



Barro Preto de Bisalhães necessita de estratégias de promoção e consumo

A conclusão é de uma investigação de doutoramento dedicada a esta arte do Concelho de Vila Real.

Edgar Bernardo, bolseiro do Projeto Dourotur da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) investigou o Barro Preto de Bisalhães e concluiu que, apesar de este ser património cultural imaterial da UNESCO desde 2016, “continuam a não existir estratégias adequadas para a promoção e consumo da olaria adaptadas à atividade turística”.

A tese intitulada ‘Patrimonialização e Turismo Cultural no Douro: o caso do barro de Bisalhães’ foi defendida na Universidade de Aveiro e discutiu as relações, dissonâncias e

a importância da relação dos processos de patrimonialização e de turistificação da cultura com foco na olaria negra de Bisalhães, como uma oportunidade de refletir sobre processos culturais, políticos e económicos, nacionais e internacionais, com diferentes impactos e importância para os atores envolvidos.

Segundo o investigador “as instituições públicas continuam a contribuir para a construção de um discurso patrimonial autorizado, e acabam por, não só impedir inovações e reconstruções da cultura local, aprisionando-a, como também, limitam os proveitos económicos dos oleiros face a essa patrimonialização ao consumir peças às novas empresas, para uso como lembranças institucionais, e não aos artesãos”.

Também os artesãos (oleiros) procuram “disputar pelo poder discursivo oficial fechando, sobre si mesmos, toda a legitimidade sobre o que era autêntico na interpretação, narração e produção da olaria e veem a patrimonialização como um processo de e para políticos ao qual estão alheios e não beneficiam diretamente”, acrescenta.

O Barro Preto de Bisalhães é atualmente produzido por quatro Artesãos de Vila Real e pelas empresas *Bisarro Ceramics* e *Soenga*, com produção artesanal, industrial/artesanal e industrial, respetivamente.

Por essa razão, no que respeita à produção e comercialização dos produtos de barro preto, “existe a perceção entre os oleiros e entre alguns agentes locais, de que a patrimonialização está a ser capitalizada maioritariamente por novos empresários e produtores que recorrem à marca da UNESCO para vender produtos não tradicionais ou autênticos prejudicando os oleiros e a própria arte”, refere Edgar Bernardo.

As peças produzidas pelos oleiros estão expostas no posto de turismo, nos museus, e em alguns restaurantes e hotéis,

sobretudo na cidade de Vila Real, mas estas são vendidas pelos oleiros diretamente ao consumidor/turista, “não existindo nenhuma estrutura organizada que encaminhe visitantes de forma sistemática aos postos de venda”, salienta o investigador.

A marca UNESCO, segundo a perspetiva e discurso dos oleiros tradicionais “não trouxe, até à data, nenhuma vantagem direta reconhecida, além do acesso à matéria-prima. Esta perceção negativa do processo, surge por entenderem não ter beneficiado como e onde previam, e haviam proposto no plano de salvaguarda feito aquando da candidatura a Património da UNESCO”, menciona o mesmo responsável.

Já os “representantes das instituições públicas consideram o processo um sucesso, estando satisfeitos com as metas atingidas até à data, ainda que nem todos os objetivos tenham sido ainda atingidos”.

Independentemente da “veracidade da justificação”, a perceção dos oleiros e da comunidade é de que o “plano de salvaguarda não trouxe, até à data, efetivamente nenhuma alteração que permita potenciar o consumo da olaria por parte de turistas nacionais ou estrangeiros. Mais, esta perceção reforça a ideia de que os oleiros e a aldeia de Bisalhães não foram ou estão a ser escutados e envolvidos no presente e no futuro da olaria”, conclui Edgar Bernardo.

Este trabalho de investigação foi defendido em junho de 2020 na Universidade de Aveiro, sob a orientação científica de Elisabeth Kastenholz, Professora Associada da Universidade de Aveiro, com coorientação de Xerardo Pereiro, Professor Auxiliar UTAD está integrada no Projeto Dourotur. Esta é a segunda tese de doutoramento de Edgar Bernardo que é também docente da licenciatura em Turismo na UTAD.

Foto: Barro preto de Bisalhães

Créditos: Projeto Dourotour