

PATRIMONIALIZAÇÃO DO ESPAÇO E DISCURSOS IDENTITÁRIOS*

por

Filomena Silvano**

Resumo: Num mundo que se distanciou de narrativas assentes na ideia de progresso o passado impôs-se como um lugar de referência; assegurarmo-nos daquilo que fomos é indispensável para sustentar aquilo que pensamos ser. A recuperação do passado surge assim como um dos instrumentos simbólicos mais utilizados nas negociações identitárias.

As práticas culturais que se socorrem de mecanismos de representação que convocam o passado para pensar o presente acabam sempre por se traduzir, na medida em que o fragmentam, reorganizam e interpretam, na sua transformação, ou, para utilizar uma fórmula que se tornou incontornável, na sua “invenção”. A patrimonialização é uma dessas práticas. Associa a noção de património – que não é um dado, mas antes uma classificação socialmente construída e, portanto, constantemente negociada – a objectos específicos que passam a representar culturalmente os grupos que se consideram seus legítimos proprietários.

Na área metropolitana de Lisboa, tal como noutros complexo etnográficos, a patrimonialização abrange coisas tão diversas como paisagens, monumentos, arquitecturas populares, artesanato, romarias e homens; todos os objectos que possam, uma vez transformados em representações materiais do passado, servir de argumento às ficções identitárias das pessoas que nela habitam.

Palavras-chave: Estratégias identitárias; património; área metropolitana de Lisboa.

Abstract: In a world where the idea of progress is no longer a reference, the past became very important. To be aware of what we have been is the support to imagine what we think we are. Therefore, piecing together the past is a primary symbolic tool in identity negotiations.

Culture practices which use the past to think the present, always transform (or invent) that past, put it into fragments, reorganizing them, interpreting them. The process of cultural heritage creation is one of those practices. It links the idea of cultural heritage – which is always the product of a socially constructed classification – to specific objects which become representative of the groups which consider them as their legitimate legacy.

In Lisbon's metropolitan area, as in other ethnological contexts, the process of culture heritage creation covers an overarching amount of things, such as landscapes, monuments, popular architectures, handicrafts, pilgrimages, and people. Every available object, transformed into a material representation of the past, may be used as an argument to the identity fictions of people inhabiting those contexts.

Key-words: Identity strategies; cultural heritage; Lisbon's metropolitan area.

* Este texto retoma e completa parte do texto “Cartografar um passado para uma identidade metropolitana”, publicado no “Atlas da Área Metropolitana de Lisboa” (Silvano 2003).

** Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade Nova de Lisboa.

Os processos de construção e de representação do território socorrem-se hoje frequentemente da noção de património. Esse mecanismo cultural encontra-se associado a uma lógica mais vasta de representação do social que passa pela convocação do passado como instrumento de representação do presente, associada, segundo alguns autores, ao actual contexto de descrença em narrativas que assentem em representações positivas do futuro.

Como já havia afirmado Halbwachs, o espaço é o suporte ideal para as nossas memórias, tanto colectivas como individuais, visto que a organização material do espaço surge como uma espécie de garante da manutenção e da transmissão da memória do grupo.

Assim, não há memória colectiva que não se desenvolva num quadro espacial. Ora, o espaço é uma realidade que dura: as nossas impressões afastam-se umas às outras, não há nada que fique no nosso espírito e não compreenderíamos que pudéssemos rever o passado se ele não se conservasse com efeito pelo meio material que nos envolve (Halbwachs 1968: 146).

Mas esse “rever” o passado corresponde sempre a uma representação do mesmo e, conseqüentemente, à sua transformação: o passado é manipulado em função das negociações simbólicas que, num dado momento, uma sociedade desenvolve em torno das representações do seu presente. Os mecanismos de representação do passado, porque se associam às negociações identitárias que estão em curso no presente, acabam sempre por se traduzir, na medida em que o fragmentam, o reorganizam e o interpretam, na sua transformação:

Alteramos o passado, tanto para nos tornarmos parte dele, como para dele nos apoderarmos (Lowenthal 1985: 331).

É por isso possível encontrar, numa dada sociedade, uma multiplicidade de mecanismos narrativos em que o passado é convocado e transformado. A elisão da diversidade social e cultural do passado, com vista à obtenção de um discurso identitário unificador, é uma das táticas discursivas mais comuns. Face à multiplicidade, e por vezes à incompatibilidade, dos grupos sociais que se querem ver representados pelo discurso identitário, algumas narrativas dão forma a figuras que por aparecerem como simbolicamente unificadoras estabelecem, pelo menos momentaneamente, um consenso narrativo sobre o presente.

Os actores sociais envolvidos, de forma directa, no jogo político, são dos mais férteis na produção de narrativas manipuladoras do passado, visto que estas se traduzem, quando o objectivo é produzir discursos convincentes sobre as sociedades em que se movem, numa opção retórica fácil e eficaz. O território surge frequentemente nesses discursos como uma figura central. Por um lado, porque ele materializa a comunidade

que os políticos pretendem representar e, por outro, porque é nele que se materializam os símbolos que permitem a manipulação política dos jogos identitários. A interpretação de uma série de textos assinados por presidentes da câmara da Área Metropolitana de Lisboa¹ permitiu-me isolar alguns casos ilustrativos dos mecanismos narrativos que referenciei. No seguimento do texto, passo a apresentar um exemplo que se socorre de narrativas que simplificam o passado com o objectivo de produzir efeitos ideológicos de unificação da diversidade social concelhia. Face a um território em transformação e onde a diversidade surge como um elemento difícil de gerir, o presidente da câmara de Vila Franca de Xira responde com uma narrativa que unifica o presente através da manipulação de símbolos que convocam o passado:

Porque já acabou, o passado pode ser ordenado e domesticado, conferindo-lhe uma coerência alheia ao presente caótico e em mudança. Agora, já nada no passado pode correr mal (Lowenthal: 62).

Simplificar o passado para unificar territórios

Num texto de apresentação do concelho de Vila Franca de Xira, assinado por Maria da Luz Rosinha, presidente da Câmara, o autor “inventa”², em dois parágrafos com referências óbvias aos textos neo-realistas de Soeiro Pereira Gomes e Alves Redol, uma narrativa identitária que une, em torno da figura do “campino”, espaços que são, dos pontos de vista social, económico e cultural, diferenciados: o mundo da beira rio e o mundo das lezírias.

Tempos houve em que os homens não tiveram tempo de ser meninos. O Tejo marcava o ritmo de uma vida feita de desafios. Embarcados nas fragatas do Tejo e nas faluas que enxameavam os esteiros, os meninos aprendiam a nadar antes de saber andar. Feitos homens antes do tempo, coloriam as mais pitorescas fotografias da região, encavalitados nos briosos cavalos lusitanos que enfrentavam touros enraivecidos, protegidos por coletes vermelhos.

Com o passar dos anos, o Campino e o seu barrete tornaram-se um símbolo da região (Vila Franca de Xira – Rosinha 2001: 121)

O território concelhio, que hoje como no passado é diversificado e palco de conflitos associados a fortes clivagens económicas, sociais e culturais, surge assim unificado através de uma figura humana que resvalou da sua especificidade social e profissional para a abstracção simbólica do emblema étnico.

¹ Refiro-me essencialmente à obra “Área Metropolitana de Lisboa – Anos de Mudança, Lisboa”.

² O termo “inventa” surge aqui por analogia à utilização que dele fez Hobsbawm (1983) ao falar de “invenção da tradição”.

Em paralelo, a construção de uma unidade territorial e simbólica, claramente associada à transformação do campino em emblema étnico, socorre-se de outros mecanismos de objectificação³ da cultura. Nesse contexto, foi recuperado um barco varino que hoje é utilizado para passeios turísticos organizados pelo Museu Municipal. As fotografias de promoção turística desse barco mostram uma pintura onde figura, no interior de uma moldura de flores e arabescos e sobre um fundo de paisagem de beira rio, um campino montado a cavalo⁴. A utilização da eficácia simbólica de práticas festivas é outra das táticas utilizadas para dar existência à figura do “campino”. Durante as festas “do Colete Encarnado”, desenvolve-se uma série de práticas performativas que se inserem numa dinâmica de mercadorização da cultura que o poder político direcciona, de forma clara, para um hipotético contexto de circulação internacional de turistas⁵ (fazendo mesmo, como a citação atesta, aproximações demagógicas entre Vila Franca de Xira e cidades situadas no centro dos circuitos turísticos globais).

Vila Franca de Xira é, por muitos, apelidada de “Sevilha Portuguesa” (...). Uma fama atestada pela criação e lide de Cavalos e Toiros e pela manutenção de uma figura única, como é a do Campino. Elementos que constituem uma trilogia harmoniosa e reforçam a sua vocação de zona de turismo cultural, típica, original e genuína (Idem: 123)⁶.

A figura do “campino” surge, no interior da Área Metropolitana de Lisboa, como um dos casos mais marcantes de presença da figura humana em processos de etnicização. Transformados num emblema étnico, os homens do Ribatejo apresentam-se a si próprios, sobretudo em situações rituais, como “objectos” representantes de uma cultura, deslocando-se assim do terreno complexo e imprevisível da vida quotidiana, para o terreno mais seguro, porque já coreografado, da encenação de uma vida

³ “A objectificação é justamente esse processo que consiste na transformação de determinados traços da vida tradicional em objectos representativos de uma cultura nacional, coisas que só nós temos e os outros não, coisas sobre que repousa a possibilidade mesma de se falar de uma cultura nacional como própria, específica, distinta, original” (Leal 2000: 108).

⁴ O primeiro nome do referido barco, construído em 1945, foi justamente “varino”.

⁵ Sandra Oliveira (2000), num trabalho recente intitulado “Edificação da Imagem do Campino (1933-1950)”, mostra como a referida imagem foi sendo construída e negociada ao longo do tempo. A criação, em 1932, da festa do Colete Encarnado, iniciou um longo processo de “invenção de uma tradição” que passou pela utilização da figura do campino pelo Estado Novo, que o transformou num símbolo regionalista com impacto ideológico à escala nacional, e que hoje vive uma recentração sobre o grupo profissional a que está ligada, paralela, como temos vindo a verificar, de uma colocação no interior de processos mais globais de objectificação da cultura e de afirmação da identidade local.

⁶ Como Erik Cohen (1988) demonstra, o campo semântico da autenticidade, que podemos remeter para a oposição moderna entre o mundo ocidental, tido por não autêntico, e os mundos tradicionais, pensados como autênticos (Appadurai 1986), é socialmente construído, o que significa que as conotações, que aqui se querem positivas, de palavras como “típico”, “original” e “genuíno”, não podem ser tidas como “dados”, mas antes como sentidos construídos no interior de negociações culturais e identitárias.

“tradicional” que, no essencial das suas componentes, já desapareceu⁷.

Um leque alargado de fotos de campinos destinadas à promoção turística – publicações da Região de Turismo do Ribatejo (Azambuja), da Região de Turismo da Costa Azul (Alcochete) e da Comissão Municipal de Turismo de Vila Franca de Xira – permite encontrar as componentes formais do emblema étnico: montados no cavalo, os homens fotografados exibem verticalidade na postura, graficamente prolongada pela linha constituída pelo pampilho, e segurança no olhar controladamente dirigido para a câmara. A componente narrativa (que neste caso é também ideológica) do “boneco” mediático surge nos textos que acompanham as fotografias atrás referidas:

Personagem por excelência deste labor com traços e passes de heroísmo é o campino. Alma destemida, cavaleiro exímio e dançarino alegre e folgazão sempre que o momento o justifica, o campino exhibe com garbo os seus trajes coloridos e a sua mestria equestre (Publicação da Região de Turismo da Costa Azul – Alcochete).

Para lá da vitalidade cultural que comporta e das reconhecidas potencialidades simbólicas que possui, este tipo de manipulação da cultura de cariz popular contém riscos óbvios, claramente enunciados por Patricia C. Albers e William R. James:

Em muitos dos espaços turísticos onde a etnicidade se tornou um pólo de atracção, a verdadeira história de um povo encontra-se frequentemente enredada na linguagem altamente abstracta e generalizada do “património cultural” (Trigger 1980) e da “tradição cultural”. Muitas das vezes, esta linguagem reduz as pessoas ao artesanato que fazem, às danças que executam, ou aos trajes exóticos que envergam (Albers e James 1988: 153).

Ao fazer com que as fantasias seculares pareçam “reais”, este encadeamento não só ofusca uma consciencialização histórica crítica, como cria as mesmas condições que produzem a “amnésia histórica” nos tempos modernos (Idem: 154).

BIBLIOGRAFIA

- ALBERS, P. E JAMES, W. (1988). Travel Photography – A Methodological Approach in *Annals of Tourism Research*, 15, pp. 134-158.
- ALMEIDA, J., ANTUNES, M., BARATA, A., BOIEIRO, M., CÁCERES, M., CANÁRIO, P., ESTRELA, E., JUDAS, J., MONTEIRO, A., MORAIS, I., OLIVEIRA, C., PENIM, A., RAPOSO, J., ROSINHA, M., SANTOS, J., SOARES, J., SOARES, B., SOUSA, C., SOUSA, M. E VARGES, M. (2001). *Área Metropolitana de Lisboa – Anos de Mudança*. Lisboa, Área Metropolitana de Lisboa.

⁷ Este tipo de prática cultural foi sujeito a diferentes interpretações no contexto dos trabalhos sobre o turismo. A perspectiva mais tradicional separa a vida real e autêntica (que se passa nos bastidores) da representação realizada para os turistas (que se passa em lugares que assumem a função de um palco) (MacCannell 1973 e 1976), enquanto as perspectivas mais recentes (Cohen 1979) procuram encontrar os sentidos culturais das lógicas de “apresentação” de si que implicam a encenação de práticas (profissionais, religiosas, etc.) já desaparecidas da vida quotidiana das pessoas que as representam.

- APPADURAI, A. (1986). Introduction: Commodities and the Politics of Value, in Appadurai, A. org., *The Social Life of Things – Commodities in Cultural Perspective*, pp. 3-63. Cambridge, Cambridge University Press.
- BERGER, J. (1980). *About Looking*, New York, Pantheon.
- BOORSTIN, O. J. (1964). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York, Harper and Row.
- COHEN, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences in *Sociology*, 13, pp. 179-201.
- COHEN, E. (1988). Authenticity and Commoditization in *Tourism*, *Annals of tourism research*, vol.15(3), pp. 371/386.
- CONNERTON, P. (1993). *Como as sociedades recordam*, Oeiras, Celta (1ª ed. 1989).
- HANDLER, R. (1988). Nationalism and the Politics of Culture in *Quebec*, Madison, The Wisconsin University Press.
- HOBBSBAWM, E. (1983). *The invention of tradition*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MACCANNELL, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in *Tourist Settings*, *American Journal of Sociology*, 79, pp. 589-603.
- (1976). *The Tourist, a New Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken.
- OLIVEIRA, S. (2000). *Edificação da Imagem do Campino (1933-1950)*, Lisboa, UNL (policopiado).
- PRATS, L. (1997). *Antropología y patrimonio*, Barcelona, Ariel.
- LEAL, J. (2000). *Emografias Portuguesas (1870-1970) – Cultura Popular e Identidade Nacional*, Lisboa, Dom Quixote.
- LOWENTHAL, D. (1986). *The past is a foreign country*, Cambridge, Cambridge University Press (1ª ed. 1985).
- HALBWACHS, M. (1968). *La mémoire collective*, Paris, PUF (1ª ed. 1950).