
MOVIMENTO DE PATRIMONIALIZAÇÃO E A EMERGÊNCIA DE NOVAS PROCURAS DE NOBILITAÇÃO RURAL

Luis Mendes - Investigador do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território
da Universidade de Lisboa - E-mail: luis.mendes@ceg.ul.pt

RESUMO:

Ao longo das últimas décadas é visível um aumento da procura, consumo e frequência das áreas rurais portuguesas, essencialmente por populações urbanas ou não rurais. Tal aumento inscreve-se nas transformações das sociedades contemporâneas em geral, e das áreas rurais em particular, e resulta da consolidação de um modo de produção e apropriação do espaço rural como bem de consumo e como património comum. O espaço rural afirma-se como espaço de reserva de recursos e bens ambientais e também como espaço de memória e de herança cultural. O objectivo que preside a este breve ensaio é o de procurar compreender como a reinvenção e a idealização do passado rural revelam o princípio de patrimonialização através da redescoberta de novas funções (uma segunda vida trazida pela nobilitação rural). Este processo é sustentado por operações de invenção, encenação e simulação de uma singularidade local e de uma continuidade histórica inerentes aos espaços rurais, suportando, assim, a emergência de novas procuras residenciais.

Palavras-chave: Patrimonialização, nobilitação rural, espaço rural, cultura de consumo e estetização da vida social.

Códigos JEL: R. Urban, Rural,
and Regional Economics
R2. Household Analysis
R21.
R22.

ABSTRACT:

During the last few decades, an increase in the demand for, consumption of and visits to the Portuguese countryside has been witnessed essentially on the part of the urban or rather, the non-rural population. This increase is tied up with the changes contemporary society in general and the rural areas in particular are undergoing. It is the outcome of the consolidation of a mode of production and appropriation of the rural space as a consumer good and as common heritage. The rural space has asserted itself as a reserve of environmental resources and goods as well as a storehouse of memory and cultural heritage. The aim of this brief essay is to try and understand how reinventing and idealising country life in the past, throws light on the principle of patrimonialisation through rediscovering new roles (a second life brought about by rural gentrification). This process is sustained by means of inventing, staging and simulating a local feature and by contriving historical continuity inherent to rural spaces, thus providing the basis for cultivating new residential demands.

Keywords: Patrimonialisation, rural gentrification, rural space, consumer culture, aesthetisation of social life.

JEL Codes: R. Urban, Rural,
and Regional Economics
R2. Household Analysis
R21.
R22.

1. INTRODUÇÃO

As áreas rurais têm sofrido diversas transformações na sua base económica, ao adquirirem novas dimensões como espaços de recreio, lazer e turismo, ao mesmo tempo que se afirmam como espaços de reserva de recursos e bens ambientais e também como espaços de memória e herança cultural. Tal tem estimulado a procura e o uso destes espaços por residentes e visitantes não rurais. Com efeito, ao longo da última década é visível um aumento da procura, consumo e frequência das áreas rurais portuguesas, essencialmente por populações urbanas ou não rurais. Tal aumento inscreve-se nas transformações das sociedades contemporâneas em geral – e da sociedade portuguesa em particular – e resulta da consolidação de um modo de produção e apropriação do espaço rural como bem de consumo e como património comum.

Os espaços rurais vivem, presentemente, uma “febre patrimonial” que não pode deixar de ser vista como uma reacção (pós-moderna?) ao ritmo de desaparecimento dos “modos de vida tradicionais”, à atomização social, ao desenraizamento e ao individualismo hedonista contemporâneo, causados pela aceleração da vida moderna. Certo é que a refuncionalização deste passado rural oscila entre a reactivação, a reinvenção e a idealização. Ele revela o princípio de patrimonialização porque tanto pode constituir a descoberta de algo que já existia, mas que tendo deixado de estar integrado nas práticas quotidianas é redescoberto para novas funções (uma segunda vida trazida pela nobilitação), como também manifestar-se através de operações de invenção, encenação e simulação de uma singularidade local e de uma continuidade histórica que suportam a emergência de novas procuras residenciais.

2. O TURISMO NA PRODUÇÃO SOCIAL DO ESPAÇO RURAL CONTEMPORÂNEO: NOVAS PROCURAS, NOVOS PRODUTOS IMOBILIÁRIOS E A EMERGÊNCIA DA NOBILITAÇÃO RURAL

O turismo tem sido uma actividade em franco progresso, prevendo-se que continue a crescer consideravelmente nos próximos anos. É reconhecido oficialmente pelas suas potencialidades como factor de desenvolvimento, em várias escalas, da local à nacional. Não surpreende, assim, que tenha vindo a conhecer uma crescente integração nos programas de desenvolvimento territorial e sectorial, nomeadamente nos que dizem respeito em concreto à (re)dinamização do espaço rural. É lhe amplamente reconhecido o papel capital que detém na conservação e gestão da diversidade de paisagens e na recente produção social do espaço rural, mormente das aldeias e pequenos lugares, do património edificado que lhes é característico, com os seus traços arquitectónicos próprios que são, aliás, motivo de atracção turística. (CAVACO, 1995a, 1995b, 1996b, 1998, 2001).

Neste contexto, interessa compreender como, da marginalização relativamente aos modelos de desenvolvimento urbano-industriais, os espaços rurais passaram a constituir-se como espaços centrais nos novos paradigmas de desenvolvimento, uma vez que preenchem valores e concepções crescentemente defendidos pelas sociedades pós-modernas, como a autenticidade e a relação com a natureza e com as tradições. Quando se fala então da reinvenção de uma ruralidade passada, convém sublinhar a ideia de que o Turismo em Espaço Rural (TER), nos termos em que hoje se apresenta e se coloca em

prática, não é mais do que um “produto” criado por (e para) algumas camadas sociais urbanas. Assim, as sociedades rurais tradicionais, confrontadas com a necessidade de se oferecerem como produto turístico disponível num mercado de oferta competitiva, têm iniciado um processo de comercialização da sua cultura, implicando-se num (re)investimento no seu passado o que, por seu turno, implica uma manutenção, revitalização e reestruturação do seu património e das suas tradições. A primitividade dos modos de vida, propriedade auxiliar da autenticidade e genuinidade que lhes são características, torna-se absolutamente primordial na boa venda do produto.

Ainda que de forma embrionária, alguns autores têm vindo a registar que o espaço rural conhece também, e à semelhança dos centros históricos das grandes cidades, uma revalorização típica de um processo de nobilitação (PHILLIPS, 2004). CAVACO (2003) refere-se também a estes aspectos quando defende que um dos estímulos mais significativos ao TER diz respeito ao vazio funcional que os territórios rurais viram acentuar nos últimos anos, em virtude do processo de despovoamento e abandono a que têm estado votados. Existem importantes patrimónios imobiliários de base agrícola que se encontram subutilizados ao longo do ano, cuja função residencial se mantém associada à agricultura, embora de pequena escala e a tempo parcial, por vezes mesmo de tempos livres e até de ócio. A sua continuidade como residência, também parcialmente, depende largamente das dinâmicas dos mercados fundiários e imobiliários e dos preços oferecidos. A autora lembra ainda o papel primordial das novas procuras de raiz urbana, nacionais e internacionais, na viabilização de projectos diversos de recuperação do casario de lugares e aldeias, estimulando a reutilização do mesmo por funções residenciais e complementares por parte das famílias proprietárias. A redefinição de ruralidade e a percepção de que as áreas rurais constituem uma alternativa de qualidade de vida,

resultou na atribuição de funções de reserva e salvaguarda do ambiente/natureza a estas áreas. São sobretudo os residentes urbanos, os principais defensores e visitantes das áreas rurais e de todo o potencial natural que estas possuem.

Tal como no caso da nobilitação urbana, trata-se de uma recentralização selectiva, alimentada por novas procuras, promotora de uma crescente revalorização e reutilização física e social dos contextos rurais, indiciando, por conseguinte, novos processos de recomposição da sua textura socio-espacial. Esta tendência encontra-se, por um lado, associada à recomposição do sistema produtivo, cuja evolução se pauta por uma crescente terciarização e pela emergência de um novo modelo de acumulação capitalista mais flexível que reconhece no (re) investimento no espaço rural – de capital imobiliário, e na sua circulação – uma mais-valia. Por outro lado, radica na reconfiguração da estrutura social sob o signo de uma condição rural pós-moderna – aqui entendida como um conjunto articulado de mudanças culturais nas experiências e práticas sociais quotidianas – indissociavelmente ligada a uma cultura de consumo e à estetização da vida social.

O espaço rural insere-se nestes contextos socio-espaciais, pois, ainda que receptáculo de enraizadas e antigas manifestações e tradições culturais, tem, nos últimos anos, assistido a profundas alterações no seu tecido social com a chegada de novos moradores/visitantes, portadores de um estilo de vida próprio, adeptos de conceitos culturais alternativos(?) aos urbanos. É neste quadro que surge o conceito de enobrecimento rural ou de nobilitação rural, processo pelo qual alguns grupos se têm tornado centrais para o meio rural, quando o tornaram num “lugar central” para si mesmos, não só do ponto de vista de uma localização residencial privilegiada, mas também do uso que dele fazem, especialmente da sua apropriação como marca de centralidade social

(emprestada paradoxalmente pela marginalidade alternativa do espaço rural abandonado), pelo poder simbólico que confere e pela distinção social que permite.

Referimo-nos, em concreto, às designadas “novas classes médias”, população que é protagonista de um movimento de nobilitação que redescobre no valor histórico e/ou arquitectónico dos espaços rurais e novos aldeamentos a capacidade de se reinventar social e culturalmente. Se bem que a casa de aldeia até há pouco tempo fosse entendida como vetusta, desactualizada, pouco prática, incapaz de garantir condições de vida aceitáveis à luz dos padrões actuais, ao que parece tem vindo a aparecer, pouco a pouco, como a resposta mais adequada à críticas dirigidas aos conjuntos urbanos concebidos segundo os modelos propostos pelo urbanismo e arquitectura modernos.

O que é relativamente recente e diferente nas práticas turísticas contemporâneas em espaço rural é que elas estão intimamente relacionadas com o processo de reestruturação económica regional nos espaços rurais e que têm na sua matriz de origem, novas procuras sociais, enquadradas num contexto cultural e identitário a que alguns se referem como pós-moderno. Fruto de um certo movimento de retorno às origens, às tradições, às raízes, aos autênticos modos de vida (pré-modernos?), à relação com a Natureza, ao bucolismo dos meios campestres; os espaços rurais têm vindo a ser revalorizados e objecto de uma procura crescente por parte das populações saturadas do “stress” urbano (SIMÕES, 2003). «Largamente configurado como crítica ao modelo urbano-industrial dominante de sociedade e seus valores, como expressão de sentimentos anti-urbanos, este movimento de revalorização do mundo rural dá, em grande medida, corpo à necessidade de encontrar contrapontos, antídotos e compensações, face à crescente artificialidade,

insegurança, estandardização, impessoalidade, saturação, dos modos e contextos de vida urbanos» (RIBEIRO, 2003: 200). Estes malefícios inspiram nas populações urbanas sentimentos nostálgicos pelos meios rurais, crescentemente representados como última reserva do que se suspeita ter perdido. Assim, busca-se os antípodas dos modos de vida que o meio urbano engendrou: a estabilidade, a continuidade, a autenticidade, a tranquilidade, a diferença, a humanização das relações, o contacto com a Natureza. Convém deixar clara a ressalva de que, como veremos, e em grande parte, as representações do meio rural que hoje caracterizam o imaginário das populações urbanas, remetem claramente para os domínios da mitologia, afastando-se da realidade, processo que é alimentado pelos meios de comunicação social e pelo *marketing*.

Esta invenção do mundo rural não-agrícola tem várias componentes, sendo que uma delas relaciona-se com a recente prioridade social e cultural de defesa e conservação do património. As áreas rurais passaram de pré-modernas – assim designadas pelo ainda predomínio de características, tais como: uma maior e mais harmoniosa ligação entre o homem e a natureza, o maior apego às tradições locais e até mesmo um certo atraso socio-económico – a pós-modernas – porque foram iniciadas num percurso característico da condição pós-moderna: imaginário de recuperação da simbiose entre homem e natureza, espaço e modo de vida rurais enquanto bens de consumo e o apagamento do carácter produtivo das áreas rurais, percepção do rural e das tradições que lhe são típicas como “espectáculo” e como “cenário” pronto a consumir, etc.).

PORTELA (2003) explica como o espaço rural, da indiferença, passou à apropriação, ao consumismo e à festa. Portanto, a par das tradicionais funções produtivas (agrícola, silvícola, extractiva ou industrial), a emergência de um novo quadro funcional para o

espaço rural surge em resposta às procuras sociais e novos consumos inspirados por valores que alguma ciência social contemporânea denomina de pós-materialistas: expectativas e necessidades de camadas sociais urbanas na posse de elevado grau de capital cultural. Estas compõem as novas procuras do espaço rural, nele reconhecendo um largo campo de acção e investimento social e simbólico, representado pelos valores patrimonialistas (culturais ou naturais). «Do ponto de vista simbólico-ideológico, a revalorização social da dimensão não-agrícola do mundo rural tem como mecanismo operatório a patrimonialização do espaço rural, quer na sua vertente ambiental, quer cultural e identitária» (NAVE, 2003: 143).

3. PATRIMONIALIZAÇÃO: A RURALIDADE COMO ESPAÇO DE MEMÓRIA OU A REINVENÇÃO PATRIMONIAL DAS IDENTIDADES E DOS LUGARES RURAIS

É à luz da “crise do espaço rural” registada nos países mais desenvolvidos – materializada numa desvalorização, simultaneamente, física e simbólica sustentada, quer por fluxos aglutinadores do crescimento humano e económico em áreas urbanas e suburbanas, quer por movimentos de despovoamento e de abandono dos meios rurais – que nos surge com toda a pertinência a tese da histeria do património e da reinvenção do passado em meio rural.

A Pós-Modernidade tem estado associada a movimentos de resistência ou, pelo menos, de contra-tendência relativamente ao movimento moderno urbano de descaracterização cultural, conduzindo à reinvenção da autenticidade da matriz cultural específica do local, em paralelo com a revalorização do sentido de lugar e com a reterritorialização das identidades individuais e grupais. Desta tendência

decorre a importância crescente que o património tem vindo a ganhar em diversos quadrantes da actividade humana. É, neste contexto, que o interesse pelo património (arquitectónico, urbanístico, histórico e cultural), antes circunscrito às elites, parece ter-se democratizado, tornando-se um eixo estruturante dos valores sociais e culturais da pós-modernidade, ao mesmo tempo que se “sacraliza” e “mitifica” na memória colectiva enquanto produto de consumo turístico excepcional e autêntico. Daí que um número crescente de autores tenha vindo a criar enfoque na articulação estabelecida entre turismo, património e consumo, insistindo, sobretudo, na ideia de como elemento entendido enquanto recurso económico, criador de emprego e gerador de riqueza, o património cultural e histórico se pode converter num recurso económico importante. «A noção de património como recurso para o desenvolvimento é uma construção recente e está intimamente associada à especificidade que lhe permite fazer do espaço onde se localiza um lugar diferente de todos os outros, transformando-o numa atracção turística que combina elementos tão diferenciados como a arquitectura, o artesanato, a gastronomia, as festas, as crenças, os modos de vida tradicionais e outros bens não materiais que lhe estão associados, ensejando a experiência da descoberta, de exotismo, de auto-realização e de evasão do quotidiano» (LUCINDA FONSECA, 2001: 48).

É muito evidente o interesse crescente que os espaços rurais têm vindo a conhecer no que diz respeito à protecção e conservação do seu património. Discurso inflacionado por ideólogos e profissionais da patrimonialização e da museologia, por via da descoberta de novos bens e campos patrimoniais. Cada autor à sua maneira procura definir este processo de histeria do património. Estamos a referir-nos a uma tendência global que, comportando várias dimensões, caracteriza os processos de patrimonialização. Estes, por sua vez, dizem respeito a um entrelaçamento de uma verbalização excessiva e heterogénea (múltiplas linguagens do património)

com as políticas concretas de reconhecimento oficial de um conjunto vasto de bens materiais e simbólicos, móveis e imóveis, monumentais e ambientais, que não cessa de se alargar. BOURDIN (1984) designa este processo de patrimonialização de “reinvenção do património”. No seu seguimento, CHOAY (1992) apelida-o de “alegoria do património”. HARVEY (1989) fala de “fetichismo do património”. URRY (1990) denomina o mesmo movimento de: “indústria da herança” ou “indústria da tradição”. ABREU (1998) diz que se vive uma “síndrome arquivística”. STAUTH e TURNER (1988) de “paródia nostálgica”.

Ora, longe de corresponder a um processo inocente de descoberta do património a preservar, como matriz cultural à (re)construção de identidades colectivas locais, aquilo que argumentamos é que este processo não se limita a descobrir algo que era ignorado, mas sim, a encarar o património e as suas representações como uma invenção cultural que procura legitimar e naturalizar um determinado tipo de discurso sobre a evolução recente do espaço rural e que visa, paralelamente, constituir uma resposta aos desafios presentes e futuros dos meios rurais, que só fazem sentido se enquadrados num contexto de novos sentidos sociais e funcionalidades. Os processos de patrimonialização, mais do que resultarem de uma presumível predisposição passadista, e ao contrário de explicações que se têm vindo a tornar dominantes, não são apenas nem sobretudo uma espécie de seguro contra o esquecimento, funcionando antes como instrumento de afirmação e de legitimação de interesses de determinados grupos sociais e como estratégia de captação de recursos e de transformação identitária de lugares que procuram tornar-se competitivos. As verdadeiras razões da multiplicação sem fim das estratégias de patrimonialização ficam frequentemente escondidas (PEIXOTO, 2002).

Para dar conta da tendência actual de patrimonialização, inúmeras explicações têm vindo a ser avançadas pelos mais diversos autores. Algumas delas enfatizam as transformações ocorridas no imaginário ocidental nas últimas décadas. Outras dão ênfase à velocidade do período actual da globalização, que tem dado origem a uma busca ansiosa de referenciais identitários por parte das sociedades contemporâneas. A tendência de revalorização do passado – observada também nas alterações visíveis na sensibilidade do turista relativamente à concepção, preservação e fruição do património histórico – foi sugestivamente interpretada por HARVEY (1989). O autor explica como este fenómeno decorre das mudanças recentes nas condições gerais de funcionamento da sociedade e da economia do capitalismo tardio e pós-fordista, em particular das variações das dimensões do tempo e do espaço à luz da condição pós-moderna: aquilo que designou por compressão espacio-temporal. A certeza do espaço e do lugar absolutos foi substituída pelas inseguranças de um espaço relativo em mudança, em que os eventos de um lugar podiam ter efeitos imediatos sobre vários outros. CHOAY (2005) realça ainda que qualquer mudança conduz fatalmente ao desaparecimento de elementos que fazem parte do quotidiano das práticas: comportamentos, saberes, objectos, ambientes construídos e paisagens. É nos momentos de ruptura da continuidade histórica que as atenções se tendem a direccionar mais para a memória. É nestes momentos que se produz frequentemente a tomada de consciência patrimonial, sob a forma de uma recusa do desaparecimento. O reconhecimento de representar valores e necessidades que estabelecem vínculos entre o presente e o passado, dá assim coerência a um mundo em constante transformação.

Ainda de acordo com a leitura de HARVEY (1989), a revalorização do passado, a febre do património, a valorização das tradições e das particularidades locais, constituem respostas à mundialização dos comportamentos sociais e culturais, acarretada pela globalização económica. Na sua utilização está implícita a recusa da perda e da precariedade, inerentes às coisas humanas, ou da assimilação e da transformação. Melhor dizendo, funcionam como reacções à vertigem causada pela crescente aceleração dos acontecimentos e do ritmo das inovações e à angústia da instabilidade identitária gerada pelas mudanças na percepção das distâncias – doravante muito mais encurtadas – e pelo aprofundamento da interactividade dos espaços (transnacionalização das empresas, globalização dos fluxos de pessoas e ideias, ...). Em suma, são o contrapeso da tendência para a normalização e para o universalismo que o projecto modernista encerra (BRITO HENRIQUES, 1996).

O “Programa das Aldeias Históricas” da Serra da Estrela e os seus sucedâneos (as “Aldeias do Douro Vinhateiro”, as “Aldeias Alentejanas”, as “Aldeias de Montanha”, as “Aldeias do Côa”) resultam de uma preocupação de criar símbolos da ruralidade profunda, num país que se urbanizou rápida e drasticamente. Reabilitadas e, muito frequentemente, exacerbadas enquanto representações territoriais e patrimoniais, estas formas espaciais mostram como o património subsidia a lógica da estetização do território contributo para o processo mais amplo de estetização da vida social, como é entendido por FEATHERSTONE (1991).

Fenómenos como o do TER contemporâneo e das práticas rurais de lazer só podem ser compreendidos se os analisarmos à luz do processo de estetização da vida social e do território em que estão a ocorrer. O TER depende crescentemente da existência de cenografias que estimulem a actividade sensorial dos

turistas. O que há hoje de novo quando olhamos para o TER é que, para além da importância do fascínio exercido pela apropriação da história, simbolizada nos monumentos e na arquitectura típica local; há outros factores de estetização que derivam dos estilos de vida, dos quotidianos dos espaços urbanos (não rurais) que a indústria turística e do lazer promove e comercializa, que são igualmente importantes para percebermos a expansão do mercado de TER.

Um dos processos que, actualmente, é particularmente não só visível nos espaços rurais, mas também nas cidades, e que tem directamente a ver com a recomposição socio-funcional das áreas urbanas, com a dimensão patrimonial do território recentemente (sobre)valorizada, com o fenómeno turístico e com o mercado urbano e rural de lazer, é o processo de estetização das paisagens. Este processo, nas diversas vertentes em que se manifesta, aponta para a reactivação de usos passados, para a fabricação de produtos artesanais e para a mobilização e a concentração de elementos culturais e históricos de modo a mostrar que as aldeias dispõem de um património valioso e digno de ser conhecido. É um processo que se caracteriza por uma invenção ou uma reinvenção de tradições, por uma certa folclorização de determinadas práticas rurais, por uma culturalização de locais e por uma transformação de arquitectura em possíveis “monumentos”. Um dos efeitos imediatos deste processo de estetização traduz-se no facto das práticas quotidianas dos indivíduos ou de locais e edifícios onde a vida normal se desenrola, estarem a ser, de algum modo, encenados para adquirirem o estatuto de um produto, de um signo e de uma imagem, reconhecidamente “genuínos” e “autênticos”, destinados a serem consumidos, ainda que sob a forma de um consumo meramente visual (URRY, 1990, 1995; URRY e CRAWSHAW, 1995).

Na sequência do lançamento do “Programa das Aldeias Históricas de Portugal”, no âmbito do ProCentro (1994-1999), têm vindo a ser idealizados e executados, sob a égide do Ministério do Planeamento e das Comissões de Coordenação Regionais, vários programas de criação de “aldeias típicas” que se pretendem temáticas. Se os objectivos iniciais destes programas visavam recuperar o património construído e salvaguardar os valores paisagísticos das aldeias seleccionadas, com a consolidação e multiplicação dos programas, foram fixados novos objectivos voltados para a dinamização socio-económica das aldeias, a fixação e atracção de população e a criação de uma imagem e de um programa de animação para cada uma delas. Os novos objectivos e as estratégias de programas de animação específicos revelam, com a preocupação de difusão de imagens positivas, que o património corresponde, de facto, e cada vez mais, a um recurso económico, num contexto de promoção de novos usos e funcionalidades. As “tradições” e os “produtos típicos” são recursos centrais das estratégias de desenvolvimento urbano e rural apostadas em fomentar o mercado do lazer e do turismo histórico e patrimonial e em promover a difusão de novas imagens. Acresce que, no contexto do turismo histórico e patrimonial, os lugares rurais receptores destes fluxos adoptam, crescentemente, estratégias de diversificação dos produtos turísticos, orientando-se, predominantemente, para circuitos alternativos onde as ideias de natureza e de ruralidade ganham uma centralidade inusitada.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reinvenção do passado proporciona o forjar de referências culturais estáveis (mesmo que simuladas), gerando um sistema coerente de sentidos organizados que permitem à sociedade lidar com o ritmo frenético da inovação e da mudança. O impulso nostálgico é, portanto, uma reacção à compressão espaço-temporal característica da condição pós-moderna do território. É neste enquadramento que se deve perceber a tendência geral de revalorização do passado e da história, inerente à histeria do património associada à redescoberta da ruralidade. A hipótese central que se defende é que esta requalificação parece prefigurar um processo em que o rural é recodificado pelas suas funções de reserva de memórias do passado e das tradições e de reserva ambiental, sendo protagonizada predominantemente pelos não rurais, indo ao encontro de um simbolismo ambiental e cultural de “paraíso perdido”.

Este contexto tem vindo a suscitar uma tendência de patrimonialização do espaço rural, através da reabilitação e revalorização social da ruralidade. E o turismo constitui, seguramente, uma das mais explícitas e demonstrativas traduções de tal tendência. Este é um aspecto teórico de máxima importância para compreender o papel que a actividade turística desempenha na recomposição funcional e económica pela qual têm passado os espaços rurais nas últimas duas a três décadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, M. (1998), "Sobre a memória das cidades", *Território*, 4, pp.5-25.
- BOURDIN, A. (1984), *Le Patrimoine Réinventé*, Paris, PUF.
- BRITO HENRIQUES, E. (1996), "Turismo, património e cidade: da revitalização urbana ao risco de manipulação das paisagens", in C. CAVACO (org.), *Turismos e Lazeres*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, pp.54-65.
- CAVACO, C. (1995a), "Turismo rural e desenvolvimento local", in C. CAVACO (org.), *As Regiões de Fronteira, Inovação e Desenvolvimento na Perspectiva do Mercado Único Europeu*, EPRU 43, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, pp.351-401.
- CAVACO, C. (1995b), "Rural tourism: the creation of new tourist spaces", in A. MONTANARI; A. WILLIAMS (org.), *European Tourism. Regions, Spaces and Restructuring*, Nova Iorque, John Wiley & Sons, pp.127-149.
- CAVACO, C. (1996), "Turismo rural e desenvolvimento local", in A. B. RODRIGUES (org.), *Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais*, São Paulo, Editora Hucitec.
- CAVACO, C. (1998), "Turismo(s) de ontem e de amanhã", *Economia & Prospectiva*, 1(4), pp.61-78.
- CAVACO, C. (2001), "O mundo rural português: desafios e futuros", in A. B. RODRIGUES (org.), *Turismo Rural: Práticas e Perspectivas*, São Paulo, Editora Contexto, pp.15-33.
- CAVACO, C. (2003), "«Habitares» dos espaços rurais", *Revista da Faculdade de Letras do Porto - Geografia*, vol. XIX, pp.47-64.
- CHOAY, F. (1992), *L'Allégorie du Patrimoine*, Paris, Editions du Seuil.
- CHOAY, F. (2005), *Património e Mundialização*, Évora, Casa do Sul Edições.
- FEATHERSTONE, M. (1991), *Consumer Culture & Postmodernism*, Londres, Sage.
- HARVEY, D. (1989), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford, Blackwell.
- LUCINDA FONSECA, M. (2001), "Património, turismo e desenvolvimento local", in A. B. RODRIGUES (org.), *Turismo Rural: Práticas e Perspectivas*, São Paulo, Editora Contexto, pp.47-68.
- NAVE, J. G. (2003), "O rural e os seus duplos", in J. PORTELA; J. CASTRO CALDAS (org.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, pp.129-148.
- PEIXOTO, P. (2002), "Os meios rurais e a descoberta do património", *Oficina do Centro de Estudos Sociais*, 175.
- PHILLIPS, M. (2004), "Other geographies of gentrification", *Progress in Human Geography*, 28 (1), pp.5-30.
- PORTELA, J. (2003), "Portugal-Chão: que futuro futurível?", in J. PORTELA; J. CASTRO CALDAS (org.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, pp.3-33.
- RIBEIRO, M. (2003), "Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural, em Portugal", in J. PORTELA; J. CASTRO CALDAS (org.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, pp.199-216.
- SIMÕES, O. (2003), "Turismo em espaços rurais e naturais: um ponto de partida", in O. SIMÕES; A. CRISTÓVÃO; J. CASTRO CALDAS (org.), *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra, pp.15-23.
- STAUTH, G.; TURNER, B. (1988), "Nostalgia, postmodernism and the critique of mass culture", *Theory, Culture & Society*, 5 (2/3), pp.509-526.
- URRY, J. (1990), *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londres, Sage.
- URRY, J. (1995), *Consuming Places*, Londres, Routledge.
- URRY, J.; CRAWSHAW, C. (1995), "Turismo e consumo visual", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, pp.47-68.