BUTLER, Richard. Alternative Tourism: The Thin Edge of the Wedge. In: SMITH, Valene; EADINGTON, William (Eds.). *Tourism Alternatives*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1992.
- CABRAL, João de Pina. *Os Contextos da Antropologia*. Lisboa: Difel Difusão Editorial, 1991.
- CMA - Câmara Municipal de Arraiolos. *Plano de Ação da Agenda XXI Local de Arraiolos* – Versão para discussão pública. Arraiolos: Câmara Municipal, 2005.
- COHEN, Erik. Contemporary tourism – trends and challenges. In: BUTLER, Richard; PEARCE, Douglas (Eds.). *Change in tourism*. Londres: Routledge, 1995.
- CONNERTON, Paul. *Como as sociedades recordam*. Oeiras: Celta Editora, 1999.
- CRAIK, Jennifer. The Culture of Tourism. In: ROJEK, Chris; URRY, John (Eds.). *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. Londres: Routledge, 1997.
- DANN, Graham. Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 4, n. 4, p. 184-194, 1977.
- DGEMN - Direcção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais. *Castelo de Óbidos. Boletim da Direcção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais*, Lisboa: MOP, 1952. p. 68-69.
- DICKS, Bella. *Culture on Display*: The Production of Contemporary Visitability. Londres: Open University Press, 2003.
- FARIA, Telmo. Editorial: Discurso Feriado Municipal 2007. *RIO – Revista Informativa de Óbidos*, v. 3, n. 36, p. 3-5, 2007.
- FELD, Steven; BASSO, Keith. Introduction. In: FELD, Steven; BASSO, Keith (Eds.). *Senses of Place*. Santa Fé: School of American Research Press, 1996.
- FERRO, António. *Turismo*: fonte de riqueza e de poesia. Lisboa: Edições do SNI, 1949.
- FORTUNA, Carlos. Turismo, Autenticidade e Cultura Urbana: Percurso teórico, com paragens breves em Évora e Coimbra. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, p. 11-45, 1995.
- FORTUNA, Carlos. Destradicionalização e Imagem da Cidade. In: FORTUNA, Carlos (Org.). *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras: Celta, 1997.
- GADANHO, Pedro. *Arquitectura em Público*. Porto: Dafne Editora, 2010.
- GANHÃO, Paula. *O Turismo em Óbidos durante o Estado Novo*. Narrativas Turísticas Inspiradas na Política de Espírito: dos anos 20 aos anos 70. Tese (Mestrado em História). Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE). Lisboa, 2009.
- GEERTZ, Clifford. Afterword. In: FELD, Steven; BASSO, Keith (Eds.). *Senses of Place*. Santa Fé: School of American Research Press, 1996.
- GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. *A Retórica da Perda*: os discursos do patrimônio cultural no Brasil. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.
- GROOT, Jerome de. *Consuming History*: Historians and heritage in contemporary popular culture. Oxon: Routledge, 2009.
- HANDLER, Richard. *Nationalism and the Politics of Culture in Quebec*. Madison: The Wisconsin University Press, 1988.
- HERZFELD, Michael. *A place in history: social and monumental time in a Cretan town*. New Jersey: Princeton University Press, 1991.
- HIRSCH, Eric. Introduction. Landscape: Between Place and Space. In: HIRSCH, Eric; O'HANLON, Michael (Eds.). *The Anthropology of Landscape*: Perspectives on Place and Space. Oxford: Clarendon Press, 1995.
- INGOLD, Tim. The temporality of the Landscape. *World Archaeology*, v. 25, n. 2, p. 152-174, 1993.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. *Destination Culture*: Tourism, Museums and Heritage. Berkeley: University of California Press, 1998.
- LEAL, João. *Etnografias Portuguesas (1870-1970)*: Cultura Popular e Identidade Nacional. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 2000.
- LEAL, João. Usos da cultura popular. In: NEVES, José. *Como se faz um povo*. Lisboa: Tinta da China / Fundação EDP, 2010.
- LÖFGREN, Orvar. The Nationalization of Culture. *Ethnologia Europaea*, v. XIX, p. 5-24, 1989.

- LOW, Setha. Spatializing Culture: The Social Production and Social Construction of Public Space in Costa Rica. *American Ethnologist*, v. 2, n. 4, p. 861-879, 1996.
- LOWENTHAL, David. *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985
- LOWENTHAL, David. *The Heritage Crusade and the Spoils of History*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- MCCRACKEN, Grant. *Culture and Consumption*: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Indianapolis: Indiana University Press, 1988.
- MELO, Daniel. *Salazarismo e Cultura Popular (1933-1958)*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2001.
- MUNT, Ian. The 'Other' Postmodern Tourism: Culture, Travel and the New Middle Classes. *Theory Culture Society*, v. 11, n. 4, p. 101-123, 1994.
- NETO, Maria João Baptista. *Memória, Propaganda e Poder: o restauro dos Monumentos Nacionais (1929-1960)*. Porto: FAUP Publicações, 2001.
- PAULO, Heloísa. *Estado Novo e Propaganda em Portugal e no Brasil: o SPN / SNI e o DIP*. Coimbra: Livraria Minerva, 1994.
- PERALTA, Elsa. Memória do mar: patrimônio marítimo e (re)imaginação identitária na construção do local. In: PERALTA, Elsa; ANICO, Marta (Orgs.). *Patrimônios e Identidades: Ficções Contemporâneas*. Oeiras: Celta, 2006.
- PINA, Paulo. *Portugal: o turismo no século XX*. Lisboa: Lucidus Publicações Ltda, 1988.
- POLANAH, Luís. O colectivismo agrário no norte de Portugal. *Antropologia Portuguesa*, n. 3, p. 61-68, 1985.
- PRATS, Llorenç. *Antropología y Patrimonio*. Barcelona: Editorial Ariel, 1997.
- PRISTA, Pedro. Do Doméstico ao Caseiro: Aspectos da dominação turístico-alimentar nos campos". *Actas do II Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais*. Lisboa: Ed. Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, v. III, p. 459-474, 1995.
- RICHARDS, Greg. Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 23, n. 2, p. 261-283, 1996.
- RODMAN, Margaret. Empowering place: Multilocality and Multivocality. *American Ethnologist*, v. 94, n. 3, p. 640-656, 1992.
- SILVA, Luís. *Casas no Campo*. Etnografia do Turismo Rural em Portugal. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2009.
- SILVA, Maria Cardeira da. Introdução: por uma antropologia dos lugares turísticos. In: SILVA, Maria Cardeira da (Ed.). *Outros Trópicos: Novos destinos turísticos, Novos terrenos da antropologia*. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.
- SILVANO, Filomena. As novas escalas na abordagem antropológica. *Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas*, Lisboa, n. 11, 59-71, 1998.
- SMITH, Valene; EADINGTON, William (Eds.). *Tourism Alternatives*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1992.
- TUAN, Yi-Fu. *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. New York: Columbia University Press, 1974.
- URRY, John. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres: Sage Publications, 1990.
- WALL, Geoffrey; MATHIESON, Alister. *Tourism: change, impacts and opportunities*. Harlow: Pearson Education Lda, 2006.

Understandings and uses of place in the social production and social construction of Pousadas de Portugal

Abstract

Assuming place as a social and intellectual construction, negotiated by the multiplicity of actors engaged in the production, experience and representation of space, this article examines how the Pousadas de Portugal have taken part in the territorialization of identity narratives. Created in 1939 by the Portuguese State, the Pousadas are a chain of tourist accommodations, mainly located in the rural space and built in historic fabrics, that objectify narratives about history and tradition in particular places. Fieldwork undertaken in different Pousadas showed, however, that these narratives inform and are informed by diachronic and dynamic social practices intertwined with other spatial scales and symbolic dimensions. New values and interaction must, therefore, be considered in analyzing the way individuals know, live and imagine a place in modern times, constituting it through experience and representation.

Key words: tourism, heritage, place, Pousadas de Portugal.

Entendimientos y usos de lugar en la producción social y la construcción social de las Posadas de Portugal

Resumen

Aceptando la idea de lugar como construcción intelectual y social, negociada en la pluralidad de actores involucrados en la producción, experiencia y representación del espacio, este artículo examina como las Pousadas de Portugal han participado en la territorialización de narrativas de identidad. Creadas por el Estado portugués en 1939, las Pousadas son una red de alojamientos turísticos mayoritariamente localizados en el espacio rural e instalados en edificios patrimoniales que fijan y generan narrativas sobre historia y tradición en lugares específicos. El trabajo de campo realizado en diferentes unidades mostró, sin embargo, como estas narrativas informan y son informadas por relaciones y prácticas sociales que, diacrónicas y dinámicas, se articulan tanto con otras escalas territoriales como con otras dimensiones simbólicas. Nuevos valores e interacciones necesitan, por eso, ser considerados en la forma como los individuos conocen, viven e imaginan un lugar en la sobremodernidad, constituyéndolo a través de la experiencia y de la representación.

Palabras clave: turismo, patrimonio, lugar, Posadas de Portugal.

Data de recebimento do artigo: 30/05/2013

Data de aprovação do artigo: 16/05/2013