

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ

ALINE DE CALDAS COSTA

**ARTESANATO E TURISMO EM ITABUNA (Bahia): dois estudos de caso à luz da
Economia Criativa**

ILHÉUS – BAHIA

2008

ALINE DE CALDAS COSTA

**ARTESANATO E TURISMO EM ITABUNA (Bahia): dois estudos de caso à luz da
Economia Criativa**

Dissertação apresentada, para obtenção do
título de Mestre em Cultura & Turismo, à
Universidade Estadual de Santa Cruz.

Área de Concentração: Memória, Identidade e
Expressões Culturais

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria de Lourdes
Netto Simões

ILHÉUS – BAHIA

2008

ALINE DE CALDAS COSTA

**ARTESANATO E TURISMO EM ITABUNA (Bahia): dois estudos de caso à luz da
Economia Criativa**

Dissertação apresentada, para obtenção do
título de Mestre em Cultura & Turismo, à
Universidade Estadual de Santa Cruz.

Área de Concentração: Memória, Identidade e
Expressões Culturais

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria de Lourdes
Netto Simões

Ilhéus-BA, 03/2008

Maria de Lourdes Netto Simões – Prof^a. Dr^a.
UESC - BA
(Orientadora)

Ricardo Gomes Lima – Prof. Dr.
UERJ-RJ

Hélio Estrela Barroco – Prof. Dr.
UESC- BA

DEDICATÓRIA

Para os meus familiares, especialmente minha avó Elba Nancy e Fabrício, presenças firme e amorosa de todos os momentos, dedico.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Estadual de Santa Cruz, à CAPES e ao Mestrado em Cultura & Turismo, pela oportunidade de realização do curso.

À Prof^ª. Dra Maria de Lourdes Netto Simões (querida Tica), pela orientação, amizade e apoio indispensáveis para a caminhada acadêmica, especialmente, de vida.

Aos companheiros do grupo Icer, pelas contribuições teóricas e presenças firmes ao longo de minha caminhada acadêmica.

À FAPESB, pelo apoio ao projeto EXCUL, permitindo participação em eventos, publicações, acesso a material bibliográfico e desdobramentos da pesquisa com o documentário Expressões Culturais e Turismo: patrimônio e sustentabilidade.

A todos os professores do mestrado, em especial ao Prof. Dr. Sócrates Jacobo e à Prof^ª. Dr^a. Janete Ruiz de Macedo, pelo apoio e exemplo docente.

Às amigas Mari, Gisane, Mércia, Cristiane e Sylvia pela amizade, parceria e colaboração.

A todos os amigos e colegas do mestrado, com atenção especial para o crítico e experiente Astor Vieira, o divertidíssimo Urbano Cavalcante, a doce Pricilla Andrade, Bete Sayuri e o apoio de sempre e, em especial, a Edwaldo Sérgio, exemplo de dedicação e espiritualidade.

À secretária Brenda Calheira, pela eficiência e cordialidade e a todos os funcionários do mestrado pela presteza e zelo.

À professora Patrícia Argôlo, pela contribuição na tradução do resumo para a língua estrangeira.

Ao professor Paulo Miguez, pelo compartilhamento de bibliografia sobre Economia Criativa e pela carinhosa atenção recebida em congressos na capital baiana.

À Associação Itabunense de Artesãos, na pessoa de seu presidente, Rubens de Jesus, pelo acolhimento, gentileza, colaboração e confiança na pesquisa.

Aos artesãos itabunenses, especialmente José de Souza, Adonias Borges, Marcia, Thirson, Fernandes, Lena, Conceição e Ana pelo apoio e estímulo à construção do projeto de pesquisa, sobretudo, pelo exemplo de perseverança e fé na cultura e na cidade.

A minha avó, pela certeza de uma caminhada vitoriosa; a Fabrício, companheiro de todos os momentos; a Lindalva e Valdir, queridos “pais tortos”; a minha prima Fernanda e seu esposo Flávio, pela cordial hospedagem nas idas à capital.

A todos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho, sinceros agradecimentos.

ARTESANATO E TURISMO EM ITABUNA (Bahia): dois estudos de caso à luz da Economia Criativa

Autora: Aline de Caldas Costa

Orientadora: Maria de Lourdes Netto Simões

RESUMO

O trabalho tem como objetivo analisar o tratamento dado ao artesanato em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Em abordagem transversal e interdisciplinar, a pesquisa toma como estudo os casos dos artesãos José de Souza e Adonias Borges, devido aos seus lugares de destaque junto à comunidade de artesãos do município e ao interesse turístico de suas produções, sempre relacionadas à temática da cultura regional. Embora já esteja na lista de produtos exportados, a diversidade da produção artesanal em Itabuna ainda é pouco explorada em termos de políticas de incentivo à cultura, ações de planejamento turístico e parcerias público-privadas que permitam a formação de uma rede comprometida com o desenvolvimento sustentável e a inclusão social. O estudo contextualiza a Economia Criativa e sua relação com o turismo e o artesanato; identifica as formas de apoio existentes à produção artesanal e ao turismo no município de Itabuna, bem como o perfil do consumidor dessa produção simbólica e, por fim, analisa o artesanato em questão sob os pilares das Indústrias Criativas: o da criatividade e identidade, o da proteção aos direitos de autor e o da sustentabilidade. A metodologia está dividida em duas etapas, sendo a primeira de pesquisa bibliográfica e a segunda exploratório-descritiva, com entrevistas a atores sociais do setor público, privado e terceiro setor, além de questionários a turistas para conhecer seu interesse pelo município, bem como pela produção dos referidos artesãos. Como resultado, sinaliza estratégias do uso da cultura como recurso para a melhoria de questões sociais, econômicas, políticas, buscando contribuir para a inclusão social e o desenvolvimento sustentável através do turismo regional.

Palavras-chave: Cultura - Turismo – Artesanato - Sustentabilidade

CRAFT AND TOURISM IN ITABUNA (Bahia): two case studies in the light of Creative Economy

Author: Aline de Caldas Costa
Adviser: Maria de Lourdes Netto Simões

ABSTRACT

This work has as objective to analyze the treatment given to the crafts in relation to culture and tourism actions, in the city of Itabuna. In transversal and interdisciplinary approach the research takes as study the craftsmen Jose de Souza and Adonias Borges' cases, because of their positions of prominence among the artisans community and, also, because of their well-known productions, always related to the topic of regional culture. Although Itabuna's crafts are in the list of exported products, the diversity of the artisan production in this city is still little explored in terms of policies to encourage culture, tourist planning actions, and public-private partnerships to enable the formation of a network committed to sustainable development and social inclusion. The study contextualizes the Creative Economy and its relation with the tourism and the craft. It identifies the existing forms of support to the artisan production and to the tourism in the city of Itabuna, as well as the profile of the consumer of this symbolic production and, finally, it analyzes the craft, object of this study, under the Creative Industries perspectives: the creativity and the identity, the protection to the copyrights, and the sustainability. The methodology is divided in two stages, the first one is the bibliographical research, and the second one is the exploratory-descriptive, including interviews with social actors in the public, private and third sectors, beyond questionnaires to the tourists in order to know their interest for the city, as well as for the craftsmen production. As result, this work signposts strategies of the use of the culture as resource for the improvement of social, economic, political issues, searching to contribute for the social inclusion and the sustainable development through of the regional tourism.

Key words: Culture – Tourism - Crafts - Sustainability

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Ilustração rodoviária da Costa do Cacau.....	13
Figura 02: Modelo do Sistur, de Mário Carlos Beni	41
Figura 03: Modelo Existencial na Sociedade Industrial, de Jost Krippendorf	43
Figura 04: Tipos de licença <i>creative commons</i>	61
Figura 05: Local de origem do visitante.....	116
Figura 06: Local de residência dos visitantes do SAG.....	117
Figura 07: Sexo dos visitantes do SAG	118
Figura 08: Estado civil do visitante do SAG	118
Figura 09: Faixa etária dos visitantes do SAG	119
Figura 10: Grau de escolaridade do visitante do SAG	119
Figura 11: Cidade em que o visitante encontra-se hospedado.....	120
Figura 12: Motivação de visita ao município	120
Figura 13: Tempo de permanência do visitante no município	121
Figura 14: Expectativa em relação ao artesanato da cidade antes de entrar no SAG.....	121
Figura 15: Propensão a gastar do visitante do SAG	122
Figura 16: Motivações para comprar o artesanato de José de Souza e Adonias Borges.....	122
Figura 17: Como souberam da existência do SAG.....	123
Figura 18: Impressão após visitar o SAG.....	123
Figura 19: Estatuetas Gente Grapiúna, de José de Souza, ilustrando a colheita através da foice e do fruto.....	134
Figura 20: Estatuetas Gente Grapiúna, ilustrando o transporte da saca e com o caçuá.....	134
Figura 21: Estatuetas Gente Grapiúna, ilustrando figuras femininas	134
Figura 22: José de Souza, SAG, Itabuna	134
Figura 23: Chaveiros em formato de cacau, de Adonias Borges.....	154
Figura 24: Cofres para moedas em formato de cacau, de Adonias Borges	154
Figura 25: Jogo de chá, de Adonias Borges	154
Figura 26: Quebra dos cocos de cacau, de Adonias Borges.....	154
Figura 27: Artesanato em cordas de sisal, de Adonias Borges.....	155
Figura 28: Decoração de paredes em alto relevo, de Adonias Borges	155
Figura 29: Adonias Borges, SAG, Itabuna	155
Figura 30: Amuleto da prosperidade, de Adonias Borges.....	164

LISTA DE SIGLAS

AIART	Associação Itabunense de Artesãos
AME	Agência Municipal de Empregos
APCFE	Associação dos Profissionais do Cacau Fino e Especial
CEPLAC	Comissão Executiva para o Plano da Lavoura Cacaueira
CITEC	Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
CNC	Conferência Nacional de Cultura
CNPC	Conselho Nacional de Política Cultural
DCMS	Departamento para Cultura, Mídia de Comunicação e Esportes
FICC	Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania
FNC	Fundo Nacional de Cultura
FTC	Faculdade de Tecnologia e Ciências
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
MEC	Ministério da Educação
OIT	Organização Internacional do Trabalho
OMPI	Organização Mundial de Propriedade Intelectual
PI	Propriedade Intelectual
PIB	Produto Interno Bruto
PMI	Prefeitura Municipal de Itabuna
PNC	Plano Nacional de Cultura
PNPI	Programa Nacional do Patrimônio Imaterial
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento do Turismo
PT	Partido dos Trabalhadores
SAG	<i>Shopping</i> do Artesanato Gapiúna
SNC	Sistema Nacional de Cultura
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

RESUMO	v
ABSTRACT	vi
INTRODUÇÃO	10
1 DISCUTINDO PRESSUPOSTOS	25
1.1 Cultura, artesanato e turismo: re-visitando conceitos	26
1.2 Da Indústria Cultural à Economia Criativa	49
1.3 Turismo e Economia Criativa: de evento a processo	68
2 PROCESSO X EVENTO: demanda por produção artesanal e fatores para o desenvolvimento do turismo no município de Itabuna (BA)	73
2.1 Formas de apoio	74
2.1.1 Setor público	77
2.1.1.1 Secretaria de Educação e Cultura.....	77
2.1.1.2 Secretaria de Agricultura e Turismo	79
2.1.1.3 Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania	85
2.1.2 Setor privado	95
2.1.2.1 Câmara de Dirigentes Lojistas	95
2.1.3 Organizações não-governamentais	99
2.1.3.1 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	99
2.1.3.2 Fundação Jupará de Ecologia e Cultura	103
2.1.3.3 Associação Itabunense de Artesãos	106
2.2 O Shopping do Artesanato Grapiúna e o perfil de seu visitante	115
3 DOIS ESTUDOS DE CASO EM ITABUNA: oferta e sustentabilidade	126
3.1 O caso José de Souza	127
3.1.1 O artesão: origem e iniciação	127
3.1.2 Criatividade, identidade e produção artesanal	131
3.1.3 Direitos de autor e circulação do conhecimento	139
3.1.4 Processo e sustentabilidade	142
3.2 O caso Adonias Borges	150
3.2.1 O artesão: origem e iniciação	150
3.2.2 Criatividade, identidade e produção artesanal	153
3.2.3 Direitos de autor e circulação do conhecimento	158
3.2.4 Processo e sustentabilidade	161
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	173
REFERÊNCIAS	180
Entrevistas inéditas	180
Referências teórico-críticas	181
APÊNDICE I – Questionário demanda turística, roteiros e entrevistas	190
APÊNDICE II – Termos de consentimento livre e esclarecido	263
APÊNDICE III – Autorizações de uso de imagem	273

INTRODUÇÃO

Ora, esse problema da compreensão humana me parece o mais importante nos tempos atuais [...]. Menos do que nunca nos compreendemos agora, porque, sujeitos de processos de evolução diferentes, os homens de hoje se sentem descontraídos e em cada um se acentua uma diversa modalidade dos enigmas que nos povoam, entre a inspiração e a sabedoria que tentamos desterrar, e a lógica e a ciência, a que nos apegamos com fervor. [...] contemplando as imagens que ora lhe são oferecidas, confrontá-las, compará-las, conversar com elas, indagar sua origem, sua razão de ser, as raízes de que procedem, o fim a que se dirigem, a mensagem que trazem, do mistério de onde surgem, e as soluções que levam de volta, depois de cumprida sua função a serviço do homem. Elas nos ensinarão que nem tudo é só passado, só futuro, mas passado e futuro ao mesmo tempo. E que se pode ser mitológico e racionalista dentro de um compensador equilíbrio

Cecília Meireles

Durante a década de 1950, Cecília Meireles somou-se a intelectuais que escreveram sobre os rumos da cultura popular, em especial, da arte folclórica, frente ao advento da modernização. A poetisa e folclorista chamava a atenção para uma nova estética em que a regularidade conformava o gosto pela “mesmice” e também para outros modos de vida, guiados pela praticidade e pela moda (1953; 1968). São, enfim, dois mundos que se encerram:

o “mundo da máquina”, onde reinam a lógica, a ciência e a indústria, paralelo ao “mundo da magia”, marcado pela sabedoria, pela inspiração, pela autenticidade e liberdade.

Cecília Meireles criticava o olhar lançado sobre as formas pré-capitalistas de produção àquela época, o qual rejeitava o consumo e a preservação dos objetos artesanais. Na corrente de pensamento da qual Cecília e seus contemporâneos faziam parte, o artesanato ocupava lugar de destaque na formação de uma identidade nacional e, portanto, era preciso lutar para que essa produção não desaparecesse frente ao avanço avassalador da industrialização. Eles ainda não podiam imaginar que o mundo dos objetos artesanais ganharia um espaço significativo no início do século XXI, fazendo dialogar mundo globalizado e culturas locais, fenômeno intensificado pelos trânsitos turísticos.

De acordo com o Jornal Bahia Negócios (2002), o artesanato movimenta cerca de 28 bilhões de reais por ano, ocupa 8,5 milhões de brasileiros, representando 2,8% do PIB do País. O relatório **Perfil dos municípios brasileiros: cultura 2006**, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2007) confirma que as exposições de artesanato ocupam o primeiro lugar nos resultados obtidos para a “existência de atividades culturais”, com 57,7% dos registros, seguidas das feiras de arte e artesanato (55,6%) e festivais de manifestação tradicional popular (49,2%). Na categoria “existência de grupos artísticos”, o artesanato permanece em posição precedente aos demais, com 64,3% dos resultados, sendo que, desse total, 53,3% são mantidos pelo poder municipal.

Em comparação com pesquisa realizada em 2005, o IBGE identificou um crescimento considerável na produção de artesanato com materiais recicláveis, igual a 17%, seguido pelo artesanato com fibras vegetais, com 13%. O bordado, principal atividade em ambos diagnósticos, manteve estabilidade no período (0,3%).

Ainda de acordo com o relatório, “a principal atividade artística nos municípios, o artesanato, apresenta um crescimento entre 46,8% para os municípios com até cinco mil

habitantes, alcançando 91,7% naqueles com mais de 500 mil habitantes” (p. 89). Apesar de crescente e promissor, o setor ainda carece de investimentos e políticas públicas específicas para combater os principais obstáculos ao desenvolvimento do artesão: a informalidade e a ausência de incentivos à produção em nível local. A pesquisa realizada pelo IBGE também mostra que a ausência de uma política municipal de cultura se repete em 42,1% dos municípios brasileiros.

O aumento da informalidade e do desemprego no início do século XXI foi impulsionado pelo avanço da automação de atividades ligadas ao setor de produção de bens e serviços. Para a região Sul-baiana, cuja economia, à época em que escreveu Cecília Meireles, se fundamentava principalmente na monocultura do cacau, as constantes quedas na cotação das amêndoas na bolsa de valores internacional e a ocorrência de pragas, como a podridão parda e a vassoura-de-bruxa - respectivamente, provocadas pelos fungos *Phytophthora spp* e *Crinipellis pernicioso* -, levaram a uma situação de desestabilidade econômica e posterior decadência. Foi nesse ínterim que Itabuna e outros municípios da região tornaram-se principais pólos receptores da população rural que buscava alternativas de trabalho em zonas urbanas (ANDRADE; ROCHA, 2005).

De acordo com o último censo demográfico realizado pelo IBGE, em 2000, a população total do município de Itabuna era constituída por 196.675 habitantes, com projeção de crescimento para 203.816, em 2005. Desse total, 97% em zona urbana. Embora os dados apontem para a implosão populacional no município, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Itabuna é igual a 0.748, ocupando o terceiro posto no *ranking* dos municípios baianos.

Localizada a 429 km da capital Salvador, Itabuna configura um eixo rodoviário que permite acesso a várias cidades turísticas ao sul do estado da Bahia, como Ilhéus, Una, Canavieiras e Itacaré.

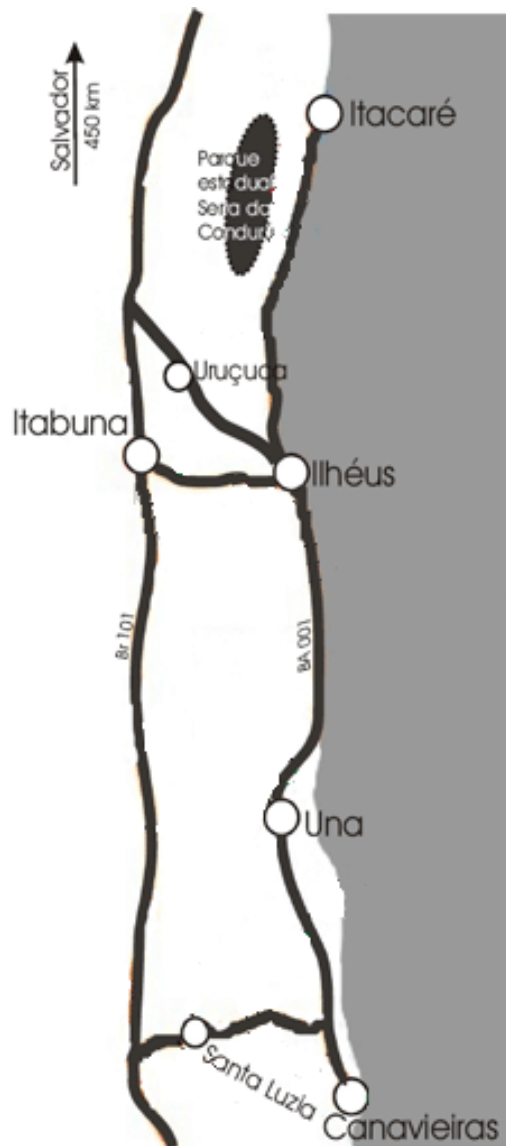


FIGURA 01 - Ilustração rodoviária da Costa do Cacaú.

Fonte: Adaptação de Aline de Caldas de http://www.costadocacau.com.br/imagens/mapa_costa_eco.gif

Durante a década de noventa, a economia da cidade se diversificou com a chegada de novos empreendimentos nos setores do comércio, da educação e da saúde, tornando-se referência em toda a região Sul-baiana e atraindo, conseqüentemente, visitantes em busca de atendimento médico-hospitalar, formação superior e negócios. Destaca-se, nessa última opção, o crescimento do setor de comércio, com a reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos, que, de acordo com o IBGE, ocupa 12.366 pessoas no município.

Entretanto, as estatísticas não abrangem aquela parcela do grupo que migrou para Itabuna durante a fase de decadência na lavoura cacauzeira e que se dedicou à produção de trabalhos manuais, já desenvolvidos no campo, mas agora tratado como opção de trabalho. Como coloca Canclini em relação à condição da América Latina, “[...] povos que nunca tinha feito artesanato, ou apenas o fabricavam para autoconsumo, [...] nas últimas décadas se iniciam nesse ramo para suportar a crise” (2003, p. 216). Em Itabuna, somente na Associação Itabunense de Artesãos - Aiart, há cerca de 50 artesãos em atividade, sendo que, desde a inauguração do *Shopping* do Artesanato Grapiúna, em 2003, aproximadamente 150 nomes foram cadastrados.

Mesmo não contando com os encantos marítimos que privilegiam Ilhéus, Itabuna tem atraído a atenção dos turistas através de eventos como o carnaval¹ e as festas juninas; a noite itabunense é considerada um atrativo, com variadas opções em pizzarias e bares, apresentações musicais na Praça Olinto Leone (centro), espetáculos teatrais no Centro Cultural Adonias Filho. Outro fator de atração de visitantes é o Jequitibá Plaza *Shopping* - único *shopping center* da região sul da Bahia - com cinema de última geração, ímpar na região e o comércio variado, privilegiado pela paisagem cênica do rio Cachoeira, que atravessa o centro da cidade.

Apesar de incompleto o inventário de seus atrativos, em processo de execução pela Secretaria de Agricultura e Turismo do município, a cidade passou a integrar o circuito Costa do Cacau em 2002, junto ao Programa de Regionalização do Turismo, dada a existência do produto e do fenômeno turístico no local². Muitas são as tentativas de implementação do turismo cultural na região Sul-baiana. Entretanto, em grande parte dessas investidas, a cultura encontra-se subordinada a um turismo massificador, em que ocorre a distorção do foco de

¹ Em 2007, a Prefeitura Municipal optou pela não realização do evento, convergindo os recursos orçamentários para a saúde e a educação.

² Justificativa apresentada pela representante da Bahiatura no I Seminário de Regionalização do Turismo – Costa do Cacau, em Ilhéus, a 17 de maio de 2006.

abordagem do potencial simbólico regional, visando principalmente a impactos econômicos de curto prazo. Tal postura ameaça a apreciação, o usufruto e a conservação do patrimônio cultural, comprometendo, por consequência, a sua sustentabilidade.

Sabemos que o turismo tanto pode impulsionar a atividade cultural, quanto pode descaracterizá-la. O aumento do público alimenta a criatividade de artistas e intensifica a valorização das tradições locais, fazendo circular o capital na região. Porém, devem-se avaliar os riscos de cairmos na encenação de uma autenticidade, acompanhada por uma interpretação superficial do rico patrimônio cultural local – o qual se multiplica em forma de música, literatura, teatro, pintura, escultura, arquitetura, artesanato etc.

A discussão sobre o encontro entre artesanato e turismo deve levar em conta, quando se analisam os impactos negativos, a existência de um quadro de dificuldades concretas por que passam os artesãos no Brasil. Uma das principais causas apontadas por Pinho (2002) está na “estereotipação dos produtos” e no aumento quantitativo da produção.

De norte a sul do país, junto aos vendedores ambulantes ou nas feiras fixas e móveis, o conjunto de objeto é, em sua maioria, padronizado. Do barro ao tear, dos materiais reciclados às madeiras, entre diferentes matérias-primas e ofícios, os modelos, ditados pela massa que se abastece de tendências duvidosas, têm provocado resultados indiscriminadamente repetitivos, revelando a falta de competitividade, que embute (embuste!) a combinação de baixa qualidade e baixo preço (p. 171).

Todavia, em Itabuna, destacam-se os temas do cacau, origem de grande parte dos artesãos que vivem atualmente no município, seja na pintura, escultura, culinária e literatura. Embora já esteja na lista de produtos exportados, como ocorre com Adonias Borges, a diversidade da produção artesanal em Itabuna ainda é pouco explorada. Faltam políticas de incentivo à produção e incremento da qualidade dos produtos, sobretudo ações que favoreçam o desenvolvimento turístico, dando visibilidade à cultura local.

Entendido como um “ciclo que engloba a *criação, produção e distribuição* de produtos que usam o conhecimento e o ativo intelectual como principais recursos produtivos”

(SANTOS, 2005, s/p., grifos nossos), pode-se considerar que o conceito de Economia Criativa implica na necessidade de uma mudança do olhar (MOLINA, 2001; DEHEIZELIN, 2005b). Tal mudança consiste em substituir as ações fundamentadas em “evento” - iniciativas de curto prazo que, pela ausência de mecanismos de participação e controle, acabam por degradar cultura e ambiente, além de aumentar a exclusão social - para trabalhar com base em “processo”, ou seja, ações integradas que forneçam subsídios a um modelo de desenvolvimento local em que a cultura comparece como eixo articulador central.

Os especialistas em planejamento do turismo consideram necessário, em primeiro lugar, um levantamento de dados, objetivando um diagnóstico, que se divide em duas etapas. A primeira consiste num “inventário” e marca o momento de conhecer a oferta e a demanda pelos atrativos, situação dos serviços, recursos naturais e infra-estrutura disponíveis para a realização das atividades ligadas ao fenômeno turístico. A segunda etapa é de “análise macroambiental”, a qual permite conhecer o mercado e seu entorno, o ambiente interno (pontos fortes e fracos) e externo (oportunidades e ameaças) do território que se deseja trabalhar (PETROCCHI, 1998; IGNARA, 1999). O trabalho de diagnóstico oferece uma síntese da situação atual, ilustrando o quadro de mercado do qual se pretende partir para alcançar outra condição, desejada.

Para os estudiosos da Economia da Cultura, o uso da lógica econômica e sua metodologia de mapeamento e acompanhamento de indicadores são fundamentais para analisar as relações entre oferta, distribuição e demanda culturais, identificando as falhas no acesso, limitações ao consumo e possibilidades de correção das políticas públicas de cultura, visando a alcançar um quadro de desenvolvimento, uma situação também desejada. De acordo com Yúdice (2007), o desenvolvimento e a sustentabilidade com base na Economia Criativa dependem, antes, de uma vasta pesquisa de diagnóstico.

Uma economia cultural voltada ao desenvolvimento e à sustentabilidade requer mais que medidas e incentivos. [...] Requer um plano abrangente, com inventários em todos os tipos de trabalhadores culturais, atividades, equipamentos, fontes de apóio, assessoria e financiamento, etc. Em alguns casos se procura começar com indicadores e medições; mas antes disso, precisa-se de inventários e estatísticas básicas e também do conhecimento das necessidades das populações que trabalham e participam da cultura. Sem esse tipo de estudo, os financiamentos e incentivos podem ser mal aplicados e fracassar. São necessários ademais planos para equilibrar as ações dos grandes empreendimentos culturais – as *majors* musicais ou audiovisuais e as grandes cadeias hoteleiras em turismo – com as iniciativas das MPÉs, que são as mais indicadas para promover a diversidade cultural de um país (YÚDICE, 2007, s/p.).

Com base nesses pensamentos, questionamos: existe processo ou evento no tratamento à cultura e ao turismo em Itabuna? Como os setores público, privado e não-governamental atuam no desenvolvimento cultural e turístico municipal? Quais aspectos suscitam o interesse do turista pelo município de Itabuna e sua produção artesanal? Como a oferta de artesanato é vista junto aos princípios da Economia Criativa para a sustentabilidade? Que ações poderiam efetivar a perspectiva de processo na gestão cultural e turística no município?

Em Itabuna, somente constatamos, a criação do *Shopping* do Artesanato Grapiúna e, em 2006, o recadastramento de artistas no município, como iniciativas do tratamento da atividade do artesanato como processo. Porém, o quadro ainda era de insuficiência de iniciativas políticas para a produção cultural e incipiente estágio de planejamento turístico e de parcerias público-privadas que permitissem a formação de uma rede comprometida com o desenvolvimento sustentável e a inclusão social.

A pesquisa se justificou por sua atuação junto ao processo de valorização da cultura local (PINHO, 2002; REIS, 2003; 2007), visando a contribuir para com a produção de conhecimento sobre o fenômeno da visitação e consumo de artesanato em Itabuna, bem como sinalizar alternativas para o desenvolvimento através da relação entre cultura e turismo (MOLINA, 2001; BRAGA, 2007; SIMÕES, 2003; 2004), em que a comunidade, fazendo valer as suas expressões culturais, participe e seja beneficiada econômica e politicamente.

O objeto de nosso estudo foi o artesanato itabunense centrado no SAG, espaço no qual recortamos a investigação em abordagem mais detida sobre o trabalho e os depoimentos dos artesãos Adonias Borges e José de Souza. Adonias Borges foi protagonista na criação da Aiart e possui largo histórico de participação em projetos sociais e militância política pela classe artesã no município, além de apresentar aspectos empreendedores no exercício de sua profissão. José de Souza foi pioneiro em representar o homem e o cotidiano do trabalho nas fazendas de cacau, constituindo-se em exemplo vivo da memória regional. Ambos se sobressaem junto à comunidade de artesãos do município, em especial, pela relação que tecem em suas produções com o imaginário da identidade cultural regional; pela integração política e comunitária junto aos outros membros do grupo; além da demanda crescente de seus produtos por parte do público visitante do SAG.

Tendo em conta que o objetivo geral da pesquisa foi analisar o tratamento dado ao artesanato em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna, o estudo aconteceu em três etapas, em correspondência a três objetivos específicos: 1) contextualizar a Economia Criativa e sua relação com o turismo e o desenvolvimento, destacando o artesanato como Indústria Criativa; 2) identificar a demanda nas formas do perfil do consumidor e apoio institucional proveniente dos setores público, privado e terceiro setor nas áreas da cultura, produção artesanal e turismo em Itabuna e 3) analisar a oferta do artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação à Economia Criativa.

O estudo tomou como elemento norteador as reflexões de George Yúdice (2004) sobre o “uso da cultura como recurso”, que se aprofunda sobre o avanço da cultura rumo aos campos da economia e da política. Quer dizer, o setor das artes encontra-se cada vez mais envolvido com os grupos sociais, apontando soluções para melhorar os indicadores da educação, impulsionar a percepção e proteção do patrimônio através do turismo cultural, além de criar empregos e gerar renda.

Yúdice ressalta que o desenvolvimento cultural depende da capacidade de atrair investimentos e fomentar parcerias público-privadas. Nesse sentido, acentua-se a necessidade de elaborar políticas voltadas para a produção de cultura “legitimada pela utilidade”, uma vez que impulsionam indicadores econômicos (geração de emprego e renda), educacionais (difusão e gestão do conhecimento) e mesmo axiológicos (ativação de valores éticos enfraquecidos pela falta de oportunidade).

Por levar em consideração aspectos como prática e relações sociais, entendemos turismo como

uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integra-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais (MOESCH, 2000, p. 09).

A partir desse olhar, o turismo encontra-se dentre os elementos influenciadores das culturas, sendo analisado de acordo com as motivações que impulsionam o indivíduo a viajar e conhecer lugares e culturas diferentes. Destacamos que o turismo foi tratado na perspectiva da sustentabilidade, que, de acordo com o Ministério do Turismo no Brasil (2004, p. 11), é o "princípio estruturador de um processo de desenvolvimento centrado na equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente", o que significa conciliar benefícios nas esferas econômica, social e ambiental para os anfitriões.

O conceito de cultura, assim como o de turismo, admite muitas leituras. Em nosso estudo, reunimos o pensamento de diferentes autores para chegarmos à concepção de cultura como um conjunto de mecanismos de controle que coordenam o comportamento humano, marcando diferentes formas de vida, em um universo de seleção de signos e criação de significados, mergulhado em um plano de fundo político (GEERTZ, 1989; SAHLINS, 1997; GUATTARI; ROLNIK, 1996; MENEZES, 1996).

Nessa relação entre o eu e o outro, empregamos o conceito de identidade cultural, que, no momento pós-moderno, envolve o sentimento de pertença a uma comunidade imaginada em que os membros partilham, hibridizam e reforçam referências históricas (HALL, 1999; SIMÕES, 2004). Assim, o sujeito é visto como fragmentado, composto de várias identidades móveis, flexíveis, em interação constante com universos diferentes.

Nesse sentido, a cultura popular tem suas raízes nas condições sociais e materiais de classes específicas [em qualquer época]; em consonância com as tradições e práticas populares, em diálogo com as esferas da cultura erudita e de massa, formando, portanto, um campo de hibridismos (HALL, 2003; CANCLINI, 2003).

Esclarecemos que o artesanato foi estudado com base em um olhar alargado sobre os critérios de conceituação publicados entre o final da década de 1980 até o período atual. Uma vez que se encontra atravessado por dependências de mercado, indústrias culturais, turismo e referentes do passado, o artesanato, na contemporaneidade, não se comporta junto a critérios herméticos acerca da temática, matéria-prima e metodologia de produção. Nosso estudo ocupou-se de trabalhos em que o espírito criativo se faz guia de uma produção manual, com base em matérias-primas e necessidades de uso que traduzem as preocupações de cada época e lugar.

O artesanato foi tratado aqui no âmbito das Indústrias Criativas que, embora ainda seja um conceito em construção, é aqui entendido como sendo “atividades que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm potencial para a criação de renda e empregos por meio da geração e exploração de propriedade intelectual” (BRITISH COUNCIL, 2005, s/p.). O debate sobre Indústrias Criativas envolve variadas esferas na implementação de uma política que se apresenta através de projetos com fins mais abrangentes, como socioculturais, reunindo capitais heterogêneos no financiamento à cultura, fomento a parcerias público-privadas e proteção aos direitos autorais, promoção de

planejamentos estratégicos. Tendo as Indústrias Criativas como núcleos produtores, a Economia Criativa apresenta um caráter inclusivo multidirecional gerando impactos em outras atividades econômicas (DEHEIZELIN, 2006b), no presente caso, o turismo.

A pesquisa foi do tipo quali-quantitativa e exploratória, constituindo-se uma abordagem interdisciplinar, dividida em duas fases. A primeira, de pesquisa bibliográfica, relacionou elementos teóricos para respaldar a possibilidade de tratar a cultura e o turismo como “processo”, em correspondência a três blocos de discussão, aos quais chamamos pilares da Economia Criativa: o aspecto cultural/criativo; o aspecto jurídico (propriedade intelectual/proteção ao patrimônio); o aspecto econômico (políticas de incentivo à produção cultural/financiamento da cultura, geração de renda etc.).

Na segunda fase, de pesquisa exploratório-descritiva, os dados foram coletados em campo, com base na técnica de entrevista semi-estruturada. As entrevistas foram disparadas por um roteiro composto por algumas questões comuns e outras específicas para cada entidade, referentes às suas atribuições, discriminadas pelo referencial teórico do estudo, além de indagações que surgiram ao longo dos depoimentos. Num primeiro momento, foram entrevistados atores sociais relevantes para a cultura, o artesanato e o turismo no município, cuja amostragem foi por julgamento (DENCKER, 2001, p. 179), a partir da qual e com base no referencial teórico foram selecionados elementos representativos para o estudo.

Em seguida, foram entrevistados os artesãos em questão, seguindo os parâmetros do estudo de caso (BELAS, 1998) para conhecer a percepção de cada sujeito envolvido com o contexto, permitindo uma compreensão mais clara da natureza e da dinâmica do fenômeno. Aqui, nosso interesse era conhecer aspectos ligados aos três pilares da Economia Criativa junto aos artesãos José de Souza e Adonias Borges e as formas de apoio à produção cultural e ao turismo por parte dos setores público, privado e não governamental.

Ainda na segunda fase do estudo, foram aplicados, com os turistas, questionários estruturados, visando a identificar o interesse pelo artesanato e município em questão. Então, adotamos o tipo de amostragem não probabilística por exaustão, ou seja, o máximo de questionários possíveis de serem preenchidos num determinado intervalo de tempo. Os turistas foram abordados no *Shopping* do Artesanato Grapiúna durante oito dias – de quarta a sábado da segunda e terceira semanas do mês de janeiro, ápice da alta estação, no ano de 2007. Os horários escolhidos também seguiram esse critério: das 16h00min às 17h30min horas, exceto aos sábados, quando o mercado de artesanato abre das 09h00min ao meio dia.

Os dados recolhidos foram operacionalizados em análise qualitativo-descritiva, apresentando e discutindo os resultados obtidos com as entrevistas aos representantes de cada setor envolvido, bem como aos artesãos selecionados. Os dados referentes ao perfil do consumidor dos artesanatos em estudo foram analisados de modo quantitativo-estatístico.

Com base no exposto, o estudo sobre artesanato e turismo em Itabuna foi estruturado em três capítulos. Em nosso primeiro capítulo, intitulado **DISCUTINDO PRESSUPOSTOS**, encontra-se o lastro teórico sustentador do estudo, dividido em três subcapítulos. O primeiro deles foi dedicado à discussão conceitual sobre cultura, artesanato e turismo, explicitando o olhar teórico lançado sobre os conceitos adotados, ora combinados ou ampliados. O segundo subcapítulo abordou o trajeto histórico no qual consideramos a ampliação do conceito de Indústria Cultural até a Economia Criativa, no intuito de encadear os fundamentos tomados como norteadores de nossa análise. Finalizando, temos um subcapítulo em que tratamos da relação entre cultura, turismo e desenvolvimento com base nos princípios da Economia Criativa.

O segundo capítulo, **PROCESSO X EVENTO: demanda por produção artesanal e fatores para o desenvolvimento do turismo no município de Itabuna (BA)**, tratou das formas de apoio à cultura, turismo e produção de artesanato por parte de uma lista de atores

sociais relevantes para os referidos setores no município. Também abordou o perfil do consumidor do artesanato em estudo. A etapa se justificou porque, de um modo geral, possibilitou afirmarmos que há um consenso entre estudiosos, tanto da cultura quanto do turismo, sobre a necessidade de construir uma base de dados consistente sobre o objeto e seu espaço de inserção antes de traçar as linhas gerais de uma política de desenvolvimento local.

Esclarecemos, desde já, que não foi nossa intenção apresentar neste estudo todos os indicadores sugeridos por Yúdice, inclusive porque este objetivo requer esforços provenientes de distintas instituições. O que apresentamos aqui são aspectos sobre a “demanda pública”, aquela proveniente do setor governamental na forma de incentivo ou viabilização do consumo de bens e serviços culturais; a “demanda privada por pessoa jurídica”, na forma de apoio ou investimentos empresariais sobre a produção cultural; e a “demanda privada individual”, na forma do consumidor final, seja turista ou nativo (REIS, 2007, p. 61-62).

No capítulo terceiro, **DOIS ESTUDOS DE CASO EM ITABUNA: oferta e sustentabilidade**, nosso olhar voltou-se para os artesãos Adonias Borges e José de Souza. Os dados foram recolhidos através de entrevistas semi-estruturadas, registradas com auxílio de gravador de voz. O roteiro de entrevista foi construído em sete blocos de perguntas. O primeiro foi dedicado aos dados pessoais; o segundo, à iniciação do entrevistado no ramo do artesanato; o terceiro, intitulado *criação – memória, imaginário e identidade*, reuniu aspectos sobre o surgimento dos trabalhos apontados como carro-chefe da produção de cada artesão e o sentimento proveniente desse trabalho; o bloco quatro foi dedicado a questões sobre produção, distribuição e promoção do artesanato, versando sobre o aspecto empreendedor dos artesãos; o bloco de número cinco, intitulado *processo*, visou a identificar a relação dos entrevistados com os agentes sociais relevantes para a cultura e o turismo no município; o bloco sexto sonda o conhecimento dos artesãos sobre os direitos de autor e as leis de proteção ao patrimônio imaterial, categoria da qual seus trabalhos fazem parte; por fim, o bloco sete se

dedicou à questão da sustentabilidade econômica, sem contudo, adentrar-se em números de ordem pessoal, ou seja, priorizando o quesito satisfação em termos financeiros.

Ao longo das entrevistas, os temas listados em distintos blocos se entrelaçaram, sem, todavia, comprometer o desenrolar dos relatos. Também na tessitura do capítulo, nos permitimos certa liberdade na organização das idéias sobre a ordem dos roteiros de entrevista, de modo que a solução encontrada foi dividir o capítulo em duas partes, sendo uma para cada caso estudado e essas, por sua vez, fragmentadas em quatro subcapítulos. O primeiro foi intitulado **O artesão:** origem e iniciação e aborda a história de vida dos artesãos, a descoberta da habilidade para o artesanato e o contexto em que ocorreu a opção por essa carreira profissional. O segundo subcapítulo foi dedicado ao pilar criativo, relacionando identidade e produção artesanal. O terceiro subcapítulo versou sobre os direitos de autor e a circulação das informações. Por fim, o subcapítulo **Processo e sustentabilidade** buscou conhecer o estágio de integração dos artesãos junto aos setores público, privado e não governamental, bem como a visão do artesão sobre o mercado local para sua sustentabilidade.

Os roteiros utilizados nas entrevistas e os respectivos relatos obtidos na pesquisa são apresentados na íntegra como Apêndice I deste texto dissertativo, com a finalidade de oportunizar maiores esclarecimentos sobre a sua execução. Uma vez que optamos pelo sistema de referências autor-data, seguimos o mesmo critério para as citações das entrevistas no corpo do texto. Tratando-se de material inédito, cópias dos termos de consentimento livre e esclarecido foram disponibilizadas no Apêndice II e cópias das autorizações de uso de imagem, no Apêndice III.

1 DISCUTINDO PRESSUPOSTOS

O ser humano tem duas grandes fomes, a de pão e a de beleza; a primeira é saciável, a segunda infindável.

Onélio Cardozo

Nosso exercício primeiro se constitui num esforço em reunir elementos que consideramos essenciais para compreendermos a cultura, o artesanato, o turismo, a Economia Criativa e o desenvolvimento. Esclarecemos, antes de tudo, que não temos a pretensão de abarcar todos os fenômenos intrínsecos a esses campos – o que de pronto ultrapassa nosso objetivo e fôlego – mas, sobretudo, elencar os aportes necessários para percorrermos os caminhos escolhidos pelas terras de Itabuna.

E, para percorrê-los, três tarefas são imperativas. A primeira se constitui num trabalho conceitual em que lançamos luz sobre os significados que estamos atribuindo aos termos cultura, artesanato e turismo. A segunda requer o acompanhamento do percurso histórico das Indústrias Culturais até chegarmos à Economia Criativa. Alimentando-se das anteriores, a tarefa final deste capítulo sintetiza o olhar da Economia Criativa sobre a relação entre cultura e turismo para o desenvolvimento.

1.1 Cultura, artesanato e turismo: re-visitando conceitos

A discussão sobre artesanato, cultura e turismo vem ganhando espaço na academia há alguns poucos anos, tendo destaque especial no final da década de 1990 até o presente momento. Em palestra aos alunos do curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto (2007), a arte-educadora Maria Sonia Madureira de Pinho retomou os pontos de maior polêmica nesta área, também observados durante os últimos quatro anos em eventos acadêmicos, de abrangência internacional, realizados na capital baiana, a exemplo do Fórum Mundial de Turismo (2004), o Seminário Indústrias Criativas: rumo ao século XXI (2005), as edições II e III do Encontro Multidisciplinar de Estudos em Cultura (2006; 2007). As questões mais freqüentes sobre esse debate são: como definir o artesanato em tempos de globalização? Que políticas públicas poderiam impulsionar a sustentabilidade desse setor? Como relacionar cultura e turismo de modo a favorecer as tradições e economias locais? A quase sempre acalorada discussão perpassa principalmente pelo problema da massificação, descaracterização e diluição da idéia de artesanato, enquanto bem cultural, quando voltado para o consumo turístico, além dos percalços para alcançar a sustentabilidade.

Embora esses debates evidenciem muitos impactos negativos, a palestrante em questão defendia possibilidades saudáveis de associação entre artesanato, cultura e turismo. De fato, muito se discute sobre o tema com o objetivo de esclarecer o lugar ocupado pela cultura na atividade turística, a formulação de um conceito de artesanato que responda às demandas contemporâneas e a indicação de vias possíveis para o desenvolvimento de comunidades locais a partir do turismo cultural.

Buscando contribuir para com esses estudos, falaremos antes de cultura. Não nos cabe, neste momento, uma historiografia dos antecedentes deste conceito, tampouco um mapeamento da variedade de construções que compõe esse arcabouço. Longe disso, nos

interessa aqui a adoção de um conceito de cultura que nos oriente pelos caminhos necessários a fim de alcançarmos os objetivos desse estudo. A reunião de elementos teóricos de diferentes pensadores sobre o tema se faz relevante para que, em seguida, possamos chegar a um conceito de artesanato em atenção à dimensão da problemática atual do setor e, em fim, discutir sua ligação com o turismo.

Como sinalizamos anteriormente, o estudo da cultura viveu, durante os séculos XIX e XX, uma série de operações conceituais junto à academia, resultando numa infinidade de reflexões teóricas, com interesses variados. O antropólogo Roque de Barros Laraia escreve que o precursor neste âmbito foi Edward Tylor, com a publicação da obra **Primitive Culture**, em 1871. Para Tylor, a cultura seria um conjunto de “possibilidades de realização humana” (LARAIA, 1994, p. 21), porém, guiado por mecanismos externos à herança genética ou ao meio ambiente em que se situa o sujeito, contrariando aos pensadores do determinismo biológico e geográfico.

Cem anos após a pioneira obra de Tylor, havia mais de cento e cinquenta conceitos de cultura inventariados, somando os esforços dos antropólogos Alfred Kroeber e Clyde Kluckhorn (LAPLANTINE, 1995) aos do teórico da comunicação Abraham Moles (RISÉRIO; GIL, 1988). Tal pluralidade de contribuições se origina, vale ressaltar, das mais variadas áreas, a exemplo da Biologia, da Geografia e, mais tarde, da Antropologia, da Sociologia, das Ciências Políticas, da Comunicação, da Economia etc.

Foi então que Clifford Geertz (1989) buscou reduzir, em termos quantitativos, a noção de cultura para viabilizar exames operacionais a partir desse conceito. O antropólogo coloca que o estudo da cultura tem se desenvolvido com base em uma mobilização para ordenar sua intrínseca complexidade. Tais esforços estariam fundamentados em uma concepção estratificada de homem, na qual o ser humano seria entendido como um conjunto de camadas,

distribuídas hierarquicamente, as quais poderiam ser explicadas por diferentes disciplinas, a exemplo da Psicologia e da Biologia.

Entretanto, este mesmo autor vai de encontro a este pensamento, propondo uma imagem a qual considera “mais exata de homem”, uma visão de cultura enquanto “um conjunto de mecanismos de controle – planos, receitas, regras, instruções (o que os engenheiros de computação chamam ‘programas’) – para governar o comportamento” (p. 56). Ainda de acordo com Geertz, o homem necessita desse mecanismo extragenético para estruturar suas ações.

Neste sentido, o conceito sofre uma contração que o permite novamente apresentar uma dimensão antropológica. Ao mesmo tempo, ele também passa por uma ampliação, em que ultrapassa a visão usual de cultura como um conjunto de elementos delimitadores de diferenças entre os povos. Tal postura alargada sobre o conceito nos mostra, entre outros aspectos, que a cultura está intimamente ligada à construção mental de uma imagem de realidade no campo simbólico, fundamental para a orientação da ação do homem.

Outro autor que se dedica a defender a ampliação do olhar nos estudos sobre a cultura, visando a compreendermos “a organização da experiência e da ação humanas por meios simbólicos” é Marshall Sahlins (1997, s/p). De acordo com este autor, houve uma superação da noção histórica de cultura como demarcadora das diferenças entre os homens, a qual adotava o critério da acumulação de uma cultura nobre. O autor considera que há um reducionismo e uma instrumentalização do conceito a esta funcionalidade, que, por sua vez, amplia as distâncias e a segregação dos grupos humanos, além de promover a dissolução das “culturas humanas como forma de vida”.

O que está ocorrendo, segundo o autor, é uma “explosão de formas culturais” que deve ser “explorada em sua imensa variedade de processos culturais e de relações interessantes”. As culturas dos povos aos quais se considerou em “vias de extinção”, a exemplo de grupos

indígenas da Amazônia ou de ilhas da Nova Guiné, estariam, em verdade, se fortalecendo por meio de trocas cada vez mais intensas, alimentadas também por itens da produção cultural ocidental, não conservando, necessariamente, os mesmos usos e significados.

Para esta compreensão também concorre Meneses (1996, p. 90), caracterizando a cultura com base em três proposições: em primeiro lugar, a cultura se constitui no “universo da escolha, da seleção, da opção”, ou seja, as necessidades humanas se orientam a partir de significados atribuídos às suas representações, de modo que nossas escolhas estão sempre condicionadas pelas significações, sentidos e valores construídos em volta de “juízos” hierárquicos. Em segundo lugar, os “valores culturais [...] decorrem da ação social” (p. 92) e, portanto, emergem no campo político de poder, envolvendo mecanismos de imposição de valores, aceitação ou conflito. Por fim, o valor cultural se apresenta no “jogo concreto das relações sociais” (p. 93), não nos objetos puramente.

Outra contribuição para o conceito de Cultura que se pretende operacionalizar nesse trabalho é proposta por Felix Guattari e Suely Rolnik (1996). Para estes autores, o homem é remetido a um “mundo social e cósmico”, orientado através de “atividades semióticas”, mantidas em estado de segregação em esferas, por meio do caráter “reacionário” do conceito de cultura. Assim, o conceito servia antes à manutenção de uma ordem imposta por um grupo em posição de dominância, uma vez que o vocábulo “reacionário” opõe-se aos ideais de liberdade e democracia, revolução e mudança da ordem estabelecida.

Lançando mão de dispositivos de sujeição – econômica e subjetiva – as elites do universo capitalista buscam dar continuidade ao que os autores chamam de “cultura de equivalência”, ou seja, uma cultura que as mantém em suas posições despóticas frente às minorias, subordinadas por estes tais esquemas dissimulados de manutenção de poder. “A cultura não é apenas uma transmissão de informação cultural, uma transmissão de sistemas de

modelização, mas é também uma maneira de as elites capitalísticas exporem o que eu chamaria de um mercado geral de poder” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 20).

Entretanto, o que fica enfatizado nesse pensamento é que o conceito de cultura possui ainda uma profunda raiz política e é a partir dela que surgem possibilidades de tomada palavra, de exercícios de poder por parte de outros modelos de mundo que não o da classe social dominante, branca, masculina, ocidental etc.

Para ir de encontro ao fenômeno da subordinação, Guattari e Rolnik propõem uma contraposição aos bens simbólicos que representam esta “cultura de equivalência”, alimentada pela subjetividade capitalística. Os autores acreditam na chance de construção de “processos de singularização”, ou seja, em

uma maneira de recusar todos esses modos de encodificação preestabelecidos, todos esses modos de manipulação e telecomando, recusá-los para construir, de certa forma, modos de sensibilidade, modos de relação com o outro, modos de produção, modos de criatividade que produzam uma subjetividade singular (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 16).

Outro ponto que se destaca nas discussões sobre o conceito de cultura junto ao pensamento de Guattari e Rolnik é a postura de democratização da cultura, conectada com os processos de singularização, com as minorias culturais ativas.

É com base nesses pensamentos que consideramos o conceito de cultura como intimamente ligado a um universo simbólico, construído para além das características genéticas do homem, em que se multiplicam as formas de vida, os comportamentos e os significados, mergulhados também na questão política da organização social e busca de poder.

Mas há ainda que se acrescentar o papel das tradições no âmbito da noção de cultura que pretendemos adotar. Para muitos pensadores da modernidade, a tradição remonta ao pensamento tyloriano, em que se acreditava em cultura apenas como um arcabouço transmitido por um grupo e apreendido pelos demais. Nesse sentido, os “movimentos” da modernidade deveriam superar as tradições para constituir o mundo moderno. De acordo com

Nestór García Canclini (2003, p. 31), a modernidade se constitui em um projeto calcado em quatro movimentos básicos: expansionista, renovador, emancipador e democratizador. O movimento expansionista propunha o “incremento do lucro e, num sentido mais amplo, a promoção das descobertas científicas e do desenvolvimento industrial”. O movimento renovador consiste na “inovação incessante” que alimenta os “signos de distinção do consumo massificado”. O movimento emancipador propõe a divisão dos campos culturais e a racionalização da vida social com ênfase na autonomia. O movimento democratizador compreende a “difusão da arte e dos saberes especializados para chegar a uma evolução racional e moral” envolvendo programas “empreendidos por governos liberais, socialistas e associações alternativas e independentes”. O objetivo desse último projeto era a popularização da ciência e da cultura como meio para a evolução racional e moral. No âmbito da modernidade, desprezou-se o antigo, buscando instaurar o moderno, as novas tecnologias. Assim, o que provinha de uma produção artesanal passou a ser visto como antigo e sem valor.

Não obstante, tais projetos, ao desenvolverem-se, acumularam conflitos entre si e ainda sobre os vínculos entre tradição e modernização, resultando em uma situação inesperada de inversão. Na pós-modernidade, concebida por este autor como uma “maneira de problematizar os vínculos equívocos que o mundo moderno armou com as tradições que quis excluir ou superar para constituir-se”, as tradições não são de todo abandonadas. Elas convivem com as novas tecnologias industriais e/ou ciberculturais, num jogo constante de conflitos e negociações. Embora haja uma oferta global de bens culturais estandardizados, há, em paralelo, uma tendência de retorno aos traços e valores locais (HALL S., 1999), onde os saberes e fazeres atribuídos ao povo, em especial às práticas artesanais, passaram a suscitar um interesse ainda maior pelas formas de vida dos mais diversos povos.

Stuart Hall nos chama a atenção para o fato de que “a tradição é um elemento vital da cultura, mas ela tem pouco a ver com a mera persistência das velhas formas. Está muito mais

relacionada às formas de associação e articulação dos elementos” (2003, p. 259). Ou seja, a tradição está integrada à dinâmica da cultura e atua tanto junto à transmissão quanto na reformulação e reorganização das partes desse todo complexo que compõe a cultura, considerando diferentes contextos históricos, geográficos, simbólicos e sociais.

Também o conceito de Cultura Popular deve, na concepção desse autor, ser analisado sob o plano de um jogo em que as classes burguesa e operária disputam por uma situação de dominância e resistência. O que deve ser ressaltado é que existe aí uma tensão contínua, e, por vezes, antagônica. O popular é entendido então como “formas e atividades cujas raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas [em qualquer época]; que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares” (p. 257), em constante dialética cultural e, portanto, em estados sempre variáveis.

De um modo geral, as distinções entre cultura popular, cultura de massa ou erudita fragilizaram-se em virtude das interações (reunindo tensões, conflitos e negociações) entre essas diferentes esferas. Por vezes, uma produção ou processo cultural atravessa esses variados circuitos e resulta em bens ou práticas heterogêneas, híbridas (CAVALCANTI, 2006; CANCLINI, 2003).

Outro conceito relevante para nossa análise é o de identidade cultural. Para Stuart Hall, o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado, composto não de uma, mas de várias identidades, contraditórias ou não resolvidas. “As identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL S., 1999, 48).

No momento pós-moderno, temos também que as “as identidades e as culturas são móveis; deslocam-se, viajam, redefinem fronteiras. Muitos de seus componentes originam-se em um território e migram, acentuando seus caracteres ou hibridando-se com a cultura receptora; a desterritorialização, no lugar de apagar ou esfumaçar aspectos das culturas, na

verdade, reafirmam-nos” (SIMÕES, 2004, 27). O conceito de identidade, intrínseco ao de cultura, envolve, além do sentimento de pertença a uma comunidade, a um território, a partilha de referências de seus ascendentes e a proximidade com as novas referências. Assim, o fenômeno da dispersão dos povos e da globalização imprime ao local cada vez mais importância, visto que os descendentes dos imigrantes definem sua nacionalidade com base nas referências culturais de seus antepassados, em diálogo com o novo território.

Considerado objeto de estudo do campo do Folclore e dos estudos sobre a Cultura Popular, o artesanato se constitui em bem cultural alimentado por tradições e imagens de identidades. Durante o século XX, os estudos dos folcloristas se basearam em vasta atividade etnográfica, resultando em identificação e registro de múltiplas matérias-primas, técnicas e produtos. Os objetos artesanais receberam então luz e atenção, porém, não o suficiente para compreender como atuaram mediante a relação entre tradição e modernização. Houve, de fato, uma angústia em se resguardar o máximo possível de símbolos que compunham o manancial da Cultura Popular da ameaça que representava o processo de mundialização da cultura. Canclini, porém, vem nos chamar a atenção para a inadequação dos princípios-guia utilizados pelos folcloristas em suas investigações sobre o popular.

Uma noção fundamental para explicar as táticas metodológicas dos folcloristas e seu fracasso teórico é a de *sobrevivência*. A percepção dos objetos e costumes populares como restos de uma estrutura social que se apaga é a justificação lógica de sua análise descontextualizada (CANCLINI, 2003, p. 209, grifo do autor).

O que o autor coloca então é que o popular não estaria em vias de extinção, como julgavam os folcloristas, mas, sobretudo, vivia uma fase de reformulação e resistência, guiada pelas transformações que a industrialização impôs às microsociedades rurais, indígenas e, mesmo, urbanas. Para o autor, o critério da sobrevivência foi negligenciado por parte dos estudos dos folcloristas. Canclini está considerando que os elementos da Cultura Popular, a exemplo dos folguedos, das músicas e danças, da produção de artesanato, são, principalmente,

recursos para sustentabilidade. A crítica do sociólogo argentino aos estudos folclóricos, desde o final do século XIX, se baseia no lapso em

observar as mudanças que redefinem a cultura popular nas sociedades industriais e urbanas [...] e explicar o popular pelas interações que tem com a nova cultura hegemônica. [...] A principal ausência nos trabalhos de folclore é não questionar sobre o que ocorre com as culturas populares quando a sociedade se massifica (CANCLINI, 2003, p. 211-213).

O sociólogo, então, adota a abordagem proveniente dos estudos da Comunicação Social para compreender o lugar do Folclore na sociedade contemporânea. Seu argumento possui seis diretrizes: a) o desenvolvimento moderno não suprimiu as culturas populares: estas também se desenvolveram, transformando-se; b) o popular não está restrito às microsociedades camponesas porque atualmente as tradições se entrelaçam com aspectos da vida urbana através das migrações, do turismo, de opções simbólicas de ordem religiosa, tecnológica etc.; c) o popular não está somente nos objetos, mas, especialmente, nos “comportamentos e processos comunicacionais”; d) o popular não é monopólio dos setores populares porque se encontra alimentado por agentes dos mais variados grupos, resultando num campo de acúmulo de capital social heterogêneo; e) o popular não se sustenta por uma nostalgia às tradições e sim por uma transgressão irreverente à ordem estabelecida e, por fim, f) “a preservação puras das tradições” pode não ser a melhor opção para se “reproduzir ou reelaborar sua situação” porque a interação com o mercado global também pode oferecer possibilidades de fortalecimento socioeconômico aos grupos populares (CANCLINI, 2003, 215-236).

Esclarecidos os aportes teóricos sobre cultura, buscaremos agora, a exemplo do que foi realizado para adotar um conceito de cultura, elementos para chegarmos a um conceito de artesanato junto a essa problemática.

No Brasil, há alguns exemplos de pesquisadores e instituições que se dedicaram à difícil tarefa da conceituação teórica do artesanato. Em primeiro lugar vieram os folcloristas, a

exemplo de Luis da Câmara Cascudo com seu **Dicionário de Folclore Brasileiro** (2001, p. 24), afirmando que artesanato é “todo objeto utilitário com características folclóricas, não importando o material utilizado”. O autor subdivide o conceito em outras três possibilidades: (1) “arte folclórica”, ligada à ornamentação ou à religiosidade, a qual, de um modo geral, se constitui de trabalhos anônimos; (2) “artes plásticas”, em que um artista expressa a sua visão acerca de um signo, tendendo sempre para o universalismo e a criatividade; (3) “manufaturas”, abrangendo trabalhos sem um referencial de origem específica, geralmente distribuída para além de seu local de produção.

A proposição de Cascudo parte de uma perspectiva em que as diferenças entre os produtos, apesar de evidentes, se baseiam em suas finalidades. Os usos folclóricos, ou seja, a aplicação religiosa ou cotidiana do objeto em questão – a exemplo de ex-votos, painéis de barro, amuletos etc. – seriam o divisor de águas desta proposta conceitual. Vale lembrar que, já em sua nomenclatura, o Folclore aponta para um saber tradicional oriundo do povo, um conhecimento embutido nas tradições populares ao qual se soma os fazeres e os usos na constituição de uma proposta de estudo científico das expressões culturais ligadas às micro sociedades (VILHENA, 1997).

Outro exemplo da tentativa de conceituar o artesanato está na pesquisa da arte educadora Maria Sônia Madureira de Pinho, que identificou, em seu artigo *Produtos artesanais e mercados turísticos* (2002, pp. 171-172), três tipologias de artesanato contemporâneas. São elas o “artesanato popular genuíno”, em que se pode falar em qualidade, identidade e mercado consumidor; os “trabalhos manuais”, cuja mão de obra se apresenta menos qualificada, visando apenas a uma fonte de renda e, por fim, o “industriano”, onde um produto artesanal é alvo do processo de massificação e “souvenirização”. Os três segmentos artesanais apresentados pela autora são operacionados em seu trabalho de consultoria junto a diversos grupos de artesãos no Brasil, em especial em Minas Gerais.

Outra contribuição para esta discussão provém do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Também com base em usos, mas já se voltando para a matéria-prima, ferramentas e outros aspectos integrados do artesanato, o Sebrae desenvolveu, entre os anos de 1998 e 2003, o **Programa Artesanato**. Na ocasião, foi adotado o conceito elaborado pelo Conselho Mundial do Artesanato, segundo o qual se abrange “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (SEBRAE, 1998, s/p). Com base nesse conceito, se estabeleceu outros sete subconceitos para guiar a atuação do programa: artesanato indígena, artesanato tradicional, alimentos típicos, artesanato de referência cultural, artesanato conceitual contemporâneo, trabalhos manuais, produtos semi-industriais e industriais.

De um modo geral, os cinco primeiros itens se reportam a um grupo cultural específico, com tradições próprias transmitidas ao longo de suas gerações, cuja produção artesanal tem sua base em técnicas manuais e está integrada ao cotidiano, tanto no que se refere ao fazer quanto ao uso dos objetos. O que marca a tipologia “conceitual contemporânea” é a possibilidade de intervenção por parte de artistas e *designers* para fins de inserção do produto junto ao mercado.

As duas últimas tipologias se referem ao uso de equipamentos industriais na produção de itens, quase sempre seriada, que não se atém, necessariamente, ao local de origem e, na linha de produção, envolve diferentes agentes em cada etapa, o que não reflete o conhecimento do processo por inteiro por parte de cada sujeito envolvido. Entendemos que os produtos semi-industriais e industriais se afastam do conceito de artesanato que pretendemos alcançar com esta discussão.

Acreditamos que, nos três casos citados, ocorre uma restrição do raio de abrangência do conceito. Estamos considerando a existência de uma diversidade maior de itens a serem

ponderados, uma vez que os critérios apresentados por Cascudo, por Pinho e pelo Sebrae podem ser encontrados de forma entrelaçada, a exemplo de trabalhos que representam temas identitários, mas ainda precisam avançar em termos de qualidade; produtos que possuem mercado consumidor, mas que nascem de um processo híbrido de massificação associada ao tratamento manual etc. Há ainda o risco de se efetuar uma conceituação apressada, julgando por “industrializado” bens produzidos a partir de matérias-primas ou instrumentos industriais, entretanto com resultados diferentes, a exemplo da reciclagem.

Consideramos que o trabalho manual não descarta o uso de determinadas ferramentas ou equipamentos industriais, como máquinas de costura, formões, tornos, fornos elétricos etc. O uso de variados instrumentos na produção artesanal é característica do século XIX, onde há uma pluralidade de opções tecnológicas para facilitar a criatividade.

Também temos em conta que muitas opções de matérias-primas disponíveis para o artesanato hoje não são diversas das utilizadas nos produtos industrializados, afinal, não estamos excluindo de nossa análise os trabalhos de aproveitamento de resíduos, como madeiras, tecidos, embalagens plásticas, poliestireno celular rígido (*isopor*), papelões ou vidros, que perpassam pela problemática da conservação ambiental, gestão urbana e diversificação econômica.

Há ainda a questão da temática. Sabemos que o desafio de produzir um trabalho com tema diverso do cotidiano do artesão está presente em sua rotina, sobretudo quando o público-alvo é o visitante. Porém, nos interessa lançar, como terceiro critério, a questão da temática e uso de recursos locais enquanto alimento para a criatividade e forma de posicionamento do artesão junto ao seu grupo social e mesmo frente à sociedade.

Como bem coloca Ricardo Gomes Lima,

No mundo contemporâneo existe uma enorme gama de objetos que podemos definir como artesanato. São produtos do fazer humano em que o emprego de equipamentos e máquina, quando e se ocorre, é subsidiário à vontade de seu criador que, para fazê-

lo utiliza basicamente as mãos. Nesse sentido diríamos que o objeto artesanal é definido por uma dupla condição: primeiro, o fato de que seu processo de produção é em essência manual. São as mãos que executam basicamente todo o trabalho. Segundo: a liberdade do artesão para definir o ritmo de produção, a matéria-prima e a tecnologia que irá empregar, a forma que pretende dar ao objeto, produto de sua criação, de seu saber, de sua cultura. A maior ou menor inserção desses elementos no processo produtivo e o modo como o artesão se posiciona na rede de relações sociais que se estabelece no interior da sociedade em que vive irão determinar diferentes artesanatos (2005, p. 1-2).

Consideramos que a diferença entre um produto artesanal e outro industrial está em termos de método e foco. O artesanato nasce de um conjunto de conhecimentos construído por diferentes povos ao longo de muitas gerações. Este complexo ramo está sendo constantemente ampliado pelos novos detentores desses saberes em virtude dos trânsitos culturais e das novas experiências, individuais ou (e cada vez mais) coletivas, a exemplo do estudo de Sahlins (1997). Portanto, o foco está sobre o agente produtor, o qual domina todas as etapas do processo e pode ainda multiplicar o arcabouço de técnicas, materiais e temas.

É nesse sentido que o artesanato se aproxima da arte. Canclini descreve que, para a estética moderna, a arte estava para o cultivo do espírito e para o poder econômico, guiada ainda pelo critério da unicidade de cada peça. O artesanato, por sua vez, estaria para o ramo dos utilitários, dos objetos pequenos e de baixo custo, confeccionados sem a preocupação de manter o exemplar original na condição de único. Porém, há, hoje, um paralelismo entre os dois tipos de produção simbólica devido ao fato de ambos estarem atravessados por referentes do passado, pelas indústrias culturais, por dependências de mercado e pelo turismo.

A via para sair da estagnação em que se encontra essa questão é um novo tipo de investigação que reconceitualize as transformações globais do mercado simbólico levando em conta não apenas o desenvolvimento intrínseco do popular e do culto, mas seus cruzamentos e convergências. [...] Seria possível avançar mais no conhecimento da cultura e do popular se se abandonasse a preocupação sanitária em distinguir o que teriam a arte e o artesanato de puro e não contaminado e se os estudássemos a partir das incertezas que provocam seus cruzamentos (CANCLINI, 2003, p. 244).

O pensamento do autor vai de encontro ao dos autores que propõem separações rígidas entre as duas formas de expressão simbólica e propõe a reflexão sobre as equivalências, desconexões e cruzamentos entre os dois processos nas sociedades contemporâneas.

Para Pinho (2007), uma produção manual será sempre única e as discussões sobre gosto ou beleza não figuram em primeira instância no debate conceitual sobre artesanato. As classificações sugeridas em seu estudo, apesar de estarem fundamentadas em critérios dificilmente encontrados de forma tão isolada, evidenciam a necessidade de ampliar o olhar para aspectos tais como a valorização do conhecimento das raízes identitárias de uma comunidade local frente ao mundo globalizado e as inúmeras chances de conexão positiva entre cultura e turismo, visando à sustentabilidade de uma classe ainda informal no Brasil. Neste sentido, a autora argumenta que

A construção de um novo conceito de artesanato toma por base os indesejáveis índices de desemprego e busca, na equação estratégica, a oportunidade de abrir mercados aos artesãos, considerando-os como agentes de ação, elementos fundamentais para o crescimento deste setor econômico com tanto potencial de desenvolvimento (2002, p. 170).

O aumento da informalidade durante o século XX foi impulsionado pelas migrações em massa do campo para os grandes centros urbanos em vista de falhas ligadas às atividades agrárias e pelo avanço da automação nos setores primário e secundário. Esse fenômeno extinguiu inúmeros empregos e, ao mesmo tempo, fez surgir novas profissões, com exigências especializadas. Para o aumento desse problema também contribuiu a má distribuição da renda e do PIB nacional. Como coloca Canclini (2003, p. 215-216),

as deficiências da exploração agrária e o empobrecimento relativo dos produtos do campo impulsionam muitos povos a procurar na venda de artesanato o aumento de sua renda. [...] O desemprego é outro dos motivos pelos quais está aumentando o trabalho artesanal, tanto no campo como nas cidades, deslocando para esse tipo de produção jovens procedentes de setores socioeconômicos que nunca trabalharam nesse ramo.

O crescimento do turismo durante as últimas décadas também impulsionou esse fenômeno. Acreditamos que o resgate e a releitura de temas e saberes artesanais num momento de globalização acelerada expõe um aumento de oportunidades de ocupação de mão-de-obra e geração de renda (BARROSO NETO, 1999), configurando-se em oportunidade para o combate ao desemprego. Mais que isso, reflete um processo de reformulação dos usos culturais das tradições, apontando para um fenômeno que George Yúdice chama de “conveniência da cultura” (2004, p. 454, grifo do autor).

o conteúdo da cultura foi perdendo importância com a crescente conveniência da diferença como garantia da legitimidade. Pode-se dizer que as compreensões anteriores – os cânones de excelência artística; os padrões simbólicos que dão coerência e conferem valor humano a um grupo de pessoas ou sociedade, ou a cultura como disciplina – cedem lugar à conveniência da cultura. Na nossa era, as *reivindicações* da diferença e a cultura são convenientes à medida que se presume que “dão poder” a uma comunidade.

A noção de conveniência da cultura expõe a chance das culturas locais tornarem-se protagonistas num processo de retomada de práticas culturais específicas enquanto recurso para a melhoria sociopolítica e econômica (YÚDICE, 2004, p. 25), visando à sustentabilidade em tempos de globalização. É nesse contexto que se destacam as experiências de produção cultural voltadas para o turismo, uma atividade que apresenta muitas faces, destacando-se uma social e outra econômica.

Assim como o conceito de cultura, o conceito de turismo também recebe contribuições da Sociologia, da Antropologia, da História, da Economia, da Geografia, Ecologia etc., compondo um campo de análise interdisciplinar. Os estudos teóricos do turismo estão fundamentados, de acordo com Panosso Netto (2005, p. 46), em cinco etapas: em primeiro lugar há uma fase Pré-paradigma, seguida de uma etapa de Transição que leva à fase Paradigma, outra etapa de Transição e, por fim, as Novas Abordagens.

O autor descreve que a primeira fase reúne elementos explicativos, constituindo já uma escola de pensamento, porém, sem muito avanço no campo experimental. Destacam-se

as contribuições de Luis Fernández Fuster e Jafar Jafari, entre outros autores, os quais marcavam a natureza Inter e Transdisciplinar dos estudos turísticos.

Durante a primeira fase de transição, emerge a Teoria Geral dos Sistemas como recurso de compreensão e análise do turismo. Manifestam-se aí variados conceitos de “sistema”, evidenciando sempre as características da interação, globalidade, organização e complexidade (DURAND, 1992). Outro ponto de destaque deste período teórico é a presença marcante do Holismo como proposta de compreensão integral dos fenômenos envolvidos na atividade turística.

Somente na fase Paradigma é que esse modo sistêmico de estudo se consolida, com destaque especial para o “Sistur”, de Mário Carlos Beni.

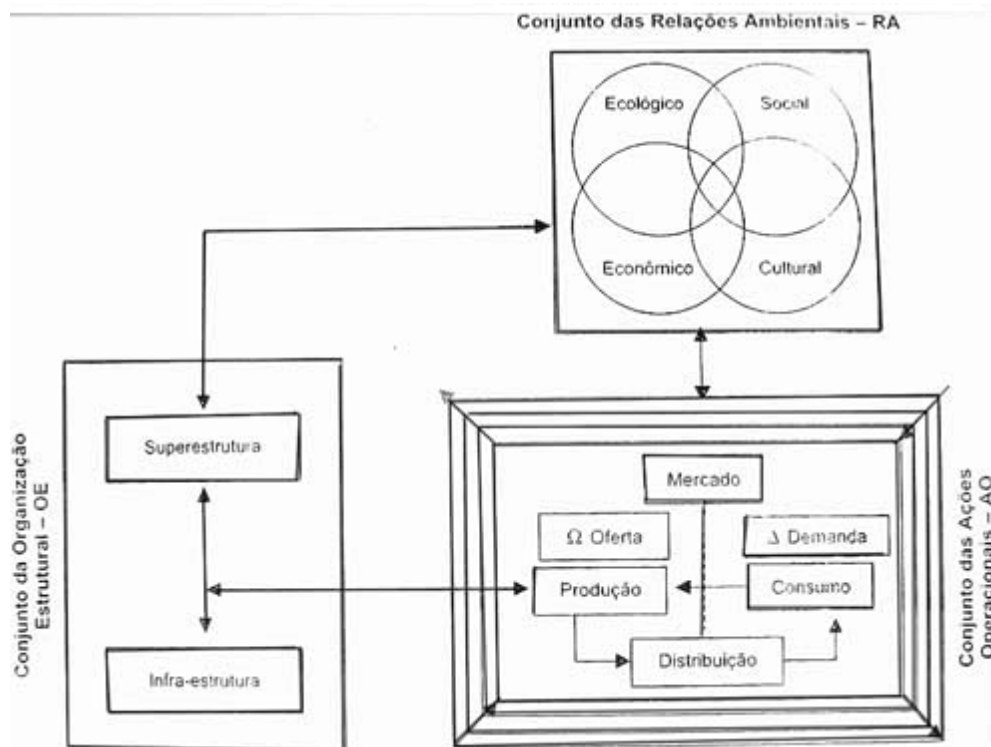


FIGURA 02 - Modelo do Sistur, de Mario Carlos Beni.

Fonte: Mario Carlos Beni (2000).

O Sistur possui três conjuntos, sendo o primeiro de “relações ambientais”, onde se localizam os recursos ecológicos, econômicos, sociais e culturais; o segundo conjunto é de

“organização estrutural”, reunindo dialogicamente superestrutura e infra-estrutura; o terceiro conjunto é de “ações operacionais”, onde se localizam os componentes do mercado: produção, distribuição e consumo. Assim, entendemos que a proposta de Beni é, predominantemente, um modelo de mercado.

Apesar de bastante amplo, o Sistur deixa de considerar aspectos relevantes para a compreensão do Turismo, como o sujeito, o tempo e o espaço, trabalhadas por Abdel Wahab na fase anterior.

Mas cabe salientar que a proposta de Beni surge num momento de difícil delimitação do objeto de estudo “Turismo” e apresenta um modelo bastante complexo e operacional, constituindo-se em referência para os estudos posteriores. Também se destacam nesta fase Neil Leiper e o modelo da tríade turista/elementos geográficos/indústria turística; Alberto Sessa, ressaltando as duas vertentes da atividade turística: a econômica e a social; Roberto Boullón e a classificação de atividades produtivas do turismo em modelo oferta-demanda, antropológico social e turismo industrial.

Na segunda etapa de transição, Panosso Neto (2005) posiciona o foco do estudo no homem e amplia aspectos não discutidos durante a fase anterior. Especificidades que fogem ao modelo ideal descrito nos sistemas - a exemplo da influência da cultura, da ética e da psicologia no comportamento dos turistas - passam a ser consideradas nas análises de Alfonso Matinéz, Sérgio Molina e Jost Krippendorf.

Esse último acredita que o sistema está envolto nas questões do “Cotidiano” (disponibilidade de recursos do meio ambiente), passando pelo “Sistema de valores da sociedade” (o ter e o ser), chegando a um estágio de deslocamento onde se destacam as viagens, o encontro e o comportamento do sujeito num estado de “Anticotidiano”, sob influências de um “estado político do Estado” (centralizador ou federalista), o qual também perpassa pelas “Estruturas econômicas” (concentradas ou descentradas). Seu modelo teórico

acrescenta aspectos da Sociologia nos estudo do turismo, enfatizando pontos para além da experiência turística na vida humana, mas o máximo de elementos que a perpassam.

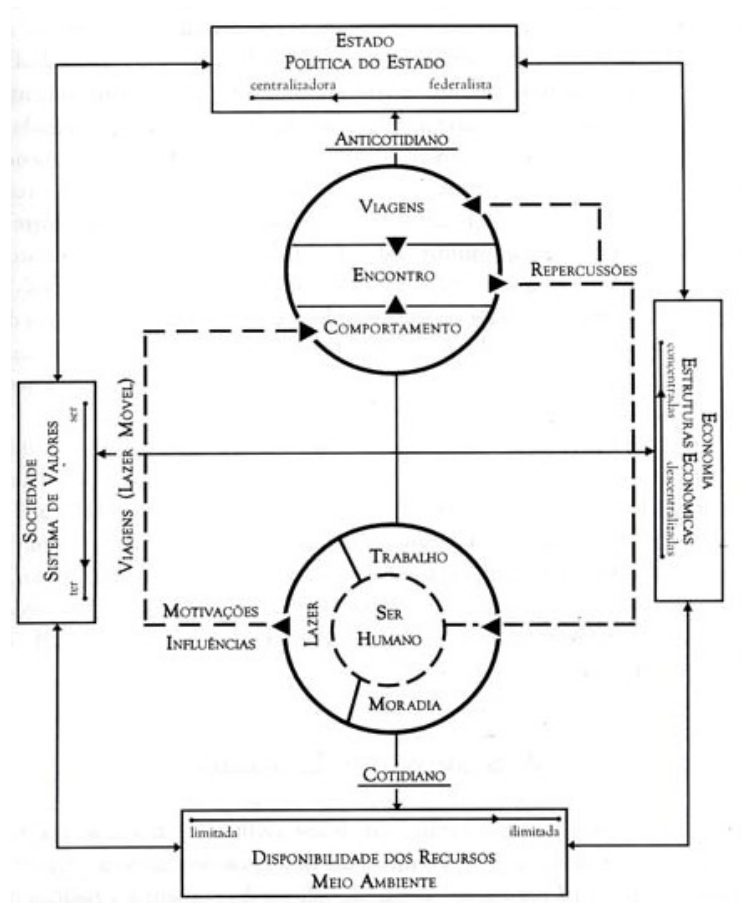


FIGURA 03 - Modelo Existencial na Sociedade Industrial, de Jost Krippendorff.
Fonte: Jost Krippendorff (2000).

Por fim, Panosso Netto (2005) refere as Novas Abordagens, que deixam de lado a Teoria dos Sistemas para propor modelos mais inovadores, como a Metáfora do Trampolim, o modelo de Turista, de aparato turístico e o Modelo turístico de Jafar Jafari.

Acreditamos que os recursos teóricos mais adequados para a abordagem que pretendemos dar à relação entre artesanato, cultura e turismo provêm de duas vertentes teóricas descritas acima: o Sistur, de Beni e o modelo Existencial da Sociedade Industrial, de Krippendorff. O primeiro nos permite entender a dinâmica do território e incluir, de modo operacional, as três esferas sociais (poder público, poder privado e sociedade civil) no

processo de gestão e planejamento (cultural e) turístico. Importa salientar que, em nossa análise, o foco permanece no sujeito enquanto agente integrante e definidor das “relações ambientais”, bem como das “relações estruturais” e “ações operacionais” do Sistor, justificando, portanto, a segunda fonte teórica do estudo.

Veamos como Beni (2000) descreve o Sistor e seus elementos num determinado território. O conjunto de “relações ambientais” engloba as esferas cultural, social, ecológica e econômica, explicitando suas devidas inter relações. Esse conjunto, embora à parte do real campo turístico, figura como fonte constante de elementos que compõem a atividade turística, emprestando elementos para forjar o produto e toda a teia de “ações operacionais”.

O conjunto de “relações estruturais”, por sua vez, apresenta a “superestrutura” como todo o aparato regulador do território, reunindo políticas e mecanismos de gerenciamento e controle. Para Beni, o Estado deve protagonizar o processo de gestão, associado ao setor privado, visando aos interesses sociais coletivos.

O turismo representa uma atividade plurisetorial que necessita de coordenação e de planejamento de seu desenvolvimento, que só podem ser providos pelo poder público. Outra característica é sua relevante implicação social e cultural que não pode e não deve interessar apenas ao empreendedor mas, (*sic.*) acima de tudo, que representar a garantia dos interesses da coletividade (p. 100).

A Política de Turismo cunhada por Beni é composta por programas guiados por três condicionantes: a primeira é a “política de preservação do patrimônio cultural, artístico, histórico, documental e paisagístico natural do país” (p. 101). A segunda condicionante é a social, em que se trabalha a democratização do acesso, a abrangência dos valores e o turismo como fonte de incentivo à criatividade. Por fim, a terceira condicionante da Política de turismo é a econômica, voltada para a dinamização do *trade*.

O segundo subsistema do conjunto de “organização estrutural” é a “infra-estrutura”, ou seja, os serviços públicos de transportes, saneamento, energia e telecomunicações, ocupação e expansão do território, serviços públicos básicos em que incide um investimento

público “incidental” sobre a atividade turística, uma vez que residentes e visitantes fazem uso destes mesmos elementos.

O conjunto de “ações operacionais” constitui-se em verdadeiro campo em que se opera a atividade turística. É onde surgem oferta e demanda, com a produção, distribuição e consumo, constituindo o mercado. O objeto do turismo então, se caracteriza pelo equipamento receptivo e fornecimento de serviços para satisfazer às necessidades do turista, o que envolve decisões sobre o que, como e para quem produzir; estratégias de distribuição em que dialogam produtores de serviços, operadores de turismo, agências de viagens e consumidores; por fim, o processo de decisão de compra.

Neste modelo, a atividade turística está em consonância com subsistemas distintos, interagindo entre si. Cada componente do sistema é fundamental para conhecer o comportamento do ambiente e planejar o turismo de maneira integrada, bem como controlar e corrigir procedimentos de gestão ao longo do processo. Isto porque o sistema é aberto e dinâmico, portanto, há que se ter em conta a possibilidade de a atividade se desenvolver de forma indesejada e apresentar impactos negativos.

Sobre isso Beni elenca a degradação e destruição dos recursos naturais, a perda da autenticidade da cultura local, a descrição estereotipada ou falsa do turista e de seu local de origem, a ausência de perspectivas por parte do grupo da população que não obtém benefícios com o turismo, a disfunção social na família, patologias no processo social e desintegração da comunidade e ainda a dependência do capital estrangeiro ou de estereótipos existentes face o turismo (2000, p. 37-38).

Sobre os impactos socioculturais do turismo afirma Cooper *et al.*:

Os impactos podem ser positivos, como nos casos em que o turista preserva ou mesmo ressuscita as habilidades artesanais da população, ou aumenta o intercâmbio cultural entre as duas populações diferentes. Os impactos também podem ser negativos, como a comercialização ou degeneração das artes e do artesanato e a comercialização de cerimônias e rituais da população anfitriã. Os impactos podem

prejudicar também o intercâmbio cultural, apresentando uma visão limitada e distorcida de uma dessas populações (2001, p. 202).

Acreditamos que a questão da autenticidade frente ao processo de massificação dos bens culturais está (ainda) atravessada pelos obstáculos de ordem socioeconômica por que passa esta classe. Embora se aponte, *a priori*, a falta de criatividade ou desqualificação profissional como causas desse fenômeno, há que se ter em conta a necessidade de comercializar com a maior frequência possível para garantir uma renda mínima diária.

Se considerarmos a atual ausência de políticas públicas ou qualquer tipo de mecanismo jurídico capaz de formalizar³ o trabalho artesanal ou garantir renda fixa ao artesão em situações de privação de sua energia de trabalho, veremos que as forças de mercado passam a atuar junto à criação, de modo que esse comece a investir esforços em artefatos em evidência na mídia ou que chamam a atenção de um grupo de visitantes, independente da origem do tema e da representatividade do item junto à comunidade local e suas tradições.

Porém, também vale destacar que esses temas são fluidos e, portanto, se dissolvem com a repetição. Também devemos nos lembrar que a competitividade dos produtos artesanais está em “serem exclusivos, singulares, com uma história própria”, o que não significa “redução de custos”, mas, principalmente, “agregação de valor” (BARROSO NETO, 1999, s/p.). É nesse sentido que referimos novamente Cooper (2001) para lembrar que o turismo também pode motivar uma retomada dos elementos culturais de uma comunidade e alimentar as chances de alcançar a sustentabilidade.

O que vai definir uma ou outra consequência é a capacidade de fortalecimento interno do grupo de artesãos e, com vistas ao turismo, de integração daquele junto à “superestrutura” e aos empreendedores do *trade*. Em nossa concepção, a sustentabilidade depende da reunião

³ O Projeto de Lei nº. 3926, de 2004, que Institui do Estatuto do Artesão, define a profissão de artesão, a unidade produtiva artesanal, autoriza o Poder Executivo a criar o Conselho Nacional do Artesanato e o Serviço Brasileiro de Apoio ao Artesanato e dá outras providências encontra-se em análise em caráter conclusivo pelas Comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio; de Trabalho, Administração e Serviço Público; e de Constituição e Justiça e de Cidadania desde 2006.

de condições para disparar ações integradas, sistêmicas. Nesse sentido, o modelo do Sistur nos oferece recursos para compreender como as instâncias sociais deveriam interagir em relação ao turismo.

Essa postura também deve se voltar para o que Cooper sinaliza sobre o intercâmbio cultural. O turismo foi incluso, na visão de Debord (1997, p. 13), nas modernas condições de produção e, portanto, contribuiu para o fato de que “tudo que era vivido diretamente tornou-se representação” resultando numa “indústria do turismo”, forjada num mundo mistificado do fetiche, característico da “sociedade do espetáculo”. Assim, o objetivo de uma destinação turística seria proporcionar ao visitante um quadro de entretenimento e satisfação da necessidade de novas “mercadorias”, ou seja, novos espetáculos de consumo. A tendência à evasão do cotidiano se evidencia nesse tipo de consumo turístico, implicando numa postura que não se atém aos princípios de preservação dos conjuntos patrimoniais locais.

Entretanto, Cooper destaca que é possível uma experiência positiva de interação entre visitante e nativo, de modo a ampliar o conhecimento sobre as diversas culturas, alimentar o respeito ao patrimônio, às diferenças identitárias, aumentar o desejo por novas descobertas e desenvolvimento pessoal. Mais uma vez nos reportaremos a Beni (2000) para ilustrar características positivas que podem emergir do turismo: a difusão de informação sobre uma região ou localidade, bem como seus valores naturais, culturais e sociais, a abertura de novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural, a integração social e incrementação da consciência nacional, o desenvolvimento da criatividade em vários campos e a promoção do sentimento de liberdade, estimulando novos contatos e viagens.

A gestão integrada da cultura e do turismo através do planejamento sistêmico não deve ser vista enquanto solução para todos os problemas possíveis junto aos subsistemas, porém, é sabido que o planejamento estratégico do turismo, quando corretamente trabalhado, “pode minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos

e, dessa forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo no longo prazo” (HALL, C., 2001, p. 29).

Nesse ínterim, também é possível atrair um perfil de turista diferenciado, a que Walls (1996) chama de “novo consumidor turista”, mais exigente em termos de qualidade, responsabilidade sócioambiental e capacidade de julgar com maior rigor o que vai consumir em virtude de possuir mais informação, dentre outras características.

Sobre isso, Molina (2001) cunha dois conceitos chave: “evasão” e “ócio”. Para esse autor, a evasão se caracteriza por uma atitude de desligamento do turista com o seu meio, com sua rotina, sua realidade cotidiana, constituindo-se em “alienação”. Já o ócio, envolve o descanso como forma de reposição de energias para produção, a diversão e o desenvolvimento pessoal, através da experimentação de novas habilidades intelectuais. O ócio é tratado pelo autor como uma “atitude criativa, que permite ao homem fortalecer ou ascender a níveis superiores de bem-estar espiritual, por meio do contacto com o meio” (p. 47). Molina afirma que o turismo tanto pode promover a “evasão”, quando dirigido por meio do *marketing*, quanto pode suscitar o interesse pelo “ócio”, por meio da educação. Para este pensamento também colabora Krippendorf (2000), incluindo aí a necessidade de realizar viagens mais conscientes, voltando o foco da atividade turística para o enriquecimento cultural e social dos sujeitos.

Os aportes teóricos reunidos até o momento nos oferecem uma compreensão mais sólida e geral sobre a relação entre artesanato, cultura e turismo. Porém, antes de chegarmos a terras grapiúnas - foco dessa dissertação, é imperativo que falemos da trajetória da Indústria Cultural até a Economia Criativa.

1.2 Da Indústria Cultural à Economia Criativa

Este tópico do nosso estudo se inicia com um parêntese histórico no qual buscamos contextualizar as Indústrias Culturais e suas discussões acerca da difusão de bens culturais num período de liberalismo econômico, para, em seguida, apresentar seus pontos de encontro e de divergência com o conceito de Economia Criativa.

Numa tentativa de superar os próprios medos e também a natureza, o homem alcança um estágio mais maduro do pensamento iluminista, até transformar-se em pensamento liberal. E é em pleno auge da fase de industrialização e expansão dos mercados que temos a solidificação de uma economia voltada para o consumo de bens padronizados. O capital avança sobre os bens simbólicos, não mais se contentando em permanecer sobre a sua circulação, mas, sobretudo, instaurando-se já no momento de sua produção (RUBIM, 2007). Não podemos deixar de citar que as indústrias culturais, por meio do recurso da Propriedade Intelectual, concentram altos volumes de capital junto a poucas empresas. É nesse contexto que Adorno e Horkheimer dão conhecimento de seu texto *A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas*, no ano de 1947.

A Indústria Cultural se caracteriza, principalmente, por uma lógica de mercado que toma bens culturais por mercadoria, mergulhados numa economia de monopólio, associada à marcante presença dos meios de comunicação de massa. Esses serviriam à cultura de massa, produto da Indústria Cultural. Para Coelho Netto (1986, p.10),

a indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgem como fenômeno da industrialização. É esta, através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho humano que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho.

Nas palavras de Coelho Netto, temos alguns dos traços mais marcantes da sociedade da qual nasce a cultura de massa: a capitalista liberal, ávida por consumir bens que a tornam ainda mais cingida por uma oposição de classes sociais. Nesse sentido, o autor nos chama a atenção para dois fenômenos: a “reificação”, ou transformação de tudo em bem de consumo, em propriedade e a “alienação”, ou alheamento da força de trabalho por moeda (abaixo do equivalente ao trabalho realizado) e também de seus projetos, tempo livre, capacidade crítica. O resultado é uma cultura “percível”, que não é consumida pelo sujeito que a produziu.

Se, do alemão, o termo *Kultur* significa a “libertação moderna das potencialidades do espírito” (TRINTA; POLITISCHUK, 2003), para Adorno e Horkheimer (1990), nessa fase de industrialização e liberalismo, a cultura é vista enquanto valor comercial. Para eles, trata-se de uma questão de economia política, na qual a cultura se transforma em mero valor de troca. Armand e Michèle Mattelart complementam esse pensamento quando afirmam que “a transformação do ato cultural em valor suprime sua função crítica e nele dissolve os traços de uma experiência autêntica. Assim, a produção industrial marca a degradação do papel filosófico e existencial da cultura” (2001, p. 78).

As mensagens emitidas pelos meios de comunicação de massa ilustrariam um quadro simplificado da vida e levariam à conformação e à passividade mediante a existência e protagonismo de uma elite capitalista liberal. Os meios de comunicação e as indústrias culturais – o cinema, o rádio e a propaganda, especialmente – vão protagonizar, na concepção desses pensadores, um hiato nas possibilidades de emancipação, questionamento ou organização social. Como bem resume Coelho Netto,

Com seus produtos, a indústria cultural pratica o *reforço das normas sociais*, repetidas até a exaustão sem discussão. Em conseqüência, uma outra função: a de *promover o conformismo social*. E a esses aspectos centrais do funcionamento da indústria cultural viriam a somar-se outros, conseqüência ou subprodutos dos primeiros: a indústria cultural fabrica produtos cuja finalidade é a de serem trocados por moeda; promove a deturpação e a degradação do gosto popular; simplifica ao máximo seus produtos, de modo a obter uma atitude sempre passiva do consumidor;

assume uma atitude paternalista, dirigindo o consumidor ao invés de colocar-se à sua disposição (COELHO NETTO, 1986, p. 26, grifos do autor).

Através da lógica do divertimento, os sujeitos estariam mergulhados num universo em que praticamente não haveria recursos suficientes para que o indivíduo pudesse formar uma imagem de identidade pessoal ou da própria sociedade.

Uma das principais conseqüências da consolidação da Indústria Cultural é a emergência de divisões para o conceito de cultura. Paralelo ao surgimento dos termos “cultura de massa” ou “cultura pop”, “cultura erudita” ou “superior” e a “cultura popular”.

A cultura popular, nesse ínterim, se reporta ao arcabouço de valores provenientes do povo, cujos traços são assimilados por meio do convívio social, ou seja, os costumes, hábitos, comportamentos e saberes que se transmite de geração para geração.

A cultura erudita aparece intimamente ligada à arte, sugerindo uma capilaridade nobre no conceito de cultura. Em verdade, essas colocações sugerem mais uma redução do conceito à produção artística, por assim dizer, descompromissada. O ideal Kantiano da arte como “finalidade sem fim” permeia o conceito, sugerindo que a emancipação estética do sujeito somente seria possível através do acúmulo dessa tipologia de produção cultural, ou seja, pelo constante “cultivo do espírito”.

Contudo, sobre isso, nos dizem Adorno e Horkheimer:

O princípio da estética idealista, a finalidade sem fim, é a inversão do esquema que obedece – socialmente – a arte burguesa: a inutilidade para os fins estabelecidos pelo mercado. [...] Adequando-se por completo à necessidade, a obra de arte priva por antecipação os homens daquilo que ela deveria procurar: liberá-los do princípio da utilidade (1990, p. 205).

Essa passagem nos remete novamente ao modelo da cultura de massa. Uma cultura difundida a um sem número de indivíduos, com uma mesma programação, homogeneizadora de opiniões e gosto, esvaziada de conteúdo artístico e, portanto, incapaz de levar o sujeito à reflexão filosófica. A perda da autonomia do homem estaria refletida na sua incapacidade de

reagir às mensagens do cinema, do rádio ou da propaganda, as quais exerciam o poder de subjugar-lo a uma condição de dominado, sempre impulsionado a consumir indefinidamente e a consumir de acordo com hábitos também homogêneos.

Outro teórico que ganha destaque nesta fase de produção científica é Walter Benjamin, com um ensaio dedicado às conseqüências da reprodutibilidade técnica da obra de arte, publicado em 1936. Para o autor, a obra de arte possui um caráter único, uma singularidade. “A mais perfeita reprodução sempre falta alguma coisa: o *hic et nunc* da obra de arte, a unicidade de sua presença no próprio local onde se encontra. [...] O *hic et nunc* do original constitui o que se chama de sua autenticidade” (1990, p. 224, grifos do autor). A unicidade e a autenticidade se conformam no que Benjamin chama de “aura”.

Portanto, a aura, no pensamento benjaminiano, se refere, em primeiro lugar, à originalidade, ou seja, ao exemplar primeiro e não às suas possíveis cópias; em segundo lugar, à unicidade do exemplar ao longo do tempo e, por fim, a uma relação com o passado, conferindo-lhe “poder de testemunho histórico” (BENJAMIN, 1990, p. 225). A reprodução técnica (superior à manual por permitir captar o “semelhante”) de uma obra de arte levaria à perda gradual da aura deste bem, descaracterizando-o enquanto instrumento para o “cultivo do espírito”, por assim dizer. É então uma tese onde se opõem singularidade e permanência à reprodutibilidade e transitoriedade.

Benjamin extrai das tipologias da Indústria Cultural - a exemplo da fotografia e, especialmente, do cinema, que só é possível graças à reprodutibilidade técnica – as chances de uma apreciação filosófica, justificando que “as massas buscam diversão, mas a arte exige recolhimento” (p. 250). A arte, então, envolve. Leva o indivíduo a penetrar nela, enquanto que a cultura de massa faz o oposto: penetra na massa.

Umberto Eco (1970) vai chamar a este grupo de pensadores “Apocalípticos”, ou seja, aqueles que consideram a Indústria Cultural enquanto ameaça e tensão para a cultura e a

democracia. Entretanto, o mesmo autor vai sinalizar a existência de uma corrente contrária, a dos “Integrados”, que vê no acúmulo de informações (possível graças à democratização do acesso aos meios de comunicação de massa) a chance para um salto qualitativo na formação do sujeito. Tudo depende, no entanto, do uso que se faz dos meios e das mensagens.

Em seu artigo Autenticidade, memória e ideologias nacionais: o problema dos patrimônios culturais, Gonçalves (2001) vai defender a possibilidade de pensar uma “forma não aurática de autenticidade”. Esse autor explica que, mesmo após a reprodução e conseqüente perda da aura, esses bens permanecem sendo culturais e continuam constituindo o que chamamos patrimônio, visto que esse diz respeito a todo fazer humano, legitimado socialmente (NORRILD, 2005). Contudo, dispensaria o “vínculo orgânico com o passado” e o caráter da recriação estaria mais evidente que o da herança (p. 23). É neste sentido que nos direcionamos a abordagem da Economia Criativa junto aos bens culturais contemporâneos.

Nas últimas décadas, o processo de “culturalização” da economia vem ganhando contribuições teóricas no cenário mundial. Em grande parte, esse debate é impulsionado pela insuficiência do termo “Indústrias Culturais” para abarcar os fenômenos ascendentes na relação entre arte e economia. Dentre eles, podemos citar o aumento do tempo livre e novas formas de consumo do lazer, a emergência de estudos sobre a indústria do conteúdo, do entretenimento, do *copyright* e ainda a necessidade de trabalhar aspectos econômicos junto às políticas culturais (LIMA, C., 2007).

Porém, atualmente, também não há um consenso sobre os conceitos de Economia Criativa e Indústrias Criativas, seja na academia ou nos Ministérios da Cultura de variados países. De acordo com Reis (2007, p. 212), a origem dessas terminologias provém da Austrália, quando da criação da política “Nação Criativa”, em 1994. Esse documento previa uma compensação justa pelo trabalho criativo, revisitando as leis sobre direitos autorais para garantir crescimento econômico e reconhecimento profissional aos agentes do setor.

Tal fato chamou a atenção do Reino Unido, que, em 1997, criou a *Creative Britain*, visando a impulsionar a geração de riquezas através da criatividade (YÚDICE, 2004). Definida uma força-tarefa (*Creative Industries Task Force*) para planejar e desenvolver o setor no país, o Departamento para Cultura, Mídia de Comunicação e Esportes (DCMS) se ocupou de cunhar um conceito de Indústrias Criativas que atendesse às características e necessidades britânicas:

Atividades que tem sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm potencial para a criação de renda e empregos por meio da geração e exploração de propriedade intelectual. Inclui propaganda, arquitetura, mercados de arte e antiguidades, artesanato, *design*, moda, filme e vídeo, *software* de lazer, artes performáticas, edição, jogos de computador, televisão e rádio (BRITISH COUNCIL, 2005, s/p).

O conceito cunhado pelo Reino Unido foi adotado por outros países, com algumas ou poucas modificações. Também os itens que se enquadram no conceito são variáveis de um país para outro, como ocorre com a Austrália, a qual exclui o artesanato e o mercado de antiguidades; com a Nova Zelândia que dá prioridade às áreas ligadas à biotecnologia e tecnologias da informação; Cingapura que inclui em sua lista as festas e serviços de produção artística (MIGUEZ, 2007).

Embora não esteja consolidado e permita a inclusão de novos itens, a depender do interesse de cada país, o conceito de Indústrias Criativas é sempre marcado por uma forte dualidade: a de constituir-se em bens que reúnem valor econômico - portanto, trata-se de mercadorias - e também valor simbólico, alargando o campo do consumo para afirmação de ideologias. São bens de natureza dinâmica, em virtude da crescente tendência à inovação contemporânea, especialmente quando se trata de imagem ou som. Além disso, são guiadas por um regime de propriedade intelectual.

Há, portanto, uma ampliação da idéia de Indústrias Culturais, tanto no que diz respeito à delimitação do conceito, quanto na abrangência de itens, a qual se vê em expansão para

além das três principais categorias trabalhadas pelos teóricos da Escola de Frankfurt. Já em 1989, Renato Ortiz analisa o mercado de bens simbólicos incluindo na sua lista de indústrias culturais, além do cinema, do rádio e da propaganda a televisão, os discos, livros, jornais etc.

Atualmente, podem ser consideradas Indústrias Criativas todas as esferas produtivas que reúnem criatividade, valor cultural e econômico, o que resulta numa lista extraordinária de itens, como o artesanato, o *design* de jóias, os *videogames*, entre outros tipos de produção cultural contemporânea. Porém, alguns países se detêm apenas sobre os itens possíveis de serem protegidos pelos modelos atuais de direitos de autor.

George Yúdice (2004) nos lembra que, embora o Reino Unido tenha demonstrado pioneirismo no âmbito da Economia Criativa, houve, de fato, uma reformulação do papel do Estado naquele país, transferindo para o setor das artes grande parte da responsabilidade por “gerenciar” o social. Paralelo à formulação de políticas de incentivo à cultura, que a aproximaram do setor privado, e às leis de proteção dos direitos autorais, aconteceu uma redução drástica de investimentos públicos no setor social.

A partir desse fenômeno, surgem novos tipos de relação entre os capitais social, cultural e econômico, fundamentados no interesse suscitado pelos novos tipos de exploração da criatividade e usos do patrimônio cultural, com destaque para a retomada de saberes e práticas tradicionais, visando à inserção de comunidades minoritárias no sistema de mercado dominante. Assim, o setor cultural tornou-se um aglutinador de ações para o desenvolvimento socioeconômico. Cada vez mais envolvido com os grupos sociais, o setor das artes vem apontando soluções para melhorar os indicadores da educação, impulsionar a proteção do patrimônio através do turismo cultural, gerar empregos (DEHEIZELIN, 2005; REIS, 2007).

O que ocorre então é uma seleção de traços que conformam a história (VEYNE, 1992) e o patrimônio cultural (GONÇALVES, 2001; NORRILD, 2006) de determinados grupos para a composição de produtos comercializáveis, “não auráticos”, visando a suscitar o

interesse turístico e o acúmulo de riquezas por parte dos grupos produtores. Estamos falando agora de um avanço do simbólico sobre bens comercializáveis, portanto, sobre mercadorias. Cada vez mais, busca-se agregar valor aos produtos através da construção de sentido, especialmente em fontes locais de identidade e valor social.

O consumo, nessa ótica de convivência e interação entre as várias tipologias de cultura, passa a ser entendido como modo de afirmação ideológica. Consumir pode ilustrar a preferência por produtos que reportam ao bem estar de grupos minoritários em busca de inclusão, ao respeito para com o meio ambiente etc., e ainda caracteriza ferramenta política, simbólica, estética, lugar de conflito de classes e até de expansão educacional, além de carregar importância “integrativa e comunicativa de uma sociedade” (CANCLINI, 2001, p. 80). Nesse sentido De Masi (2002, p. 42) nos lembra que

o problema, portanto, consiste em transformar o consumo em valor. O que isso significa? Significa utilizar as coisas dando a elas um conteúdo mais denso, mais premente. Nesse campo, cada um de nós tem duas possibilidades: pode comprar coisas sempre novas, mais caras e luxuosas, ou pode conferir às coisas que já possui um significado sempre mais rico.

Esse é um exercício de educação, em que se desenvolve tanto o gosto quanto a construção de sentido sobre o que consumimos. É pensando na inversão da ordem da indústria cultural como lógica de mercado que a Economia Criativa desponta no cenário acadêmico, discutindo formas de proteger a produção cultural com base comunitária; estimulando o debate sobre a organização dos grupos produtivos em regimes cooperativos; o acesso à cultura e difusão da diversidade dos povos; a produção e o consumo conscientes de bens que exploram a riqueza cultural dos povos em vias de fortalecimento.

Nesse íterim, a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) buscou, na figura da chefe do Programa Economia Criativa, definir esse conceito como um “ciclo que engloba a *criação, produção e distribuição* de

produtos que usam o conhecimento e o ativo intelectual como principais recursos produtivos” (SANTOS, 2005, grifos nossos). Para essa compreensão também contribui Deheizelin (2006b, s/p), afirmando que “a Cadeia Integrada da Economia Criativa engloba as várias etapas (tangíveis e intangíveis) do processo criativo: formação, criação, produção, distribuição, acesso, gestão de conhecimento e memória”. Vale lembrar o que diz Yúdice (2004, p. 34) quando inclui no conceito “uma agenda sociopolítica, especialmente o protagonismo do multiculturalismo enquanto incorporado nas obras [...], bem como um programa econômico”.

Pensando nestes fatores, a Economia Criativa vem sendo delineada com base em quatro premissas (DEHEIZELIN, 2006a). A primeira delas é a “transversalidade”, uma vez que abarca interesses e impactos em variados setores, a exemplo do econômico, social, simbólico e de proteção à propriedade intelectual. Isso significa dizer que a cultura é atravessada por variados tipos de políticas públicas, em semelhança ao turismo.

Em seguida temos a premissa da “inovação”, a qual traz à tona o ambiente em que florescem novos olhares para velhos problemas, novas questões para serem analisadas e espaço para pensar os modos de agir e pensar no futuro. Esta premissa surge de mãos dadas com a “internacionalidade”, que se reflete na proposta de haver um nóculo articulador de fomento e fluxos de bens simbólicos entre diferentes locais.

A “inclusão multidimensional” compõe a terceira premissa, referindo-se à capacidade de gerar empregos e renda, de alterar os modos de trabalhar, entre outros tipos de impactos nos mais variados setores. O turismo figura como um dos principais setores em que se pode observar transformações, afinal, a visitação fundamentada nas noções de preservação, vem sendo cada vez mais estimulada dentro e fora do discurso acadêmico (MURTHA; ALBANO, 2002; YÁZIGI *et al.*, 2001).

Em nosso estudo, tomaremos a Economia Criativa a partir de três pilares: o criativo, o jurídico e o econômico. O pilar da criatividade é o moto-contínuo de toda produção, cultural

ou tecnológica, que alimenta os outros dois pilares. De acordo com Carmem Lima (2007, p. 9), “a criatividade passa a ser considerada como um complexo processo de inovação, combinando idéias, habilidades, tecnologia, gestão e produção. Assim, o conceito de criatividade deriva de uma prática reiterada e socialmente aceita e permeia toda a malha cultural de uma nação”. Mais que isso, no olhar da Economia Criativa,

a criatividade passa a valorar-se em um sentido mais extenso, não só como produção de objetos ou formas inovadoras, como também como capacidade de resolver problemas. A cultura atual exalta a criatividade nos novos métodos educativos, nas inovações tecnológicas e na organização das empresas, nas descobertas científicas e em sua apropriação para resolver necessidades locais (CANCLINI, 2005, s/p, tradução nossa).

Temos então a ampliação do conceito e aplicabilidade da criatividade, expandindo-se para esferas econômicas e práticas do cotidiano. Carlos Lessa (2000) sugere que o desenvolvimento provém da solução de problemas cotidianos e está ligado à percepção que o sujeito tem de si perante aos demais. Para este autor, o indivíduo somente se torna criativo quando consegue se enxergar enquanto sujeito, integrante de um grupo, uma comunidade e, ainda, quando tem trabalho e salário dignos e tempo livre para exercitar a imaginação.

Richard Florida e Irene Tinagli (2004) se dedicaram ao estudo da formação de “cidades criativas” com base na idéia de que o crescimento econômico em tempos globais não se limita à circulação de bens simbólicos, mas envolve a capacidade de atrair agentes criativos. A formação de classes criativas tornaria as cidades mais competitivas e prósperas.

Com base nesses pressupostos, o crescimento econômico estaria subordinado aos três T: “talento, tecnologia e tolerância”. O “talento” associa escolaridade, concentração de intelectuais, pesquisadores e bacharéis à questão do desenvolvimento. A “tecnologia” se reporta à busca por inovação num dado local. Por fim, a “tolerância” permite mobilizar e atrair pessoas criativas quanto mais abertas e receptivas forem as cidades. Considera-se, neste trabalho, a tolerância como respeito às diferenças culturais (HALL, S., 1999). O que se

observa é que o perfil do agente criativo costuma diferir daquele admitido pela sociedade. No momento de escolher uma cidade para fixar atividades de trabalho, lazer ou vivência, essa “classe criativa” leva em conta os modos de pensar, de agir e de sentir do local em questão.

Outro autor que se dedica a discutir a criatividade no contexto social e educativo contemporâneo é Domenico De Mais. Em um interessante diálogo com Frei Betto, intermediado por José Ernesto Bologna (2002, p. 85), o sociólogo italiano nos fala sobre seu conceito de ócio criativo, que significa “a capacidade, hoje fundamental, de não separar mais o trabalho do estudo e do tempo livre como antes se fazia na sociedade industrial, mas de unir essas três esferas, isto é, conseguir trabalhar para produzir riqueza e, concomitantemente, estudar para produzir conhecimento e divertir-se para produzir alegria”. Assim, o ócio criativo é, *a priori*, uma saída para o desenvolvimento. Porém, requer instrução, educação para o ócio, não bastando haver tempo livre: “é indispensável ter a cultura necessária para transformar o ócio de um estado de passividade em um estado de criatividade”.

E a criatividade também está na relação que os sujeitos tecem para com seus patrimônios culturais, como ressaltou Gonçalves (2001) e como vai enfatizar Pinho (2007), quando da produção artesanal voltada para o consumo turístico. A autora lança especial atenção sobre a criatividade junto às possibilidades de diversificação da oferta de artesanato com base nos símbolos oriundos da paisagem cultural de inserção do artesão. Seu argumento é a favor da apropriação de signos que se façam representativos dos patrimônios locais. Desse modo, o artesão inicia o seu processo produtivo a partir do exercício do olhar sobre formas, texturas, cores e singularidades encontradas no cotidiano das cidades. É uma tarefa de observação do entorno em níveis micro e macro. O objetivo seria apresentar ao visitante a percepção que o artesão tem da sua cidade, num ato criativo de valorização do patrimônio local. Também é ressaltado pela autora que esse tipo de trabalho artesanal se configura numa lembrança do destino que “substitui” o antigo hábito de destacar fragmentos do bem cultural e

levar para casa, ou seja, a arte educadora alega que o “artesanato de raiz” pode evitar a depredação do patrimônio original, sem, contudo, se constituir em cópia.

Esse é um dos pontos de discussão do segundo pilar da Economia Criativa: o aspecto jurídico da Propriedade Intelectual. Hollanda (2007) coloca que as noções de propriedade e de autoria não são universais, tampouco atemporais. Nas culturas da antiguidade os autores e inventores não eram reconhecidos como tal, uma vez que, “sendo a criação um dom de Deus, este, naturalmente, deveria ser compartilhado de graça” (p. 196). Porém, essa autora nos lembra que, mesmo antes da noção de propriedade surgir, a circulação das idéias não era livre, havendo mecanismos de controle entre autoridades religiosas e a classe administradora. Somente em meados do século XVII é que surge um movimento laicizador que vai instituir o conhecimento e a criação na ordem social, na utilidade social.

Em seu rápido panorama histórico, Hollanda localiza a formalização jurídica dos direitos de autor no Estatuto de Anne, criado por decreto real na Inglaterra, em 1710. Daí surge o conceito de *copyright*, que implica no pagamento de *royalties* sobre a circulação de uma obra ao autor durante sete anos, podendo ser renovado por mais sete (em vida). Após esse período, o trabalho passa a ser de domínio público. Noventa anos depois, a França ampliou esse mecanismo, chamando-o *droit d’auteur*, que perduraria durante toda a vida do autor e mais um período após sua morte.

O surgimento de novas mídias digitais pôs em discussão a pertinência da necessidade das normas de proteção à propriedade intelectual da forma como a legislação brasileira as concebe. Há uma corrente de pensamento argumentando a favor dos direitos autorais, diante de seu valor crescente na era pós-industrial, ou seja, a era do conhecimento e da criatividade como grandes vetores de desenvolvimento econômico. Porém, outro grupo defende o conceito de *copyleft*, onde a proteção é revista em favor da livre circulação e acesso à informação.

Um exemplo interessante dessa tendência é o projeto *Creative Commons*⁴, uma organização sem fins lucrativos, voltada para a difusão do trabalho criativo na rede mundial da *internet*. O sistema prevê a proteção de alguns direitos, oferecendo várias possibilidades de licença para compartilhamento de arquivos de imagem, texto ou som: 1) “licença padrão”, em que uma obra é disponibilizada nos termos que o autor definir; 2) “atribuição”, possibilita copiar, distribuir, executar e criar obras derivadas do original, desde que atribuindo o crédito ao autor; 3) “uso não comercial”, permite copiar, distribuir e executar uma obra desde que seja para fins não comerciais; 4) “não às obras derivadas”, em que só é permitido o uso da obra como foi disponibilizada pelo autor; 5) “*sampling*”, permite que trechos da obra sejam utilizados para qualquer fim, exceto propaganda; 6) “*share music*”, permite a músicos disponibilizar suas músicas para *download*, protegidos apenas de *remix* ou fins comerciais. Neste caso, é comum incentivar doações aos autores.



FIGURA 04 - Tipos de licença *creative commons*.

Fonte: www.creativecommons.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=35 (2007).

O *creative commons* propõe uma fórmula equilibrada entre o modelo atual de direito autoral - onde o controle é absoluto - e a pirataria, em que não há controle algum sobre a circulação de uma obra.

Tal corrente se justifica amparando-se em dois argumentos: i) a circulação de bens intelectuais deve ser irrestrita e a mais ampla possível, inclusive para estímulo da diversidade cultural; ii) a facilitação trazida pelas novas tecnologias à produção/distribuição de bens culturais implica na quase total impossibilidade de controle do uso de obras no ambiente digital, daí a necessidade da flexibilização

⁴ www.creativecommons.org.br

e/ou relativização do instituto da propriedade intelectual, que supostamente inibiria o acesso universal à cultura (LIMA, C.; FRANCA; MATTA, 2006, p. 4).

O modelo do *copyleft* permite o crescimento de novas formas colaborativas de produção cultural, a exemplo Re:Combo⁵, no caso da música, do *You Tube*⁶, no caso dos vídeos e do *Wu Ming*⁷, no caso da literatura.

No Brasil, o modelo atual de direito autoral “protege trabalhos publicados e não publicados nas áreas da literatura, teatro, música e coreografias de dança, filmes, fotografias, pinturas, esculturas e outros trabalhos visuais de arte como programas de computador” (BELAS, 2004, p. 24). Esse se constitui num modelo de proteção aos direitos econômicos e morais sobre um tipo de inovação.

Em interface com a área cultural, há também uma tipologia de registro intitulada Conhecimentos tradicionais e biodiversidade, ainda em discussão, com o objetivo de garantir o acesso a conhecimentos sobre o uso farmacêutico e comercial de substâncias naturais. Importa destacar que nascem aqui algumas preocupações que a Economia Criativa busca discutir, como a proteção de um conhecimento de origem difusa, com autoria coletiva; o rompimento com o critério da inovação, uma vez que esses saberes são do conhecimento de uma comunidade, que, por sua vez, os socializa em seu cotidiano, portanto, são informações que circulam em conformidade com desejos e necessidades de seus detentores; a dificuldade de garantir a representatividade e validade jurídica em lógicas diferentes de propriedade, a exemplo dos grupos indígenas; os meios de repartição dos benefícios do registro e maneiras de defender-se juridicamente.

O conflito entre o individual e o coletivo é sempre muito freqüente quando se trata de comunidades e povos tradicionais nos termos da Lei, pois o Direito positivado muitas vezes ignora e choca-se com o direito consuetudinário de tais coletividades. Deve ser considerado que essas comunidades e esses povos têm uma organização não só

⁵ www.recombo.art.br

⁶ www.yuotube.com

⁷ www.wumingfoundation.com

jurídica, mas social e política diferenciada, primando pelo coletivo (MILEO; SOARES, 2005, p. 186).

Estes são os principais pontos em debate pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), sobre responsabilidade do Comitê Intergovernamental sobre a Propriedade Intelectual a Recursos Genéticos, Conhecimento Tradicional e Folclore.

O Folclore, no Brasil, integra o que chamamos patrimônio imaterial, sobre o qual há uma experiência pioneira de proteção que reúne num mesmo programa os trabalhos de “inventário, registro e documentação, medidas de apoio financeiro (suporte econômico a atividades vinculadas e aos detentores de conhecimentos), difusão do conhecimento sobre as manifestações e, por fim, proteção à propriedade intelectual” (SANT’ANNA, 2000, p. 13). Embora seja uma maneira diferente daquela prevista pela legislação de Propriedade Intelectual em vigor no Brasil, essa se constitui numa tentativa de resguardar as manifestações populares e incluí-las na agenda de planejamento socioeconômico nacional, reconhecendo-as também como fonte e forma de poder. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) vem atuando neste sentido com programas a exemplo da “Recomendação para a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular (1989), Tesouros Humanos Vivos (1992) e Convenção da Unesco sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2007).

Contudo, como bem lembra Reis (2007, p. 295),

em primeiro lugar, não é tudo que gera direitos de PI que leva ao desenvolvimento (embora possa gerar riqueza, como é o caso geral do entretenimento). Em segundo, há vários setores criativos ligados ao campo cultural que não geram direitos de PI, mas podem contribuir para o desenvolvimento (a exemplo dos equipamentos culturais, da formação criativa, do turismo cultural e do patrimônio).

Temos então que também o critério da Propriedade Intelectual deixa pontos em aberto na definição de Indústrias Criativas, em especial nos países em desenvolvimento. O artesanato engloba esse espírito. Uma vez que reúne técnicas projetadas por variados agentes ao longo

do tempo e que, em grande parte, são de conhecimento comunitário, como poderíamos pensar no registro de um produto artesanal? E se atentarmos para o fato, destacado no item anterior, de que os atuais detentores desse conhecimento podem ampliar esse arcabouço, desenvolvendo novas técnicas, novas experiências, não estaríamos tratando de inovação, portanto, de saber sujeito à proteção? Consideramos que, se o Brasil adota a Propriedade Intelectual como critério para a definição das Indústrias Criativas, é primordial trazer à tona a necessidade de revisão das leis atuais visando a contemplar essas questões.

Reis (2007) nos sugere um modelo híbrido de Propriedade Intelectual, projetado para países em desenvolvimento. Esse modelo está baseado em três aspectos, sendo o primeiro a manutenção dos direitos de PI já reconhecidos; o segundo a revisão dos direitos que ainda não receberam esse reconhecimento e o terceiro em atenção aos direitos que não geram PI, mas possuem atuação complementar no desenvolvimento. Assim, teríamos a exploração dos itens que se enquadram no modelo atual de proteção aos direitos de autor, seguidos de um mecanismo que atribui respeito e reconhecimento econômico à diversidade de conhecimentos das comunidades locais e, por fim, a inclusão no conceito de Indústrias Criativas de setores como o turismo, que não está passível de proteção por PI, mas contribui incisivamente para o desenvolvimento socioeconômico.

É nessa direção que temos o terceiro pilar da Economia Criativa, tratando dos fatores políticos e econômicos da cultura. Também chamada Economia da Cultura, essa linha se sustenta nos estudos e avaliações dos impactos e efeitos das atividades culturais na economia. De um modo geral, a Economia da Cultura traz à tona uma série de questões sobre as aproximações entre cultura e economia, a saber: os bens culturais podem ser considerados mercadorias como outras quaisquer? Qual o papel das políticas públicas junto às atividades econômicas culturais? Que indicadores compõem o PIB cultural? Que leis podem reger as novas relações de produção, circulação e distribuição de bens que nascem do exercício

criativo? Como as mudanças econômicas podem influenciar os conteúdos e a diversidade cultural? (CONSEJO..., 2003). A questão central é saber qual contribuição a cultura pode oferecer ao desenvolvimento regional, uma vez que a inovação, seja na ciência, na saúde, na tecnologia etc., nasce do uso da criatividade, das habilidades acumuladas, do capital humano.

Em estudo realizado pela Unesco (2005) sobre o comércio internacional de bens e serviços culturais, constatou-se que o comércio de bens culturais passou de US\$39.3 bilhões, em 1994, para US\$59.2 bilhões, em 2003. De acordo com Bentley (2004), há cerca de cem anos, menos de 10% das pessoas trabalhavam no setor cultural da economia. Na década de 1950, este percentual subiu para 15%. Atualmente, cerca de 30% dos trabalhadores das nações industrializadas avançadas encontram-se no setor cultural.

Tais dados apontam para a importância das ocupações no setor cultural para a economia e destaca o poder de atração de investimentos econômicos, de natureza nacional e internacional, nas variadas possibilidades do ramo.

O modelo brasileiro de incentivo à cultura é considerado bastante sofisticado por alguns autores e possui um histórico razoavelmente curto. Como nos lembra Fábio Cesnik (2003, p. 100), a criação dos incentivos fiscais à cultura no Brasil se deu com a Lei Sarney (Lei nº. 7.505, de 1986), a qual serviu de base legal durante quatro anos. “Com o advento do Plano Collor e a extinção dos já poucos mecanismos de fomento do Estado Brasileiro, o segmento da produção cultural, valendo-se da experiência acumulada, de seus erros e acertos, articula-se para a aprovação de um mecanismo de incentivo à cultura para a cidade de São Paulo”. A lei São Paulo possui um mecanismo de funcionamento adotado por todas as leis que vieram a partir de então, onde um produtor cultural apresenta um projeto ao Estado, o qual pode conceder o incentivo e fiscalizar a execução do projeto. O incentivo, por sua vez, provém de uma empresa investidora, com base em isenção fiscal oferecida pelo Estado. Cesnik destaca que “no geral, essa empresa tem interesse em obter retorno para sua marca

dentro do projeto realizado”. As leis de incentivo subsequentes foram concebidas dentro desse mesmo formato, como a Lei Rouanet (Lei nº. 8.313, de 1991) e a Lei do Audiovisual (Lei nº. 8.685, de 1993).

Porém há também muitas críticas e pontos a serem revisitados juridicamente. Isto porque o quadro nacional fica muitas vezes restrito à Lei Rouanet, que não alcança a maioria dos locais que realmente necessitam trabalhar o apoio à produção cultural. Muitas das cidades de pequeno porte onde se localizam os pólos comerciais do país optam pelos impostos do tipo “simples”, que não são remetidos para projetos sociais ou culturais. Além disso, há também quem considere que este mecanismo se constitui em simples transferência de arrecadação pública para instituições do terceiro setor, com publicização gratuita de empresas transnacionais ou de grande porte (REIS, 2007).

As limitações desses mecanismos também estão na chance de sua apropriação por parte da ideologia hegemônica, com sua consequente anulação ou distorção semântica para manutenção de interesses oblíquos. É nessa linha de pensamento que Moura (2006) critica o financiamento da cultura, com o argumento de que este tipo de “parceria” entre poder privado e terceiro setor pode apresentar inúmeras limitações à emancipação cidadã, acabando por desestabilizar e mesmo dissolver mecanismos simbólicos sociais, culturais e políticos de grupos minoritários.

Também Peter Fry (2001) contribui para esse argumento. Apesar de generalizar os resultados de seu estudo sobre as escolas de samba cariocas, o autor conclui que as formas de financiamento e incentivos para o crescimento e implantação de infra-estrutura dessas escolas apaziguaram as relações entre as classes envolvidas, levando a uma perda de poder por parte do grupo minoritário, o qual acaba por anular as chances de concretizar aí um processo de singularização (GUATTARI; ROLNIK, 1996) com base em seus recursos simbólicos.

Daí a importância de tornar as comunidades produtoras “líderes” do processo, dada a rotatividade dos representantes governamentais. Seria esse então o contexto ideal para a apropriação dos significados por parte das redes sociais, visando ao surgimento, transformação ou defesa de diferentes ideologias e chances para a instauração de uma real democracia, empoderamento, participação e desenvolvimento local (SACHS, 2004).

Com o objetivo de concretizar esses projetos, o Ministério da Cultura do Brasil, em parceria com a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Organização Internacional do Trabalho (OIT) estão implantando em Salvador o Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa (CITEC). A proposta do Citec é desenvolver estruturas de apoio, modelos de políticas públicas e de distribuição alternativa; sistemas de proteção à distribuição nacional e auxílio às negociações internacionais (JAGUARIBE, 2006; REIS, 2007).

Um dos principais passos dados pelo Governo Brasileiro nessa direção é o estudo dos impactos da Economia da Cultura no país. No final do ano de 2006, o Ministério da Cultura recebeu do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o relatório do **Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003**. A primeira iniciativa desse tipo no país data de 1920, com o Recenseamento Geral, atualizado em 1940 e também na década de 1980, com o Inquérito especial sobre a cultura no Brasil (LINS, 2006).

O relatório retrata o quadro do mercado cultural do país e os gastos com cultura do brasileiro, mostrando, entre outros itens, que o número de empresas culturais, igual a 142.875 em 2003, é maior do que o de todos os outros setores no país. Este também é o setor que mais emprega: a estimativa é de que cerca de 3,7 milhões de trabalhadores estariam ocupados no setor neste mesmo ano. Outro dado de impacto do documento diz que

As famílias brasileiras gastavam, em 2003, em média, cerca de 7% do seu orçamento em produtos culturais, quando são considerados os gastos em telefonia (R\$ 115,50), representando a quarta maior despesa, superada apenas por habitação, alimentação e transporte. Excluindo os gastos em telefonia, os gastos representavam 4,4% do total de despesas (R\$ 64,53) (IBGE, 2006, s. p.).

Isto significa que a cultura ocupa o posto de quarto maior gasto familiar no Brasil. Os números da Economia da Cultura no Brasil apontam para o crescimento da produção e consumo culturais no país, porém, demonstram a desigualdade do acesso e possibilidades de escolha por parte de uma camada da sociedade que ainda é a maior. É evidente a necessidade de lançar olhares mais cuidadosos sobre as esferas política e financeira da cultura no país.

A Economia Criativa soma aos estudos da Economia da Cultura os aspectos simbólicos da produção cultural para a formulação de políticas culturais específicas, com a sustentação necessária à preservação da identidade de um povo, democratização do acesso à cultura e promoção da diversidade cultural (REIS, 2003).

Os aportes reunidos até então nos permite avançar rumo à tarefa final deste capítulo, em que nos dedicaremos ao delineamento da relação entre Economia Criativa e turismo para o desenvolvimento.

1.3 Turismo e Economia Criativa: de evento a processo

Em seu artigo intitulado A Economia Criativa e a Canja de Galinha dos Ovos de Ouro (2005), Lala Deheizelin trata dos conceitos de “Evento” e “Processo”, referindo-se às formas de tratamento dado pelas políticas públicas à questão cultural brasileira. A autora considera as políticas culturais existentes mais como ações isoladas, pontuais, às quais chama de “Evento”. Bastante própria, a denominação aponta para um quadro sociopolítico alarmante, em que as medidas aplicadas às questões culturais são concebidas e executadas sob coordenação de uma

única instância, secretaria ou fundação e, principalmente, não ultrapassam a efervescência de um conjunto de tendências momentâneas, superficiais e limitadas, sobretudo pela urgência em perceber retorno aos investimentos públicos em curto prazo.

Estamos considerando que este conceito se reporta ao discurso neoliberal hegemônico, o qual considera que a economia deve figurar em posição de convergência nas políticas sociais, culturais e ainda junto aos processos de construção de sociabilidades (BURITY, 2001). Nesse sentido, ocorre a subordinação dos projetos, programas e ações culturais aos interesses econômicos, sob o paradigma do crescimento econômico e conseqüente concentração de riquezas.

Paralelo a esse raciocínio, Deheizelin propõe em seu ensaio o conceito de “Processo”. Tendo em conta a nova posição de centralidade da cultura junto aos outros setores co-responsáveis pelo desenvolvimento, as políticas públicas deveriam funcionar de forma sistêmica, integrando variadas instâncias da sociedade para dar subsídios a ações planejadas que possam apresentar resultados a curto, médio e longo prazo, contando com instrumentos de monitoramento, avaliação e controle. A autora situa a Economia Criativa neste olhar, opondo-a aos paradigmas contidos no conceito anterior para destacar a necessidade de trabalhar a cultura como elemento central, transversal e articulador de ações para o desenvolvimento econômico, ou seja, para o aumento e distribuição da riqueza.

Segundo Molina,

no caso da América Latina, a busca do desenvolvimento implica uma mudança de estratégia evolutiva adotada (ou imposta) até esta data. [...] O crescimento consolida nossa dependência; o desenvolvimento deve reduzi-la. Este é, no mínimo, o conteúdo e o caráter que devemos dar à estratégia de evolução a ser seguida (2001, p. 31).

Molina acredita que, para existir desenvolvimento, é necessário antes aumentar a produção dos setores primários e secundários, os quais possibilitam a troca ou consumo de bens por parte da população. Isto significa que o setor terciário, ou seja, de serviços, como é o

caso do turismo, somente complementa os dois primeiros setores para o desenvolvimento, mas por si, não o possibilita, ao contrário, gera dependência. A orientação para o mercado interno alimenta o princípio de auto-suficiência e apresenta resultados a médio e longo prazo, o que requer planejamento. Assim, o autor acredita que uma transformação qualitativa no quadro político, econômico e cultural recai sobre a participação ativa da comunidade enxergando “o planejamento como uma ferramenta básica para se chegar a níveis mais elevados de evolução econômica e social” (MOLINA, 2001, p. 32).

Entendendo a Economia Criativa como um “ciclo” (SANTOS, 2005, s/p.) pode-se considerar que o conceito implica na necessidade de uma mudança no olhar, possibilitada pela instauração de iniciativas planejadas coletivamente para apresentar resultados em curto, médio e longo prazos, os quais servirão de base para avaliar se as metas estabelecidas estão em consonância com o objetivo da inclusão social e preservação ambiental e cultural e, em caso negativo, que essas possam ser adequadas e monitoradas periodicamente, num modelo de desenvolvimento local norteado pela idéia de processo.

Acreditamos que aqui reside a relação entre Turismo e Economia Criativa. O Turismo pode vir a disparar um quadro de processo, uma vez que possui modelos de planejamento integrado, consistindo num elemento de articulações entre setor público, privado e terceiro setor, incluindo o debate sobre a formulação de políticas que dêem a necessária sustentação à cultura, economia e cidadania. Com base no Sistur é possível encontrar recursos para a compreensão da dinâmica do território e projeção de um futuro desejado, implicando na reunião de uma polifonia de interesses e mecanismos de análise e correção de metas e metodologia ao longo do tempo (BENI, 2000; PETROCCHI, 1998; IGNARA, 1999).

As políticas culturais, por sua vez, tendem a ampliar a adesão social quando se orientam para o diálogo e respeito à cultura local, além de incentivar a participação dos agentes comunitários mais diretamente ligados ao desenvolvimento e sustentabilidade

(BURITI, 2007). O próprio Ministério do Turismo no Brasil caracteriza a sustentabilidade enquanto objetivo processual, ou seja, como “princípio estruturador de um processo de desenvolvimento centrado na equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente” (2004, p. 11).

Canclini vai tratar das políticas culturais atentando para o seguinte argumento:

Os estudos recentes tendem a incluir neste conceito o conjunto de intervenções realizadas pelo estado, as instituições civis e os grupos comunitários organizados a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou de transformação social. Mas esta maneira de caracterizar o âmbito das políticas culturais necessita ser ampliada tendo em conta o caráter transnacional dos processos simbólicos e materiais na atualidade (CANCLINI, 2005, s/p, tradução nossa).

Portanto, há ainda muito a ser feito para que esse objetivo se concretize, a exemplo de novas formas interação com o âmbito global, como a formação de redes de cooperação cultural, mecanismos de financiamento, distribuição, diálogo, fluxos. É necessário, para tanto, pensar a cultura como meio para o fortalecimento simbólico, econômico e cidadão, ou seja, pensar o desenvolvimento territorial sem perder o foco nos sujeitos.

Nesse sentido, Braga (2007) reúne elementos do planejamento turístico ao modo sugerido por Molina, onde empresas produtivas locais (portanto, setores primário e secundário) se valendo de seus papéis primordiais, seja na economia ou na imagem identitária que geram em seus territórios, seja ainda na conexão que propiciam com os âmbitos regionais, nacionais e internacionais, estariam se colocando em posição de produto para visitação e estratégia de desenvolvimento coletivo. Trata-se do “turismo industrial”.

Considerando o termo indústria em sua etimologia, do latim, “atividade”, “habilidade”, “destreza ou arte na execução de um trabalho manual”, temos um modelo de turismo há muito desenvolvido por associações de artesãos, onde a atenção do turista recai sobre o “*savoir-faire*”, ou “saber-fazer”, no “seu processo de produção e de interação com o meio” (BRAGA, 2007, s/p). O turismo, na visão desse autor, deixa de ser visto como

principal fonte de receitas para a localidade ou como fórmula para a solução de todos os problemas econômicos para ser tratado como item de uma política macro de desenvolvimento, por conseguinte, como processo.

O turismo conduzido dessa forma pode atrair o turista cosmopolita (HANNERZ, 1999), o qual reúne condições de ser elo na cadeia de transmissão sobre o lugar visitado, interpretando e respeitando a cultura local. Também poderíamos falar em consonância entre interesse capitalistas e sociais, pensando, entre outros objetivos, no aumento de receitas, geração de emprego e renda, bem estar social, qualidade de vida e valorização dos sujeitos detentores de conhecimento, compromisso ecológico, em longo prazo. Partindo do olhar paradigmático da Economia Criativa associada à experiência do planejamento integrado proveniente do turismo, espera-se tornar possíveis e múltiplas as ações nesse sentido. Sabemos que não há fórmulas, mesmo em planejamento turístico, porém, acreditamos na importância de voltar-se sempre para os princípios da sustentabilidade, integração de interesses e participação social, debate acadêmico, político e comunitário, tendo em vista objetivos específicos de desenvolvimento em cada local, em conexão com o olhar global.

2 PROCESSO X EVENTO: demanda por produção artesanal e fatores para o desenvolvimento do turismo no município de Itabuna (BA)

Uma andorinha só não faz verão

Dito popular

Nesta etapa do estudo, nossa atenção recai sobre a demanda, compreendida sob os aspectos do consumo e do fomento à produção e acesso aos bens culturais. Portanto, temos outros dois exercícios a cumprir: em consonância com a proposta de atuação integrada – tanto da Economia Criativa quanto do planejamento do turismo –, o primeiro exercício busca identificar as formas de apoio à cultura, à produção artesanal e ao turismo em Itabuna junto aos setores público, privado e terceiro setor.

O segundo exercício vem em atenção à necessidade de conhecer o perfil da demanda individual, ou seja, do visitante do *Shopping* do Artesanato Grapiúna, dentre outros elementos considerados relevantes sobre o acesso e consumo individuais do trabalho produzido pelos artesãos em estudo, disponibilizados neste espaço.

2.1 Formas de apoio

Como destacamos no início do capítulo, a demanda também se manifesta por meio do apoio, financeiro ou de legitimação, proveniente de instituições públicas ou privadas. Segundo Reis (2007, p. 61-62), a demanda por bens, serviços e produtos culturais pode partir de três tipos de agentes, cada um com diferentes atribuições. Nesse momento, vamos nos ater a dois deles: a “demanda privada por pessoa jurídica” e a “demanda pública”.

A primeira remete às formas de investimento empresarial em produção cultural. Uma delas é o mecenato, que data da Antigüidade Clássica. O mecenas provê recursos ao campo das artes com o interesse único de alimentar a expressão artística e desfrutar do livre acesso a essa. Há também o caso dos colecionadores, que se assumem enquanto consumidores finais de obras de arte. Ainda no rol das alternativas de fomento sem interesse em lucros, há a filantropia, em que se traça um diálogo entre empresas e comunidades, visando ultrapassar seus limites internos para executar ações de cunho social.

Atualmente, emerge outro fenômeno, a responsabilidade social, cuja base se distancia da filantropia por focar o sistema empresarial e a condução dos negócios, em âmbito interno e externo, refletindo-se em valores e compromissos com o desenvolvimento, seja no aspecto social, econômico, ecológico, político ou cultural (REIS, 2003). Não podemos esquecer que também se enquadram na demanda privada por pessoa jurídica as instituições sem fins lucrativos, que apóiam e promovem espetáculos, oficinas, etc.

Há ainda alternativas de fomento à cultura em que se visa ao lucro, a exemplo do patrocínio, cuja finalidade da transferência de recursos é “promocional e institucional de publicidade” (Lei nº. 8.313, de 23 de outubro de 1991) e do *marketing* cultural, onde a cultura serve “como base e instrumento para transmitir determinada mensagem” (REIS, 2003, p. 4). O emprego de incentivos financeiros a produções culturais constitui-se numa ligação com a

comunidade interna e externa às empresas, repercute na mídia reforçando seu conhecimento, imagem e marca e estabelece comunicação direta com o público-alvo das empresas.

Outro tipo de agente citado por Reis (2007) é a “demanda pública”, em que o Estado incita ou viabiliza o consumo cultural. A demanda pública pode ocorrer de forma “direta”, com a aquisição e disponibilização de atrativos, espaços ou bens culturais ao público, ou “indireta”, em que se apóia e fomenta a produção e consumo culturais. Nesse sentido, o Estado deve desenvolver políticas públicas de cultura, definindo diretrizes, conceitos e mecanismos de execução ou, como escreve Reis (2003, p. 139) “um conjunto de valores, princípios, instrumentos e atitudes que guiam a ação dos governos na condução das questões culturais”. A autora entende que a cultura é fundamental para o desenvolvimento local e que sua produção não pode ficar sujeita às forças de mercado, quer dizer, a produção cultural requer acompanhamento para garantir sua diversidade e a democracia no acesso.

Para Coelho Netto (2004, p. 293), as políticas culturais nascem de uma demanda da comunidade ou mesmo do governo, constituindo-se em “um programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer às necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas”. Por “necessidades culturais” entendemos a produção, distribuição e consumo (incluindo a preservação) de bens e serviços culturais.

A política cultural é então marcada pela necessidade de uma polifonia de agentes e pastas públicas (no sentido de coletivas e não somente governamentais). Este é o caráter transversal da cultura que marca a Economia Criativa e o modelo de Cadeia Integrada (DEHEIZELIN, 2006b). Também a garantia da diversidade cultural é fator primordial na formulação de políticas públicas de cultura, pensando na democracia, na inclusão social e ainda na revitalização da economia e fortalecimento de identidades locais.

Os instrumentos ou mecanismos de política pública se voltam para o estímulo ao financiamento, produção e consumo de bens e serviços culturais. Um exemplo está nos bancos, que destinam verbas substanciais à cultura, com enfoque no desenvolvimento. Desde 1995, o Brasil tem visto crescer os investimentos dos bancos neste setor, especialmente após a criação da Lei do Audiovisual, em 1993.

Também os incentivos fiscais (REIS, 2003), que se constituem em renúncia ou redução na arrecadação de impostos sobre a produção (diminuição da alíquota sobre o faturamento de empresas culturais ou imposto de renda dos artistas), a distribuição (vantagens fiscais na implantação de equipamentos culturais em áreas desfavorecidas) ou no consumo (desconto de parte do valor dos impostos na compra de bens e serviços culturais).

No Brasil, os incentivos fiscais são regulamentados em âmbito federal principalmente com a Lei de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet, e a Lei do Audiovisual, prevendo mecenato, doações ao Fundo Nacional de Cultura (FNC) ou patrocínio. Alguns estados e municípios brasileiros criaram leis específicas para o apoio a projetos culturais, seguindo o formato das leis nacionais, com algumas adaptações.

No caso do turismo, também temos a necessidade de pensar através de Cadeias Integradas. Do mesmo modo que Reis (2003; 2007) defende o acompanhamento da produção cultural pelo Estado, não dispensando a parceria com a iniciativa privada, Beni (2000) sustenta que a gestão do turismo não pode ser deixada somente nas mãos do setor empresarial, uma vez que este visa principalmente ao lucro. O autor defende o protagonismo do Estado, visando a interesses sociais, tanto na regulamentação quanto nas ações de acompanhamento e avaliação dos impactos do fenômeno, seja em escala nacional, com a elaboração de políticas públicas e instrumentos de execução, ou estadual, com adaptação às especificidades regionais ou ainda em âmbito local, com participação ativa da comunidade.

A etapa a seguir do nosso estudo se refere à demanda pública e privada de pessoa jurídica, identificando participações e parcerias público-privadas existentes ou possíveis de serem firmadas em um futuro próximo, que se mostrassem necessárias para disparar um quadro de processo nas esferas da cultura e do turismo em Itabuna.

2.1.1 Setor público

2.1.1.1 Secretaria de Educação e Cultura

A primeira instituição entrevistada foi a Secretaria de Educação e Cultura, representada por Gustavo Joaquim Lisboa. Pensando em sua posição hierárquica sobre a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania, a Secretaria de Educação e Cultura do município foi considerada como relevante para nosso estudo por concentrar todo o sistema municipal de ensino, incluindo cursos profissionalizantes na área de produção cultural, como artesanato, corte e costura, bordados, pintura em tela e tecido etc.

Perguntado sobre o modo com que o sistema de educação municipal estimula a produção e o consumo cultural, Gustavo Joaquim Lisboa (2007) destacou que o modelo educacional adotado no município tem foco no sujeito, com ênfase em seu arcabouço cultural.

O modelo de Itabuna é de ciclo de formação humana, não é um modelo seriado. Por isso mesmo nós já temos um atendimento ao aluno que preserva, dentre outras coisas, o currículo cultural, que é fundamental para que esse aluno consiga carregar para a escola não apenas o que a escola ensina, mas também aquilo que ele já tem consigo mesmo. Aí entra toda a parte de diversidade cultural, étnica, racial e diferenças que acabam influenciando no conjunto da escola⁸.

⁸ As informações verbais estão destacadas em Itálico ao longo do estudo.

Desse modo, a produção cultural nasceria na participação do aluno junto aos debates sobre o cotidiano e as matrizes que ele carrega sobre família, identidade etc. Sobre a produção cultural, o secretário especificou que

Nós temos também diversas atividades que são projetos interligados, que contribuem muito no processo de aprendizagem e assimilação da própria cultura local, como é o caso do Arte e diversidade, do Arte e educação, do Programa Pátria amada, que trabalhamos aqui e que privilegia inclusive a questão do aproveitamento de sucatas com a educação infantil; diversos painéis que são construídos pelos alunos do Ensino fundamental; além dos projetos de captação de recursos que nós temos como o projeto de Teatro que tivemos esse ano, com recursos captados junto ao MEC, com alunos das escolas da rede [municipal]. Tivemos a inscrição e aproximadamente 300 alunos e concluímos o trabalho com a culminância teatral há mais ou menos dois meses

Sobre as referências que o currículo escolar faz à cultura regional, o secretário destacou novamente a presença dos temas identitários no cotidiano escolar, ultrapassando os limites da matriz curricular definida pelo Ministério da Educação (MEC) para, em parceria com os professores e a coordenação das escolas, tratarem da prática familiar e social do aluno.

Na mesma entrevista (2007), sobre os cursos de artesanato oferecidos via sistema municipal de educação e a maneira como os temas regionais são estimulados nestes espaços de criação, o secretário afirmou que este âmbito é de responsabilidade da Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania. Segundo ele, *embora a Secretaria de Educação tenha, ainda, o codinome Secretaria de Educação e Cultura, aqui não é cultura. Ela manteve esse nome apenas em função da relação muito forte, inerente, inclusive, entre educação e cultura. Mas aqui nós trabalhamos com a parte de educação*. Do mesmo modo, a pergunta sobre as formas de apoio aos artesãos de Itabuna foi tratada como não pertinente à entidade, que trabalha com políticas e verbas para o ensino fundamental e médio, especificamente.

Também sobre a existência de algum trabalho em parceria com a Secretaria de Agricultura e Turismo o secretário de Educação e Cultura do município afirmou haver distintas formas de atuação referentes a cada pasta pública, com autonomia apenas sobre suas

respectivas áreas. Ainda na entrevista de 2007, perguntado sobre a existência de algum projeto que integrasse as três instâncias – educação, cultura e turismo -, o secretário enfatizou:

Não, não existe. Aqui nós não temos. [...] O que existe é um turismo que acontece, inclusive, em grandes capitais e, aqui em Itabuna, tende a crescer, que é o turismo de negócios. Itabuna já tem turismo de negócios [...] Com o Centro de Convenções e o Teatro que estão sendo construídos, eu acho que nós vamos ter a oportunidade de atrair grandes eventos para Itabuna.

Por fim, perguntamos ao secretário sobre a existência de algum projeto fundamentado na Economia Criativa, citando o exemplo de Conceição das Crioulas⁹ (PE), abordado por Reis (2005) para esclarecer as premissas dessa tendência. Também fomos informados de que, por parte desta secretaria, não há nenhum projeto nessa linha.

2.1.1.2 Secretaria de Agricultura e Turismo

A segunda instituição entrevistada junto ao setor público foi a Secretaria de Agricultura e Turismo. A entidade é de criação recente junto à estrutura administrativa municipal, tendo se desligado da antiga Secretaria de Indústria, Comércio, Agricultura e Turismo através da Lei Municipal 1.963, de 25 de fevereiro de 2005.

Consta no *site* da prefeitura municipal que o objetivo da secretaria é “coordenar, dirigir e supervisionar a execução das políticas municipais referentes às atividades agrícolas e pastoris, incentivar e difundir o cooperativismo e associativismo, bem como incentivar o

⁹ Conceição das Crioulas, distrito do município de Salgueiro (PE), foi palco do projeto Imaginário Pernambucano, com protagonismo da Associação Quilombola de Conceição das Crioulas (AQCC) em parceria com a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), o Sebrae, a Prefeitura Municipal de Salgueiro, a Fundação Palmares entre outras instituições públicas e galerias de artesanato. O objetivo era valorizar a cerâmica produzida por essa comunidade de remanescentes de quilombolas e inserir sua produção no mercado de modo a gerar renda e aumentar a estima pessoal e comunitária local. O projeto pode ser citado como exemplo da Economia Criativa, que envolve setor público, privado e terceiro setor visando a ações que reúnem produção cultural, economia e políticas públicas para o desenvolvimento local.

incremento e difusão das atividades turísticas no município”⁹. Entretanto, a representante institucional que nos concedeu entrevista, Gisliane Lopes Vieira da Silva (2007), informou que, desde seu ingresso junto à entidade, *o único propósito da secretaria de turismo era na área de eventos. Era realização do carnaval, São Pedro, alguns eventos já consolidados, que já existem*. Foi destacado que, daquela data até o momento, a entrevistada e outras duas pessoas estariam trabalhando no sentido de dinamizar as atividades ligadas ao planejamento turístico municipal, destacando-se o inventário da oferta e o crescimento do turismo de negócios, paralelo ao de eventos.

O primeiro bloco de perguntas se refere ao planejamento do turismo no município. Questionada sobre a existência de planejamento integrado para o desenvolvimento do turismo em Itabuna, a entrevistada respondeu que, referente ao turismo, ainda não há um plano, uma vez que este trabalho nasce após a conclusão do inventário. Até o momento da coleta de dados, os esforços institucionais convergiam para a inclusão do município no circuito Costa do Cacau junto ao Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) e, para tanto, o primeiro passo seria a conclusão do trabalho de inventário da oferta turística.

A gente vai fazer o inventário, vai fazer o planejamento, a gente está querendo fazer o planejamento até... 2012, pra que a próxima gestão não mude o direcionamento do município, [...] junto com o Conselho Municipal de Turismo. Então a gente vai ter a sociedade do nosso lado, independente de quem esteja no poder a sociedade vai cobrar, tanto a sociedade, a sociedade como um todo, as IES, o Conselho, toda a sociedade envolvida. A preocupação da gente é essa, como do planejamento e como o próprio Prodetur, que possivelmente, já vai estar fazendo o Prodetur III.

Apesar de não integrar o circuito Costa do Cacau junto ao Prodetur, Itabuna faz parte desse roteiro junto ao Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo, com intermédio da Bahiatursa. Foi destacado pela entrevistada que o município também já faz parte do Conselho do Pólo Litoral Sul, *que é quem aprova os projetos para o Prodetur*

⁹ www.itabuna.ba.gov.br Acesso em Dez/2006

(SILVA, 2007). Embora o pleito a verbas oriundas do Governo Federal só possa acontecer após a admissão do município no circuito junto ao Prodetur, a secretaria se considera vitoriosa:

Pra quem não está na Costa do Cacau a gente já tem uma representatividade muito grande, porque a gente está com o objetivo de, por mais que não entre agora na Costa do Cacau [para o Prodetur], a gente está participando do processo, a gente está presente, a gente está vendo, a gente está com interesse. Então a gente tem a FTC, FacSul, Aiart e a Fundação Jupará. E a gente não tem direito a voto, mas tem direito a voz como município, que a gente participa sempre.

Valendo-se da passagem em que foram mencionados alguns parceiros do processo de inventariado, foi informado à representante da secretaria que projetos com semelhante objetivo estavam sendo desenvolvidos no município pela Universidade Estadual de Santa Cruz, especificamente pelo Mestrado em Cultura & Turismo e pelo Núcleo Temático de Turismo. A entrevistada negou qualquer atividade conjunta entre a secretaria e a Uesc, não havendo sequer comunicação entre os órgãos mencionados. Consideramos este fato como obstáculo à formação de uma Cadeia Integrada, uma vez que esforços de instituições diferentes são direcionados a trabalhos semelhantes, sem diálogo, distribuição de compromissos ou co-autoria dos trabalhos. Neste caso, ficou evidente que a entidade não propôs parceria às outras e, mais que isso, julga impertinente tal atitude: *eu vou sair daqui pra ir lá? Não vejo porquê!* (2007).

Após conhecer os esforços da secretaria de Agricultura e Turismo para a inclusão do município no rol das políticas públicas de turismo em execução no Brasil, questionamos quais etapas do Programa de Regionalização do Turismo já estavam consolidadas em Itabuna.

Eu não consegui ler todos os módulos, li alguns pedaços. O contato da gente com a Bahiatursa era Aline Zorthéa, que agora saiu da Bahiatursa e está aqui na região com a gente. Quem dava o apoio técnico todo à gente era Aline. Mas eu, sinceramente, não sei lhe responder. Bom, eu lembro que sensibilização teve, mobilização teve... Foi pra ir por Salão [do Turismo]... É, a parte de mobilização já teve, já. Se eu não me engano está na terceira fase.

O Programa de Regionalização do Turismo, criado pelo Ministério do Turismo (2004), possui nove módulos. O primeiro, intitulado “sensibilização”, prevê um trabalho de informação, educação e disseminação dos conceitos e objetivos do programa. O segundo módulo diz respeito à “mobilização”, que objetiva suscitar o interesse de atores sociais relevantes por ações conjuntas, direcionadas aos objetivos do programa. Embora a secretaria responda a favor da conclusão destas duas etapas, a questão seguinte aponta para a ineficácia do trabalho. Questionamos sobre o cancelamento do carnaval referente ao ano de 2007 no município e obtivemos a seguinte resposta:

É muita sobrecarga para o município, porque a responsabilidade do carnaval é toda do município. É muita coisa. E o Estado aproveita disso. Itabuna estava conseguindo atrair turistas internacionais e o Estado aproveita disso, mas dá algo, ninguém dá! Aí não dá pra segurar os custos. É complicado só o município arcar com um carnaval... No ano passado Itabuna recebeu uma média de 350.000 visitantes à noite! Nós fizemos uma parceria com as agências de viagens de Ilhéus para que eles trabalhassem dentro do roteiro “carnaval de Itabuna”. Foi um carnaval muito bom e muito grande. E Itabuna, pelo perfil que tem, de turismo de negócios e eventos, teria que ter novamente. Eu acho que deveria manter o padrão [do carnaval] do ano passado para se consolidar no ano que vem. E o São Pedro também, além de outras festas tradicionais de Itabuna, mas é complicado porque é só o município que banca. Eu acho que Itabuna, Ilhéus e as cidades da região ainda estão com aquela cultura de que a responsabilidade é toda do poder público. [...] A iniciativa privada não se manifesta. [...] como técnica, penso que o poder municipal dá o básico. A iniciativa privada é que tem que promover.

Com base nessas dificuldades, Gisliane Lopes nos informou da existência de um projeto de sensibilização com o *trade* turístico, formatado em ciclo de palestras. Porém, não havia recursos disponíveis para execução dessa proposta em 2006 e ainda não havia confirmação do orçamento para 2007 durante o período em que os dados foram coletados.

Perguntada sobre o tipo de turismo que a secretaria buscava desenvolver no município, a entrevistada afirmou que era necessário concluir os trabalhos de pesquisa e inventário para apontar a vocação que o município apresenta para visitação. A representante institucional destaca como surpreendentes os resultados parciais de pesquisas realizadas pela Comissão Executiva para o Plano da Lavoura Cacaueira (Ceplac), indicando que, além do perfil para

turismo de eventos e negócios - evidente de forma empírica e predominante junto aos resultados parciais obtidos com o inventário -, o município também atrai turistas em busca de turismo rural, especialmente agricultura familiar, e cultural: *turismo cultural também, pouco, mas tem. Tem a casa de Jorge Amado, tem o museu Casa Verde, que está naquela situação complicada, mas tem sim. Itabuna tem uma história muito grande e, pessoalmente, eu acho que muito rica* (2007).

Questionamos se havia trabalho conjunto com a comunidade de Ferradas acerca do projeto de criação do memorial Jorge Amado na casa em que o escritor nasceu.

Eu nunca tive contato com a comunidade de lá. Quando eu cheguei aqui o projeto estava pronto, que é de longas datas. É um projeto de muito tempo atrás e a gente ainda não trabalhou com ele. Uma das coisas da última reunião do Conselho é que a gente vai ter esse contato agora, porque a gente quer promover Ferradas como roteiro independente de Itabuna, porque lá também tem o perfil do turismo rural. Mas nós, como secretaria, não tivemos ainda contato com a comunidade.

Todavia, a entrevistada destacou a existência de ações voltadas para a inclusão social, enfatizando atividades de formação educacional em parceria com comunidades do município.

A gente vai até algumas escolas, dá palestras, chama pra vir até a secretaria. Elas solicitam muitas estagiárias e a gente leva elas pra trabalhar junto com a comunidade, com cursos profissionalizantes de compotas, artesanato e as meninas vão lá dar um apoio de marketing. O trabalho de inclusão social da gente, até o momento é esse. E também tem o objetivo de trabalhar com o trade. Tem que fazer uma mobilização urgente com o trade que é quem tem o poder, o capital.

Além das ações em parceria com a comunidade, questionamos se a Secretaria de Agricultura e Turismo desenvolve alguma ação em parceria com os artesãos da cidade.

Só a feira de artesanato que acontece todo ano. [...] O primeiro ano foi melhor porque a gente pôde dar um apoio logístico melhor. Alguma coisa com a Fetag, que tem uma feirinha itinerante e sempre está nos solicitando que leve artesanato. A Fetag faz parte do Pólo Litoral Sul, é um movimento social dos Sem Terra daqui de Itabuna e ela sempre está levando os artesãos aonde tem essas feiras itinerantes de agricultura, sempre leva os índios. Em verdade, eles, como associação, promovem e pedem apoio logístico à gente. [...] A nossa parceria com os artesãos é mais em apoio logístico.

Perguntamos sobre a existência de projetos unindo cultura e turismo. De acordo com Beni (2000, p. 101), a política de turismo tem como base programas de ação orientados “primeiramente, à política de preservação do patrimônio cultural, artístico, histórico, documental e paisagístico natural”. A integração de organizações públicas e privadas na alimentação desse fim é evidenciada pelo autor como uma das iniciativas mais candentes para o desenvolvimento do turismo. Entretanto, a entrevistada foi soante em sua conclusão:

Itabuna não está preparada. Itabuna tem uma infra-estrutura muito boa. Então ela tem que arrumar a casa dela, tem que ser alicerçada. Qual é o primeiro passo pra fazer o município se tornar turístico? É o quê? O inventário! Estamos fazendo o inventário, sem esquecer do resto. A gente trabalha na mobilização com o trade, inclusão social, mas nada muito grande. E depois? O plano de turismo. Vamos fazer o plano de turismo. Enquanto isso vai fazer o quê? Os projetos do Ministério do Turismo. Sinalização, o que pode ser feito.

As dificuldades da ordem de gestão pública levam à idéia de que o município ainda precisa trilhar um caminho longo em termos de planejamento urbano e turístico frente às carências que a cidade apresenta. Fica marcada a consciência de que se trata de um processo de longo prazo, que abrange, primeiramente, a melhoria da infraestrutura para proporcionar – tanto ao visitante como à comunidade – uma experiência de qualidade.

Finalizando, questionamos sobre a existência de projetos baseados em Economia Criativa no município. Mais uma vez, foi enfatizado que Itabuna não possui nenhum projeto que reúna cultura e turismo, uma vez que cada esfera – cultura, economia, turismo – refere-se a uma entidade responsável específica dentro da estrutura administrativa atual.

Entretanto, foram sinalizadas algumas parcerias da secretaria de Agricultura e Turismo e a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania, como acontece quanto ao apoio aos artesãos - referido anteriormente - e o Concurso de Fanfarras. Segundo Gisliane Lopes, *a gente trabalha com alguns resgates culturais, as pessoas vêm até a gente e a agente tenta intermediar com a Ficc. Então já vai tudo pronto para a Ficc. Tem algumas ações como*

essa.... Porém, foi atribuída à Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania (Ficc) toda a autonomia quanto à execução dos projetos culturais.

2.1.1.3 Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania (Ficc)

A FICC foi criada em 2001 por meio da Lei municipal de nº. 1839, de dezembro de 2001. Seu objetivo, segundo Flávio José Simões Costa (2007), atual presidente, é *ser um instrumento municipal de divulgação e de incentivo à cultura em suas várias manifestações.*

Perguntamos que ações de curto, médio e longo prazo a entidade promove junto aos artesãos da cidade. O entrevistado lançou a assertiva: *A relação da Ficc com os artesãos se dá através de um Shopping do artesanato, com administração própria. O Shopping do Artesanato Grapiúna foi criado na gestão municipal referente ao período 2000-2004, por iniciativa da Ficc, constituindo-se ação de médio prazo, porém, permanente. O espaço sofreu reforma e recebeu decoração temática sobre o cacau, com autoria de Adonias Borges. Atualmente, esse espaço é utilizado pela Associação Itabunense de Artesãos (Aiart), com subsídios da Ficc. Quanto às ações de curto prazo, Flávio Simões Costa respondeu*

incentivamos a criação de uma associação de artesãos, que, em verdade, já existia, nós apenas trabalhamos o estatuto, para colocar algumas coisas... [...] Nós publicamos folders, e tentamos disseminar isso em hotéis e locais de turismo [...]. Toda vez que essa associação necessita de algum recurso para promover uma feira, às vezes até para viagens para expor em outras cidades, recurso para divulgação...

Temos então que o apoio em curto prazo da entidade junto ao artesão itabunense ocorre em termos, especialmente, de difusão do produto e do artesão, não descartando demandas isoladas ou incidentais.

É através da Ficc que os recursos públicos direcionados à cultura no município são distribuídos. Perguntado sobre a porcentagem da arrecadação municipal direcionada para a cultura, o representante da Ficc respondeu o seguinte:

Eu não sei ao certo, eu lhe diria, talvez, em torno de 0,57% e isso é um dado bruto. O nosso último orçamento [anual] foi de um milhão seiscentos e treze. Isso é uma dotação orçamentária, não significa que esse dinheiro todo vem para a Ficc porque orçamento é previsão. Como as prefeituras estão em crise financeira devido a essa política de retenção do Governo Federal, o que a gente nota é que muito dos projetos, muito da expansão das atividades da Ficc fica limitado face à carência de recursos.

Mais especificamente, questionamos que porcentagem do orçamento da Ficc é investida em artesanato e com que periodicidade ocorre esse repasse de verbas.

Não existe um percentual definido no nosso orçamento. Não existe estatutariamente uma obrigação de a gente estabelecer um valor para esse fim. Como eu disse, a nossa relação com o artesanato em Itabuna é via Associação de Artesãos e a Casa do Artesão e toda vez que eles têm alguma dificuldade a gente tenta apoiar com os recursos que a gente tem, mas não há um percentual definido no nosso orçamento para isso. Eles andam com os próprios pés.

Interessados em saber de que forma as políticas culturais brasileiras ressonam sobre o município, indagamos como ocorre o diálogo e as parcerias com o Governo Federal ou Estadual, no sentido de incentivo à produção cultural.

Existe. Existe uma coisa chamada Fundo de Cultura, do Governo Estadual e existem as verbas do Governo Federal, mas não chegam. A grande verdade é essa. O Fundo de Cultura, por exemplo, repassa. Repassou duas vezes, durante os dois anos que eu estou aqui, o Fundo de Cultura repassou alguma coisa que veio para aqui, mas o Governo Federal não repassa nada. Ele apresenta projetos, até fizemos, mediante um deputado que levou ao Ministério e acharam muito interessante e ficaram de dar uma resposta, resposta essa que nunca chegou.

Ainda em âmbito federal, tomamos como referência as últimas resoluções do Ministério da Cultura, como e o Decreto nº. 5.520, de 24 de agosto de 2005, que criou o Sistema Federal de Cultura e reorganizou o Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) e, recentemente, em 2007, as **Diretrizes Gerais para o Plano Nacional de Cultura (PNC)**.

Através destas proposições, o Ministério estabelece sua visão sistêmica sobre a gestão cultural e busca formar redes com o objetivo de concatenar sistemas, órgãos e políticas federais, estaduais e municipais de cultura. A atual gestão nacional orienta-se pelo discurso da integração das três instâncias governamentais – federal, estadual e municipal – com ampla participação comunitária, à qual foi atribuído o predomínio fiscalizador do processo gestor.

Com a criação do Sistema Nacional de Cultura, o Conselho Nacional de Política Cultural deixou de ser composto apenas por indicações de nomes do Poder Executivo. Na atual regulamentação, membros da sociedade civil organizada podem vir a integrar o Conselho através de colegiados ou câmaras setoriais. Nesse sentido, a Portaria nº. 180, de 31 de agosto de 2005, do Ministério da Cultura, regulamentou a 1ª Conferência Nacional de Cultura e definiu que qualquer cidadão pode se inscrever nas conferências municipais e intermunicipais, consideradas pontos de partida para a delegação de representantes dos municípios nas conferências estaduais, que indicam os delegados à Plenária Nacional. Os integrantes possuem poder deliberativo na aprovação das diretrizes do Plano Nacional de Cultura e estabelecimento das normas gerais para aplicação do Fundo Nacional de Cultura.

A Conferência Nacional de Cultura funciona como espaço para análise, aprovação, avaliação, revisão e possíveis correções sobre o Plano Nacional de Cultura. É durante a CNC que o segundo mecanismo formal de adesão acontece: a assinatura do Protocolo de Intenções. O objetivo deste documento é promover as condições necessárias à implantação do SNC.

O protocolo que já atingiu, de março de 2005 a junho de 2006, mais de 1.700 municípios, representando 50% da população brasileira, tem alguns princípios gerais como o de promover a formação, capacitação e circulação de bens e serviços culturais; o de articular e implementar a interação da cultura com as demais áreas sociais, destacando seu papel estratégico no processo de desenvolvimento social; e o de promover agendas e oportunidades entre as áreas de criação, preservação, difusão e os segmentos da chamada indústria cultural (MEIRA; GRAZZINELLI, 2006, p. 18-19).

Com base nessas informações, questionamos se Itabuna participa do Sistema Nacional de Cultura através da assinatura de protocolo de intenções ou presença na 1ª Conferência Nacional de Cultura. O presidente da Ficc respondeu: *a rigor eu não conheço isso. Honestamente. Não me chegou essa informação* (COSTA, F., 2007). O não alcance das informações sobre o SNC - disponíveis no portal do Ministério da Cultura na *internet* - ao município se mostra como outro obstáculo que agudiza o quadro de carência de planejamento e gestão integrada em Itabuna. Embora a entidade possua recursos de informática para acessar e trocar informações, foi identificado o uso restrito dessas ferramentas e o conseqüente isolamento do município frente a iniciativas públicas nacionais de promoção e gestão da cultura.

Nesse âmbito das políticas federais de incentivo à cultura, buscamos saber se a Ficc incentiva o cumprimento da Lei Rouanet junto à iniciativa privada do município. Para nossa surpresa, o entrevistado nos informou de que *existe, no município, uma lei de incentivo fiscal em contrapartida a incentivos, sobretudo financeiros, que as empresas locais poderiam fazer*. Contudo,

Se tentou fazer isso aqui com várias empresas, inclusive empresas grandes, mas não logramos êxito. Uma das justificativas é de que eles direcionam esse recurso, afirmando: - “Nós temos um departamento específico para esses assuntos, localizado em São Paulo, e só encaminhando a solicitação para lá...” Eu fiz então um ofício e encaminhei para lá, pedindo um auxílio à Petrobrás, que instalou perto de Ferradas um terminal, seria uma coisa justa a Petrobrás ajudar, mas disseram que estavam com uma listagem do Ministério da Cultura centralizada... Em fim, a verdade é que nós não conseguimos ainda. Pedimos à Nestlé, mas eles são completamente refratários. Dizem: “Ah, isso dá trabalho, quando a gente vai fazer o encontro de contas, o repasse nunca dá certo!...” Até o Fundo de Cultura, que é manejado diretamente pela Secretaria de Cultura em Salvador. Tem essa possibilidade e eu tentei por tabela, tentei Trifil, grandes empresas que vieram para Itabuna, como a Petrobrás, [...], mas não logramos êxito, não há receptividade.

Visto que a Ficc se conforma em entidade voltada para a cultura e a cidadania, destacamos que a política de turismo deve estar alicerçada sob uma condicionante social. “A condicionante social deverá fazer que o Turismo constitua incentivo à criatividade, às artes e

às manifestações sociais, artesanais e folclóricas, e que sejam crescentes o número de pessoas atingidas por essa política” (BENI, 2000, p. 102). Uma vez que a Secretaria de Agricultura e Turismo municipal designou a Ficc como responsável pelas políticas culturais de abrangência local, questionamos ao presidente da instituição sobre os mecanismos de incentivo à produção artesanal por parte do município.

Quando tem alguma coisa, por exemplo, de artesanato, fora da cidade, a gente dá as passagens para que eles possam se deslocar... Fizemos um curso ano passado, de duração de dois semestres, sobre artesanato, convidamos os artesãos e eles compareceram. Um pequeno grupo veio... Então essa é a política que a gente administra no sentido de incentivar não só a produtividade, mas também fazer aparecer o artesanato de Itabuna, que, diga-se de passagem, é muito pobre, artisticamente, não é muito expressivo, embora não se deva esperar o artesanato como produção artística, mas está claro dentro do seguimento.

Ainda no contexto das políticas públicas de incentivo em âmbito municipal, perguntamos se há instrumentos de auxílio e fomento aos iniciantes no ramo. Flávio Simões respondeu apenas: *não, não*.

Temos ainda, na política de Turismo, a condicionante econômica, em que são criados programas para a dinamização dos empreendimentos turísticos, incluídos aí o comércio, a hotelaria, a “produção especializada e artesanal” etc. Com base nas prerrogativas de Beni e do SNC, perguntamos sobre políticas de incentivo a articulações entre Associações de Artesãos e iniciativa privada ou outras entidades da sociedade civil e do terceiro setor, visando a injeções de recursos, medição de impactos econômicos nos resultados das ações implantadas ou mesmo projetos futuros para movimentar as atividades artesanais frente ao turismo.

Não. Isso não funciona, em verdade, não existe. Não só pela questão estrutural do ambiente cultural da cidade, quanto, não me parece que os artesãos da cidade busquem esse tipo de incentivo. Até na questão da comercialização, que é concentrada na Casa do Artesão. Eu disse: Eu acho que vocês deveriam fazer uma política de buscar vender para turistas, em Ilhéus. Eles disseram que iam buscar, mas parece que eles se acomodaram com a idéia de ter um mercado próprio, de ter um local específico para vender e então não buscam esse tipo de incentivo.

Entendemos, com a passagem em que o entrevistado sugere aos artesãos a distribuição de produtos na cidade vizinha, a despeito da existência de um equipamento cultural dedicado ao artesanato em Itabuna, que a atual gestão da Ficc não aposta na capacidade do município em atrair visitantes, o que demonstra que também não há divulgação dos dados coletados pela secretaria de Agricultura e Turismo sobre o receptivo municipal. Também que a Ficc atribui à Aiart o desenvolvimento de políticas de expansão econômica da classe.

Retomando o bloco de perguntas referente ao apoio do governo local ao artesanato produzido em Itabuna, perguntamos sobre a existência de projetos futuros para o setor artesanal. O presidente da entidade respondeu que

Os projetos futuros de ação da Ficc estão sempre no plano do estímulo. O estímulo às chamadas “artes populares”, onde se encaixariam o artesanato. Nós tentamos aqui oferecer um curso de escultura. Trouxemos uma pessoa aqui para isso, mas foi um fracasso. Até os artesãos que a gente convidou para vir manejar o barro, ver como é, como se prepara o barro para melhorar sua capacidade de esculpir... Infelizmente o curso deixou de funcionar por falta de interesse de pessoas voltada para isso. Essa dificuldade, me parece, que está ligada à própria, não sei se a expressão cabe, mas à própria “carência” de elementos culturais, sobretudo, populares, na cidade.

Temos aqui mais um item que impossibilita uma solidificação da estrutura local para o desenvolvimento de uma Cadeia Integrada: a não participação efetiva dos membros da Associação de Artesãos junto às iniciativas do poder público. Embora saibamos que a falta de adesão pode ocorrer por motivos históricos e mesmo político-partidários, a parceria com os artesãos, seja no plano da capacitação ou da avaliação das atuais políticas executadas, é necessária ao alcance de uma gestão cultural eficaz. Todavia, há que se buscar alternativas, principalmente, através do diálogo e avaliação coletiva das metas e atividades em andamento para impulsionar a melhoria e a diversificação da produção artesanal na cidade, em vistas do número significativo de famílias que atualmente têm o artesanato como única fonte (informal) de renda (COSTA, A., 2007a). Temos em conta que o quadro de dificuldades em que se insere a comunidade de artesãos locais não deve ser entendido como “carência de elementos

culturais”, porém, como falta de visibilidade e incentivos que possam trazer impactos positivos a esse artesanato, atentando para todas as especificidades que compõem esse grupo.

Embora tenhamos sido notificados de que todo o contexto da política de turismo municipal esteja concentrado junto à Secretaria de Agricultura e Turismo da Prefeitura, insistimos na questão das ações integradas entre a cultura e o turismo junto à Ficc.

A política municipal para o turismo é concentrada na Secretaria de Agricultura e Turismo. Então não está previsto nas atividades da Ficc o estímulo ao turismo, embora, por exemplo, nesses carnavais anteriores nós tentamos fazer alguns blocos, aqueles blocos populares, que é uma expressão cultural dentro do carnaval que nós estimulamos, mas a barreira é incrível: “E vocês vão nos dar quanto?” Aqui tinha bumba meu boi, tinha coisas desse tipo que podia sair no carnaval... Então a gente fica restrito à atividade de capoeira. A Ficc fica quase sempre restrita à capoeira, considerando a capoeira também como expressão folclórica e ligada à cultura popular... O carnaval é planejado e administrado pela Secretaria de Comércio e Turismo da Prefeitura Municipal de Itabuna. A Ficc não tem nenhuma determinação expressa para que ela se envolva com o turismo.

Aqui identificamos outro item que dificulta a mudança de evento a processo no município: a visão de que o setor público não possui o encargo de financiador da cultura local. Também contribui para essa dificuldade a nostalgia sobre manifestações que deixaram de existir, a qual ofusca a existência de outros bens culturais de relevância para a identidade cultural e que, infelizmente, é tratado como pouco representativo, a exemplo do artesanato.

Ainda no bloco de questões que relacionam cultura e turismo em Itabuna, questionamos se a Ficc possui projetos futuros ligando a cultura e o turismo no município.

Um grande projeto é o Museu Ecológico, ligado ao bairro Ferradas, onde se criaria, dentro desse museu, que tem um edifíciozinho que a gente está construindo, onde tem salas previstas para iniciação ao artesanato, uma idéia que se tem dentro desse projeto é de levar alguns jovens do bairro para trabalhar esculturas de miniaturas das personagens de Jorge Amado e venderia. Porque Jorge Amado foi tema de uma idéia brilhante da primeira diretora da Ficc, professora Rita Dantas, que era uma coisa extraordinária para Ferradas. Se você botar uma placa de norte a sul em Itabuna, dizendo “Visite a Casa de Jorge Amado em Ferradas a tantos km”, as pessoas entrariam! Quando a gente vê as placas convidando para visitar a casa de alguém famoso, como o Santos Dumont, a gente vai. Então é isso que a gente quer fazer hoje, com Jorge Amado, que é um nome internacional. O projeto que nós fizemos logrou aprovação unânime em todos os departamentos da Secretaria de Cultura de Salvador, mas na hora da

participação que o Estado daria, seis dias antes do final da gestão, o secretário oficiou que infelizmente não tinha dado o aval...

Há ainda o projeto da biblioteca de Ferradas em diálogo com um grupo de jovens moradores, o que o representante da Ficc considera como meio para o município inserir-se no âmbito do turismo, enfatizando que esse seria um atrativo de visitação com foco na comunidade, na geração de emprego e renda.

Sugerimos também a formação de um grupo de teatro, com os estudantes, sugerimos que eles escrevessem as peças sobre Ferradas, sobre a cultura do cacau da década de 20 de 30... Mas é como eu estou lhe dizendo não existe inserido um contexto do universo cultural da região essa disponibilidade para fazer coisas artísticas. Tem aqui dois ou três ou quatro artistas expressivos, mas não tem uma coisa...

Nesse aspecto, Flávio Simões Costa destacou projetos voltados para a formação acadêmica dos artistas

Tem uma coisa interessante nos nossos planos e também criada por lei que é a Escola de Artes Cênicas de Itabuna, mas recursos para implantar a gente não têm. É um projeto caríssimo que existe há quatro anos, criado por lei, com regulamento pronto... Eu tentei conversar para ver se trazia professores da Escola de Teatro de Salvador, mas foi terrível! Tínhamos que pagar as viagens, hospedagem... é um projeto com volume grande de custos. Vamos tentar instalar de fato até o final do próximo ano [2008] e começar com coisas assim, que já tem professor aqui

E completou

Terminamos de fazer agora um inventário da realidade cultural de Itabuna. Solicitamos aos artistas, poetas, pintores, que viessem se inserir e isso está pronto. Estamos digitando e vai ficar disponível no site da Ficc. Nós descobrimos que formado em teatro aqui na nossa região só tem cinco pessoas. São só cinco, mas que precisaríamos para o nosso curso.

Questionamos sobre a existência de projetos baseados em Economia Criativa no município, apontando o exemplo de Conceição das Crioulas (REIS, 2005). O presidente da FICC enfatizou que *Não há uma base de suporte para que você possa incentivar um projeto semelhante a esse que aconteceu em Pernambuco. Infelizmente.* E justificou:

aqui, como eu estou dizendo, há um vazio cultural. A gente não tem nada! Uma coisa interessante que outro dia eu estava pensando: licores regionais, com base em frutas regionais. Tem pessoas que fazem e outro dia eu até brinquei com um deles: “você devia trazer aqui para ver se ensinava isso, licor de cacau, de leite, que se faz para beber no São João, mas a pessoa não quer, ela pensa assim: “se eu ensino, o cara aprende e me faz concorrência”. Então não há uma tradição, mas um vazio, eu chamaria de cultural less, uma demora entre a riqueza da região e o desenvolvimento cultural.

Fica clara a noção de que, para a atual presidência da Ficc, a produção artesanal de Itabuna é insuficiente para justificar um projeto com base em Cadeia Integrada ou políticas culturais voltadas para a valorização das tradições, consideradas como inexistentes na região.

Sobre isso, salientamos que há um vasto manancial de fontes apontando para a transformação do conceito de tradição na pós-modernidade, como discutimos no capítulo primeiro de nosso estudo (HALL, S., 1999; 2003; CANCLINI, 2003, HOBBSBAWN; RANGER, 1984). Dada a dinâmica inerente à cultura e às identidades culturais, as tradições são reconfiguradas, combinando elementos do passado e atuais em sua composição; são ressignificadas, reunindo carga folclórica a potencial econômico; são reinventadas, representando variadas gerações de um dado território e características globais e locais.

Tomemos como exemplo o caso dos licores, referido pelo entrevistado Flávio Costa. A produção de licores à base de frutas típicas, como o jenipapo e o cacau é tradição das festas juninas regionais e integra o repertório identitário local. É uma tradição que permanece - embora os períodos de clima frio tenham se encolhido na região – especialmente pelo valor econômico e cultural que encontram frente ao turismo. Portanto, trata-se de uma tradição ressignificada para além do autoconsumo, sobretudo, ampliada para fins de sustentabilidade. Há que se destacar que esses licores estão disponíveis para degustação e compra no SAG e que há também inúmeras iniciativas de produtores independentes, comercializadas através de divulgação boca a boca, fora do contexto da Aiart (COSTA, A., 2007b).

Retomamos a necessidade de reunir os agentes para avaliar se os mecanismos de política cultural municipais estão adequados à realidade itabunense. Talvez a prioridade seja a

consolidação dos produtos disponíveis atualmente. O repasse dos saberes poderia configurar como consequência da valorização e elevação da qualidade do produto artesanal local.

Olhar diferente do proferido pelo atual presidente foi divulgado pela própria Ficc no relatório **Cultura 2001-2004**: veja o que nossa cidade fez: “uma das prioridades da Ficc é o artesanato grapiúna. Itabuna possui grandes artesãos” (FICC, 2004, p. 32). E mais

Existem muitos agentes culturais em Itabuna. Cabe ao poder público dar apoio e estimular os seus desempenhos. A melhor forma de apoiar as ações culturais é patrocinando e apoiando os nossos criadores, investigando a nossa história e os seus agentes, enfim, criando meios para que a alma de nosso povo se mostre e se solidifique (p. 7)

Para finalizar, perguntamos como a questão da cidadania – presente no sobrenome da entidade – é trabalhada junto aos projetos culturais em Itabuna.

Ah, isso nós trabalhamos muito com os grupos. Por exemplo, o que se chama genericamente de “tradição negra”. Faz congressos, participa, incentiva essas manifestações que eles fazem. Uma coisa que ficou em minha cabeça quando eu vim morar em Itabuna, no dia 13 de maio, saíram um grupo de pessoas de cor, em carroças, pelas ruas da cidade inteira cantando: “hoje, dia 13 de maio, negro não é mais lacaio...” Isso se acabou! Morreu a pessoa responsável e acabou. Procurou-se os descendentes para ver se a Ficc daria... Mas houve uma resposta incrível. Eu chamei um grupo de cultura negra aqui e eles disseram “Ah, não vamos mais discutir a Princesa Isabel, não” Uma reação estranha! E essa família que fazia essa manifestação, o senhor morreu, acabou!

Não foi citado, em nenhum momento, a existência de mecanismos legais no município que garantam ao trabalhador cultural algum recurso em caso de privação da sua força de trabalho, tampouco sobre a regulamentação da profissão, o que de pronto anularia a atual e crítica situação de informalidade desse agente economicamente ativo.

Também não foi mencionada neste item – da cidadania – a questão do artesanato como patrimônio cultural imaterial, prevista no artigo 216 da Constituição Brasileira (1988), o qual versa, dentre outras questões, sobre a criação de mecanismos de identificação, proteção, estímulo à produção e acesso à informação por parte do agente produtor. O debate sobre patrimônio imaterial coloca o agente produtor na condição de prioridade junto às políticas de

desenvolvimento socioeconômico e reconhecimento da propriedade intelectual coletiva, considerados grandes passos para a garantia dos direitos de cidadania da classe artesã brasileira. Tal ponderação demonstra, afinal, a incorreta compreensão do conceito de cidadania junto ao principal órgão de gestão cultural do município.

2.1.2 Setor privado

2.1.2.1 Câmara de Dirigentes Lojistas

Embora se constitua em organização sem fins lucrativos, a CDL é considerada como entidade representativa dos interesses da comunidade de empresários locais e, portanto, se faz necessária ao nosso estudo. A unidade da CDL de Itabuna existe há 43 anos. Em entrevista (2007), Carlos Leahy - presidente da entidade há oito anos – aponta como objetivo institucional *promover o comércio em Itabuna e nas cidades onde ela existe para que essas promoções gerem mais renda e emprego*. Ainda de acordo com o representante, a instituição é composta, atualmente, por 1.560 lojas associadas, entre prestadores de serviços, como clínicas em geral, fóruns, salões de beleza e lojas que trabalham com mercadorias diversas.

Perguntado se a CDL apóia projetos culturais no município, recebemos a seguinte assertiva: *Com certeza. Eu não sei lhe dizer agora, com precisão, mas várias peças teatrais, exposições de quadros, de arte... já receberam o patrocínio da CDL*. Buscando esmiuçar essa participação, perguntamos se há no município algum associado da CDL atuando com base na Lei de Incentivo à Cultura, a Lei Rouanet. O entrevistado nos informou que *se trabalha atualmente, não posso lhe garantir, mas a Unimed já trabalhou, os Postos Universal, a Conlar... são empresas que já incentivaram pessoas com essa lei*.

Questionamos então se alguma dessas iniciativas contemplou o artesanato. Fomos informados de que não havia um relatório comprovando tal parceria e que, pessoalmente, o entrevistado não acreditava em tal realização até o momento.

Perguntamos então se a CDL Itabuna patrocina ou já patrocinou eventos culturais com base na lei em questão.

Patrocinou, mas não através da Lei Rouanet. [...] Mas não existe uma verba específica para isso. Mas através de algum companheiro nosso, um lojista, com uma ligação da CDL: - “vamos dar um apoio a essa iniciativa...”. É assim que nós podemos estar apoiando a cultura em Itabuna. São vários acontecimentos [...]. Tem o Troféu Jupará, promovido pela rádio Morena FM, como apoio da CDL. Ele existe há mais de 15 anos, sempre como apoio da CDL. A votação acontece na praça Adami, em Itabuna e também acontece em Ilhéus. Esse ponto de apoio é patrocinado pela CDL. A gente também consegue computadores com empresas e a votação é viabilizada pela CDL, através de um stand, montado para as festas juninas e a gente consegue um espaço para a votação lá dentro. Então, de uma certa forma, é um exemplo de apoio à cultura que nós temos. O Troféu Jupará contempla vários seguimentos, tanto artes plásticas, como dança, teatro, música... Então a gente tem um troféu que está premiando e incentivando a arte de um modo geral.

Aproveitando essa informação, questionamos se a categoria “artesanato” está sendo contemplada. *A categoria artesanato poderia ser incluída [risos], inclusive seria bom que você provocasse isso no nosso coordenador do projeto, Marcel Leal. Eu acho que isso seria positivo, pode ser bem vindo (2007).* A fala do entrevistado demonstra interesse do setor privado por questões culturais, ainda que a efetivação de alguma forma de apoio não represente isenções fiscais ou visibilidade para além do âmbito municipal.

Sobre o apoio a ações junto aos artesãos do município, fomos informados de que

Nós temos interesse que os artesãos de Itabuna participem das feiras que são realizadas no município. Por exemplo, a Expoita. Existe uma preocupação nossa de ter dentro dessa exposição um local para artesanato. Nós temos um grupo em Itabuna e estamos tentando, através dele, realizar um evento por mês no município. Dentre esses eventos temos o Festival Gastronômico, que aconteceu no Centro de Cultura Adonias Filho... Queremos abrir também espaço para o artesanato.

Perguntamos se a CDL apóia ações para o turismo no município.

Com certeza. Nós temos em Itabuna uma espécie de turismo, o turismo de negócios. Nós não temos muitos pontos turísticos em Itabuna para serem explorados. Existe alguma coisa sobre Jorge Amado em Ferradas, mas uma coisa muito subjetiva. Ilhéus explora muito mais Jorge Amado do que Itabuna, embora ele tenha nascido em Ferradas... Mas a CDL de Itabuna se preocupa com o quesito turismo de negócios. Porque nós não temos ainda uma área, uma fazenda para que a gente pudesse estar mostrando às pessoas o que é uma fazenda de cacau. [...] Nós trouxemos no ano passado, com nosso patrocínio, o I Congresso de Endocrinologia, em nível nacional, que aconteceu aqui em Itabuna. Foi sediado na UESC. Muitas pessoas que vieram para o congresso conheceram também a Ceplac. Nós colocamos lá um stand mostrando o que é o suco de cacau, a geléia de cacau, todos os produtos derivados do cacau, houve demonstração do chocolate que é feito na Ceplac. Então nós temos essa participação, essa preocupação e essa vontade de estar, não somente participando, mas também promovendo encontros e buscando oportunidades para desenvolver o turismo de negócios aqui.

Uma vez que o entrevistado sinalizou haver em Itabuna a vocação para o turismo rural, questionamos se esse seria um projeto futuro da instituição, ligando cultura e turismo no município. Todavia, Carlos Leahy afirmou que *A CDL não pode estar à frente desse projeto. Não seria o nosso foco. O que a CDL faz e pode continuar fazendo é provocar situações para que pessoas busquem essas idéias ou queiram estar explorando isso no seu dia-a-dia.* Entendemos assim que a participação da CDL no processo de formação de uma Cadeia Integrada se constitui em nódulo de diálogo e articulações interinstitucionais.

Perguntamos se a CDL Itabuna participa ou pretende participar de projetos semelhantes ao de Conceição das Crioulas, com base na Economia Criativa.

Nós temos não somente o interesse em participar, mas justamente de provocar uma ação como essa. Veja que a partir de uma comunidade que estava produzindo um tipo de artesanato, se conseguiu mobilizar tantas ações, despertando inclusive o interesse turístico, é como o exemplo de Maragogipinho, onde há uma produção de cerâmica não somente para o comércio, mas para o turismo. As pessoas podem passar por lá e mesmo que não compre nada, pelo menos vão conhecer a cidade, utilizam os serviços da cidade, restaurantes, transporte... esse tipo de projeto é importante.

Procuramos saber como se dá essa provocação.

Conversando com as pessoas que têm o poder. Conversando com o Governador, Jacques Wagner, com Secretário de Agricultura, Geraldo Simões, com Secretário de Educação, Adeum Sauer... Já conversamos sobre isso com todos eles. [...] Se você notar bem, os grandes acontecimentos da nossa cidade se dão pela força popular, pela união da CDL, da Associação Comercial, da Apemi, do Sindcom, do

Rotary, Lyons Club, Maçonaria... Todos eles integram um grupo de ação comunitária dentro de Itabuna que faz essas cobranças.

E completou

Eu acho que qualquer iniciativa que venha a beneficiar não somente aos artesãos, com quem você trabalha especificamente, seja com um local para que eles possam trabalhar, além daquele no Calçadão, que eu acho muito restrito, as pessoas não se lembram muito daquela casa do artesão, mas um local maior perto de uma praça, um local em que eles possam estar colocando em exposição, todos os finais de semana, o que é produzido em Itabuna... Eu acho muito importante, principalmente a divulgação dos artesãos como divulgação da nossa cultura! Não é só um resgate do artesanato, mas através dele, a cultura do cacau, a cultura da nossa região. Outro dia eu vi numa empresa um cacau de cerâmica que era um porta papel, porta-cartão de visita. Isso gera renda para a pessoa que produziu a peça e também está simbolizando a arte, está representando o cacau que é a nossa principal atividade de agricultura...

Fica claro que a CDL faz uso sua capacidade de interação com os membros do setor de comércio e do terceiro setor, diretamente ligado a estes atores, para fortalecer a conquista de melhorias para o município junto ao setor público. Também que, apesar de não considerar pertinente o protagonismo, a entidade atua sobre o estímulo a iniciativas que favoreçam o turismo regional, com base nos atrativos locais, apontados, basicamente, sobre o comércio e a cultura. Talvez esteja aí a resposta para o problema da carência sobre capacitação de agentes para o turismo, apontada pela secretaria de Agricultura e Turismo.

A cultura, por sua vez, é vista como relevante para o desenvolvimento do município como um todo, uma vez que alimenta a relação de amorosidade da comunidade para com o território e ainda leva para outros limites a imagem da região. Carlos Leahy, como representante dos lojistas de Itabuna, destacou que a cultura funciona também como vetor de geração de trabalho e renda, paralelo às atividades que permaneceram após as dificuldades enfrentadas com a dissolução da agricultura como principal atividade econômica regional.

Entendemos que estas considerações são importantes para a mudança de evento a processo, porém, é necessário que haja, por parte do setor privado, a injeção de investimentos em aperfeiçoamento dos agentes em atuação no setor de serviços. Isto implica buscar parceria

com instituições que certifiquem qualidade do serviço prestado, a exemplo do Senai ou outras entidades brasileiras, a atenderes nos equipamentos de alimentação, transportes, vendas etc.

È importante ainda difundir junto aos componentes do *trade* o que Mario Petrocchi chama “sinergia”, ou seja, uma apropriação do conceito da termodinâmica, adaptado para refletir que a soma de energias provenientes de duas ou mais partes pode resultar diferente da soma das partes envolvidas.

O turismo é especialmente sinérgico, mas essa característica ainda não foi suficientemente assimilada por administradores municipais no Brasil, cuja maioria dos municípios é rigorosamente carente de recursos. [...] essas ações conjuntas são muito difíceis; prevalecem os interesses individuais, em detrimento do avanço de todos. Muitos interesses pessoais interferem e impedem ações comuns em prol do turismo (1998, p. 65).

O desafio para consolidar um quadro de processo está além do reconhecimento da cultura como relevante ou da integração dos setores público, privado e sociedade civil organizada, mas, sobretudo, na mudança de olhar sobre a participação de cada entidade no desenvolvimento, no abandono da idéia de que o mesmo depende da capacidade individual de competir para a adoção do objetivo da junção de esforços voltados para o interesse comum.

2.1.3 Organizações não-governamentais

2.1.3.1 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é um dos atores sociais mais relevantes no quesito de aperfeiçoamento e difusão de produtos, além de articulação de parcerias. Em seu estatuto (2003), temos que o objetivo institucional é

fomentar o desenvolvimento sustentável, a competitividade e o aperfeiçoamento técnico das microempresas e das empresas de pequeno porte industriais, comerciais, agrícolas e de serviços, notadamente nos campos da economia,

administração, finanças e legislação; da facilitação do acesso ao crédito; da capitalização e fortalecimento do mercado secundário de títulos de capitalização daquelas empresas; da ciência, tecnologia e meio ambiente; da capacitação gerencial e da assistência social, em consonância com as políticas nacionais de desenvolvimento.

Em Itabuna, existe um espaço de atendimento do Sebrae há aproximadamente dez anos, conforme entrevista a Coordenadora Regional Adriana Moura Bonifácio (2007).

Perguntada sobre o objetivo do Sebrae, a entrevistada informou

Aqui nós fazemos a orientação empresarial para aqueles que estão iniciando o seu próprio negócio ou para os empresários que já estão no mercado e enfrentam alguma dificuldade nas suas atividades na sua empresa e precisa de apoio ou orientação. Aqui a gente oferece informações e capacitações, treinamento e uma série de produtos e eventos que o Sebrae tem para disponibilizar.

Questionamos se o Sebrae apóia projetos culturais no município

Como eu estou somente há um ano na gestão eu não tenho como te dar informações anteriores e esse período [...]. No momento o Sebrae não apóia projetos culturais em Itabuna, porque, normalmente, a instituição trabalha a partir de uma demanda concreta. [...] um agente financeiro enfim, que venha a demandar que o Sebrae desenvolva um projeto específico. Então, no momento, não tem realmente.

Perguntamos então se havia apoio do Sebrae para o turismo em Itabuna.

Nós trabalhamos o turismo na região dentro da proposta do Governo Federal do Programa de Regionalização do Turismo, em parceria com o órgão oficial do turismo no Estado, a Bahiatursa. Como eles escolheram trabalhar nessa região da Costa do Cacau, Ilhéus, Canavieiras e Itacaré, nós estamos trabalhando esses municípios dentro do princípio da Regionalização. Mas nós também somos parceiros do Banco do Nordeste no trabalho de capacitação do Conselho de Turismo do Pólo Litoral Sul, e dentro desse conselho Itabuna tem representação pela Fundação Jupará. Então, de alguma forma, Itabuna também está participando. Pelo menos no que se refere ao Conselho do Pólo Litoral Sul.

Especificamos então para o caso do artesanato, buscando identificar as ações de apoio desta entidade à produção artesanal na cidade.

Nós temos um prêmio nacional, chamado Top Cem de Artesanato, no qual o Sebrae nacional mapeou, no ano passado, em verdade, colocou à disposição um

prêmio, que qualquer artesão, ou associação ou grupo poderia se inscrever pela internet e aqui em Itabuna nós disponibilizamos essa oportunidade para a associação daqui também se inscrever. Eu não tenho certeza, mas eu acho que eles se inscreveram, sim. Andréia Muniz [em férias] poderia confirmar isso. A idéia é mapear as cem melhores unidades produtivas do Brasil e com mais características mesmo de artesanato, que traz a cultura por trás, que é diferenciado... Então houve vários grupos de artesanato daqui que se inscreveram, e quando eu falo da região, estou falando de Itabuna, São José da Vitória, artesão de Ilhéus, mas só a unidade de Ibirataia, da Selma Calheira, ficou entre as cem melhores do Brasil. A gente não sabe ainda se esse ano vai haver um outro prêmio, outro trabalho nesse sentido. Acredito que o Sebrae deve sim continuar incentivando porque tem um projeto Estadual de Artesanato que trabalha algumas novidades do Estado da Bahia e aqui próximo a Itabuna, em São José da Vitória nós trabalhamos com um grupo de artesãos que trabalha com a fibra da bananeira. Eles já participaram de uma série de eventos, viabilizados pelo Sebrae, não só em Salvador e na região, mas também no Mãos de Minas, um evento nacional que acontece em Belo Horizonte...

Insistimos em saber da participação em âmbito municipal, junto aos artesãos.

nós trabalhamos com projetos de três anos. Esse projeto de São José da Vitória termina este ano. E eu acho que precisa ter o envolvimento da Associação, porque nós trabalhamos não com o artesão individual, nós trabalhamos com associações de artesãos, e esse trabalho tem que envolver a vontade da associação, ela tem que estar organizada e tem que existir outros parceiros. [...] Trabalhar com artesanato envolve uma série de coisas, envolve a capacitação do artesão, não só na parte de desenvolver novos produtos e melhorar o que eles já fazem, mas envolve também desenvolver uma cultura de associativismo, trabalhar com eles cultura empreendedora, porque o que acontece é que, quem trabalha com artesanato tem criatividade, domina a técnica, mas para ter acesso ao mercado, para funcionar como fonte de renda é preciso desenvolver características empreendedoras.

Perguntamos sobre a demanda feita pela Aiart no ano de 2006, na qual o Sebrae solicitou, em primeiro lugar, um cadastro dos associados com suas produções, resultando, após a entrega desse material, em silêncio de ambas as partes. Adriana Moura respondeu não fazer parte da equipe durante esse período, apontando mais uma vez para a integrante Andréia Muniz, em férias durante o mês em que ocorreu a coleta de dados.

Buscamos saber se há projetos futuros, ligando cultura e turismo em Itabuna, por parte do Sebrae.

A proposta do projeto de turismo para esse ano de 2007 é integrar realmente cultura com turismo e artesanato. O que vai acontecer é a reunião de todo o trade turístico, que devia acontecer ainda este mês [janeiro], mas, em função deste ser um mês em que os empresários trabalham para ganhar dinheiro extra, nos foi

solicitado o adiamento dessa reunião, mas o envolvimento de outros municípios vai depender também de uma articulação do próprio município de Itabuna com os órgãos oficiais de turismo, porque nós vamos trabalhar dentro da proposta do Ministério do Turismo e o Governo do Estado da Bahia. Então o envolvimento de Itabuna vai depender também dessa articulação para que ele possa participar.

A coordenadora falou então se sua visita ao SAG e a impressão que guardou do artesanato em exposição nesse espaço.

O artesanato que eu já vi, não sei se você se refere a um que fica exposto numa loja da Rua Rui Barbosa... [Sim, no Shopping do Artesanato Grapiúna] Eu achei que, dentro da questão do artesanato, há uma diferenciação entre trabalho manual e artesanato mesmo e ainda industriário. Pelo que eu vi lá, predominam os trabalhos manuais, então precisaria aproveitar a criatividade deles para desenvolver coisas que tenham a ver com a cidade mesmo. Os trabalhos manuais costumam ser muito parecidos com o que já existe em vários lugares e o cliente procura coisa novas, que tenham a cara da cidade. Quem vem a Itabuna quer ver coisas que tenham a cara de Itabuna, que pareçam com Itabuna, que tem a ver com a cultura local. Você vai lá, você vai ver muita coisa, coisas bonitas até, criativas, mas muita coisa comum com o que você vê em outros lugares.

Já de posse de boa parte dos dados sobre o perfil do visitante do SAG, trouxemos que as principais motivações para a compra apontadas pelos turistas são a qualidade, beleza e referência à cultura local. Também chamamos a atenção para o número de famílias envolvidas no fenômeno, para as motivações de visita e amplitude de contribuições que a entidade poderia oferecer a esta associação em estudo.

Sim, agora me lembro de uma senhora que produz aqui um licor de cacau. Não sei se ela também comercializa lá no SAG, porque quando eu fui, uma vez só, olhei muito rapidamente. Eu precisaria retornar e olhar com mais detalhes, com mais cuidado, mas tem realmente uma pessoa daqui que faz um licor de cacau maravilhoso. Nós já a levamos para participar de eventos promovidos pelo Sebrae... O que eu vi lá foram coisas feitas em madeira, cerâmica, coisas parecidas com outras que eu já tinha visto em outros lugares.

Também destacamos que no SAG o turista é atendido pelo próprio artesão, e não por revendedores. Enfatizamos que é possível conhecer o produtor, seu processo de criação, sua história, vivências que marcam o seu artesanato, que representam um grupo social de sua região. Então lançamos mão do exemplo de Conceição das Crioulas para saber se há em Itabuna ações fundamentadas na proposta da Economia Criativa.

O Sebrae está trabalhando dentro da perspectiva regional. Claro que Itabuna tem projetos específicos também, mas essa ação de articular turismo, cultura e artesanato é uma meta a ser trabalhada esse ano e a nossa expectativa é de que a gente possa incluir sim grupos de Itabuna. [...] É preciso unir diversos parceiros, não basta só o Sebrae, tem unir diversos parceiros. Então a gente tem a intenção sim, nós vamos trabalhar esse ano, integrando cultura, turismo e artesanato e a nossa expectativa é também envolver os grupos de Itabuna. Eu não posso dizer com certeza que serão incluídos, porque vai depender desses outros parceiros também quererem que isso aconteça e a própria associação. [...] Não pode desistir porque veio uma vez aqui no Sebrae, apresentou um cadastro e fiquei esperando, mas o Sebrae não retornou... Porque não veio de novo? Porque não pediu para falar com o gerente, comigo, com um agente regional? Porque não insistiu, não foi persistente? A persistência é uma característica do empreendedor.

Consideramos importante que haja persistência e mobilização do grupo para demandar de outras instituições qualquer tipo de auxílio ou parceria. Porém, acreditamos que a escolha pela carreira de artesão já pressupõe uma postura persistente, uma vez que os incentivos à cultura no município são mínimos e o histórico das classes populares ilustra um grande quadro de adversidades ao seu desenvolvimento. É imprescindível valorizar a produção existente e estimular seu incremento nos itens da qualidade e potencial econômico, comunicação intercultural com o visitante e fortalecimento das raízes locais. Nesse aspecto, a vasta experiência do Sebrae tem muito a contribuir, bastando haver um contato mais efetivo entre as instituições para estender as possibilidades de ascensão da classe artesã no município, dada a abrangência nacional do órgão e sua integração com diversas instituições.

2.1.3.2 Fundação Jupará de Ecologia e Cultura

A Fundação Jupará de Ecologia e Cultura existe há cinco anos e busca, segundo seu presidente, Marcel Leal (2007), fomentar a cultura e a educação ambiental.

Fomentar a cultura inclui a parte de história, tudo que tenha ligação direta ou indireta com a cultura, incluindo o turismo cultural e tudo que possa levar a cultura daqui para fora e fomentar aqui também. Então inclui o Troféu Jupará, inclui apoio a artesãos, apoio a grupos de teatro e toda essa parte que ajude a desenvolver a cultura, cursos, seminários.

Pedimos ao representante da entidade que nos falasse mais sobre o apoio aos artesãos do município. Fomos informados de que há parceria na etapa de divulgação da produção artesanal e que há um projeto futuro de vendas através da *internet*. Por enquanto, a preocupação é formatar o projeto e encontrar uma forma segura de entregar o produto ao cliente. Em seguida, buscar a associação de artesãos do município para firmar parcerias. Perguntamos que fator chamou a atenção da entidade para o artesanato local. Marcel Leal afirmou que *é só porque ele faz parte de um todo. Como a gente quer trabalhar com todas as formas de cultura, a gente sempre tenta achar algum projeto em todas as áreas.*

Perguntado sobre que fatores levaram a entidade a apoiar a cultura no município, Marcel Leal nos respondeu

A Morena Fm e o jornal A Região [empreendimentos do atual presidente e criador da Fundação] já faziam isso desde que nasceram. Sempre apoiaram a cultura, em todas as formas. E a Fundação Jupará foi criada porque a gente precisava ter um guarda-chuva maior. Todas as atividades de cultura da Morena Fm e jornal A Região passaram a ser feitas pela Fundação. E a gente escolheu a Fundação porque facilita a captação de verbas, facilita a busca por patrocínio, facilita coisas institucionais, por exemplo, a Fundação hoje tem uma cadeira no Conselho de Turismo do Pólo Litoral Sul, a rádio Morena ou o jornal A Região não poderiam ter essa cadeira. Então precisávamos ter uma entidade desse tipo, tipo fundação para poder participar de certas coisas, como o núcleo do Conselho de Turismo.

Portanto, temos que a entidade surgiu de uma demanda privada jurídica, quer dizer, ainda no setor privado, institucionalizando-se junto ao terceiro setor por incentivos da atual legislação brasileira. Perguntamos então se esse apoio se vale da Lei de Incentivo à Cultura.

Até agora não. A gente ainda não criou um projeto para trabalhar com a Lei Rouanet porque nos nossos projetos culturais, os próprios patrocinadores não demonstram interesse, preferem patrocinar direto e pronto. Então a gente, até agora, não usou a Lei Rouanet. Mas a gente pretende. [...] A Lei Rouanet só é realmente boa para quem declara pelo lucro real. E a maioria das empresas locais trabalha com o simples ou lucro presumido e a lei Rouanet não contempla essas categorias. Quando mudar a Lei Rouanet, quando incluir essas categorias aí sim, a participação vai aumentar bastante.

Iniciando o bloco de perguntas sobre o turismo, questionamos se a entidade apoiava projetos junto ao setor. Fomos informados de um fórum de debates, anterior ao nascimento da Fundação, que resultou num plano estratégico de turismo para a cidade de Ilhéus. O entrevistado frisou muitas vezes que o setor público não se mobilizou no sentido de implantar as recomendações do plano e, até o momento, esse documento, disponibilizado na *internet*, vem servindo apenas de fonte para pesquisas acadêmicas e modelo para outros municípios.

Nós nos candidatamos e conseguimos uma cadeira no [Conselho de Turismo do] Pólo litoral Sul, que inclui a Costa do Cacau e a Costa do Dendê. E também temos uma cadeira de suplente no Fórum Estadual de Turismo. Esses fóruns são a instância que decide para onde os recursos do Prodetur vão ser usados. Então é bem importante para atrair coisas para cá.

Pedimos ao entrevistado que fizesse uma avaliação sobre a cadeira no Conselho de Turismo do pólo Litoral Sul até o momento.

Muito trabalho, pouco resultado. Esse Conselho de Turismo do Pólo Litoral Sul eu acho que vai dar bem mais resultados, porque é uma coisa institucional. A gente já entrou no meio do processo, quer dizer, já tem projetos aprovados, então, na verdade, a nossa participação vai ser maior a partir da segunda metade desse ano, quando se abre espaço para avaliação de novos projetos. A gente vai sugerir alguns e apoiar outros.

Entretanto, o presidente da instituição não se dispôs a exemplificar esses projetos sob a justificativa de que ainda não estão formatados. Mesmo assim, ele nos informou que propôs uma divisão no *cluster* de turismo da Bahia, segmentando a região do litoral sul de modo que empresas ligadas ao turismo neste território possam pleitear recursos junto ao Prodetur e outras instâncias. Assim, perguntamos como se dá a ligação desses projetos com a cultura.

A cultura está sempre no meio disso. [...] Aqui em Itabuna o turismo cultural também é forte. Temos muitos grupos de teatro, temos muitos músicos, muita música de qualidade, tudo isso está inserido no turismo. Porque o turismo, na nossa ótica, não é só praia. Aliás, praia é o menos componente, praia qualquer um tem. Na nossa ótica o turismo aqui é muito mais cultural do que de praia. Aqui você tem o turismo de aventura, o turismo ecológico, histórico, que também é cultural e toda essa área de música, artesanato, teatro, dança... Tudo isso se relaciona com o turismo também. A gente vai tentar trabalhar para esse lado (LEAL, 2007).

Lançamos o exemplo do projeto de Conceição das Crioulas para saber se há iniciativas fundamentadas na Economia Criativa por parte da entidade. Marcel Leal nos informou de um projeto com grupos quilombolas na região de Itacaré. É um programa de incentivo à produção de cerâmica voltada para o público visitante, para o turista. Apesar de já existir produção e venda, a entidade pretende criar um galpão específico para essa atividade e, além de formatar a área para o turismo, exportar parte da produção. Perguntamos se essa iniciativa poderia ser estendida a Itabuna. *Para Itabuna a gente precisaria achar um gancho ainda. Por que lá tem o gancho do quilombola, é um artesanato tipicamente quilombola etc. Pra cá dá pra fazer em cima da cultura do cacau. É uma coisa que dá pra trazer depois também.*

Para encerrar, o entrevistado falou um pouco sobre o turismo em Itabuna.

Itabuna já tem um turismo forte de negócios, de comércio, de educação e de saúde. Já tem, mas isso não está formatado. [...] Porque tudo isso é turismo, que já existe e não está sendo bem aproveitado. A região inteirinha vem comprar no comércio de Itabuna, é turismo doméstico. É como em São Paulo, que as pessoas vão para lá para ir ao Shopping, aqui também vem gente de outras cidades visitarem nosso Shopping. E Itabuna recebe bem ao visitante. É uma cidade que nasceu de um pequeno comércio, então o itabunense está acostumado a servir, a receber bem as pessoas (LEAL, 2007)

A percepção que o representante institucional tem da cidade aponta para um potencial local em atrair um público específico e faz sobressair certo entusiasmo quanto ao desenvolvimento cultural. Fica marcada a visão empreendedora do entrevistado, que transparece nos projetos de formação de *clusters* e interesse em comércio virtual.

2.1.3.3 Associação Itabunense de Artesãos

As questões direcionadas à Aiart são mais específicas, apresentando maior de aprofundamento, dada sua relação inerente com os agentes principais do estudo. A Aiart foi

criada em dezembro de 1988. Seu atual presidente, Rubens de Jesus, informou que o objetivo da instituição

É realmente resgatar a auto-estima do associado. Existe realmente, a vontade da Aiart de levar o conhecimento dele, de trazer a realidade de cada um deles à instituição, ou seja, aquele artesão, que, porventura, está no anonimato, está no fundo de quintal e se sente às vezes até desprestigiado, não pode pensar assim porque a Aiart é realmente voltada para a sustentabilidade. Ela traz o artesão às feiras de arte, ela traz o artesão a esse espaço físico, o Shopping do Artesanato Grapiúna, como também faz um trabalho de conscientização. Cada vez que é preciso estimular um artesão a gente procura levar a realidade dele: ele existe, tem capacidade, tem potencial. Ele nunca pode achar que o trabalho dele é muito simples, não vai ser vendido ou culturalmente ele não existe, ele existe, sim. O objetivo da instituição é esse (JESUS, 2007).

O número de associados durante o período da coleta de dados correspondeu a 90 membros. Entretanto, foi destacado pelo entrevistado que, desse total, apenas 50, aproximadamente, são ativos, o quer dizer que, além de expor seus produtos no espaço do SAG, também participam das reuniões, feiras e eventos. Com relação ao revezamento para atendimento ao cliente e vendas, esse número é ainda menor: cerca de 20% do total.

Alguns não entendem ainda a necessidade de estar interagindo aqui na casa, o que seria muito bom para eles, para a Aiart e até para o próprio cliente, para as pessoas que nos visitam saberem que eles fazem aquele produto. Eles não estão comprando um produto na mão de terceiros, estão comprando um produto da mão do associado da Aiart. Quer dizer, olha onde está o valor, a importância dele, o cliente saber que está comprando um produto direto do artista.

Embora a Aiart carregue o nome da cidade em sua denominação, a associação não se restringe a representar apenas artesãos nativos ou residentes neste município. A Aiart também acolhe artesãos de outros municípios e essa adesão ocorre, com intensidade, a partir do contato em feiras de arte e artesanato em variados municípios da região. O critério de admissão, nesses casos, é a necessidade que artesãos do interior têm de expor seu produto a um público mais amplo e, sobretudo, a confiança no potencial do município para atrair o turista sensível à importância da produção cultural local.

O bloco de perguntas a seguir reporta-se à capacitação dos artesãos associados. Rubens de Jesus apontou quatro instituições parceiras da Aiart no sentido da qualificação profissional: Instituto Mauá, Sebrae, Agência Municipal de Empregos (AME¹⁰) e Ficc.

Nós fomos contemplados com quatro cursos: técnicas de vendas, relações interpessoais, cooperativismo e associativismo, mas, para nossa insatisfação, a gente sente que o nosso associado não é empreendedor, ele é apenas artesão. Para mudar essa metodologia de raciocínio, é muito difícil. [...] Como não houve realmente um interesse muito grande, não continuaram passando esses cursos. E a gente tenta mudar esse pensamento do associado, mas ele resiste bastante. [...] Todos esses cursos foram durante a gestão passada.

Perguntamos se os temas ligados aos direitos autorais sobre a produção cultural fizeram parte dessa lista de cursos e fomos informados de que não houve nenhuma menção a esse quesito. Perguntamos também sobre a qualidade do produto. Nesse ponto o entrevistado relatou que, em muitas reuniões, os representantes do Sebrae e do Instituto Mauá questionaram a inexistência [à época da gestão 2001-2004] de artesãos exportando seus produtos. Foram destacados vários tópicos necessários para essa iniciativa, principalmente o resultado final do artesanato, seu peso, medidas, embalagem, certificação. Porém, o que o entrevistado frisou foi que

esse ponto foi muito questionado, muito discutido e não chegamos a uma conclusão. Até porque eu, particularmente, não achava que nós estávamos preparados para ter um produto em nível de exportação. Aí vem outra questão: a quantidade do produto, que traz também o preço para exportar. Só a partir de uma tonelada é que cai o preço. Menos que isso fica caríssimo, então para colocar um produto fora do país em pequena quantidade é inviável. Estaríamos pagando mais do que ganhando.

Questionamos se há cursos que incentivem o uso de temas regionais nos trabalhos, abordagens à cultura local etc.

Através do Instituto Mauá, eu participei de um seminário. O perfil do Instituto Mauá é de trabalhar três tipos de artesanato, ou seja, o contemporâneo, o souvenir e o tradicional. [...] O tradicional é todo seguimento cultural que passa

¹⁰ A AME foi criada pela Prefeitura Municipal de Itabuna durante a gestão 2001-2004 e dissolvida pela administração atual.

de geração para geração. O contemporâneo é todo o seguimento cultural que seja personalizado e o souvenir é toda linha de produtos temáticos trabalhados em série. [...] Alguns associados não ficaram de acordo porque já tinham uma linha de trabalho e não queriam mudar. O que nós conseguimos conciliar foi: qualquer linha de trabalho que ele produzisse poderia ser trabalhada com a feira e stands, mas dentro do Shopping do Artesanato, que já é uma referência na cidade e também pelo nosso compromisso com o Instituto Mauá, que entendemos como a maior autoridade em artesanato, respeitamos a gente ia seguir essa conduta. [...] Então, alguns deles, atendendo a esse apelo, atendendo a essa necessidade e até uma obrigação nossa, se estamos trabalhando com cultura, temos que ver as coisas por esse lado e eles se conscientizaram e passaram a mudar seus trabalhos. Por exemplo, os brincos. Eles usavam miçangas e passaram a usar sementes, raízes... Porque realmente fala da nossa cultura. O produto indígena tem aqui dentro, trabalhado com penas de pássaros, casca de coco... Todo esse trabalho foi modificado para atender a essa dificuldade e ao mesmo tempo fazer com que as pessoas entendam a cultura da região.

Perguntamos se a Aiart recebe recursos de outras instituições. O presidente da entidade afirmou o setor público isenta-os dos custos de aluguel, energia elétrica e telefonia. Há ainda uma fonte de recursos interna que se constitui numa cobrança feita ao associado, correspondente a 3% de um salário mínimo. Essa taxa é de frequência mensal e se reverte em benefícios ao próprio associado e ao espaço do SAG. Entretanto,

Os valores que nós recebemos dos associados são irrisórios, até porque alguns são inadimplentes. Se os produtos deles não atingem uma meta de vendas satisfatória, a gente não tem como exigir que ele pague esses valores. Então a gente continua segurando o associado, mantendo os produtos desse artesão aqui, considerando o fato de que ele é parte importante, é fundamental na casa e ele vai continuar colocando o produto. Infelizmente, temos que entender dessa forma, porque as vendas são insuficientes para ele manter esses valores em dia.

Questionamos sobre as receitas da Aiart nos últimos anos.

De uma forma arredondada, eu diria que a Aiart tem entre R\$450 a R\$600,00 por mês. Essa é uma média. [...] Paralelo à Aiart, existe o Shopping do Artesanato Grapiúna. Então 85% dessas vendas é repassada ao associado e 15% fica retido em conta para essa manutenção. [...] O Shopping do artesanato movimentou, no ano passado, o valor aproximado de R\$52.000,00.

Perguntamos se a Aiart possui outros parceiros institucionais.

Não oficialmente. Hoje nós somos parceiros do Talher, de Itajuípe. O Talher é uma ação do Governo Federal que não tem a função de promover feiras e sim cursos. Mas quando eles começaram a participar dos nossos encontros, das nossas reuniões, começaram a entender que a feira era importante e hoje nós

somos parceiros. Mesmo que involuntariamente, acontecem as reuniões e nós participamos, nos tornamos parceiros. Hoje a Ceplac é uma das maiores parceiras. A Ceplac tem dado à gente um espaço muito grande, todo evento que acontece, principalmente cultural, a Aiart participa junto com a Ceplac.

Iniciamos então um bloco de perguntas direcionado para as relações interinstitucionais da Aiart com as entidades entrevistadas anteriormente. Sobre a Ficc, a Secretaria de Agricultura e Turismo e a Secretaria de Educação e Cultura, Rubens de Jesus informou haver relações *apenas cordialmente*.

Eu, por exemplo, ainda sou membro do Conselho Municipal de Turismo de Itabuna. E de repente a gente vê uma distância muito grande entre nós. Por quê? Algumas coisas que acontecem a gente não sabe na cidade. As informações teriam que ser direcionadas à Aiart, como a Aiart direcionada à Secretaria de Cultura, como de Turismo e à Ficc e essas coisas não acontecem. Então nossa relação é apenas cordial.

Sobre a relação com o Sebrae, o entrevistado afirmou haver distância entre os objetivos das entidades. De um modo geral, a resposta do entrevistado se pautou na última demanda realizada pela Aiart:

nós solicitamos do Sebrae que identificasse um dos nossos produtos e passasse a nos dar um suporte. Então nos exigiram que fizéssemos uma relação de artesanos e seus produtos e passássemos para eles. Fizemos o trabalho. A partir dessa data as coisas ficaram mais difíceis porque nem retorno dessa conversa tivemos. [...] Parecia que estávamos em outro país, em outra cidade, porque não havia um relacionamento entre nós, não falávamos a mesma língua.

Perguntado sobre a relação da Aiart com as Instituições de Ensino Superior da região, fomos informados de que a associação sempre atende às suas demandas, geralmente com objetivo de pesquisas. A Aiart sempre participa de seminários e eventos em que o tema da produção cultural regional está em questão. O entrevistado destacou uma ocasião especial, em que foi solicitado à Faculdade de Tecnologia e Ciências (FTC) espaço para a realização de um seminário sobre artesanato e qualidade, que o presidente da Aiart avalia com muito sucesso. O evento foi realizado em parceria com o setor público e privado, envolvendo o Sebrae, a AME,

a Prefeitura Municipal de Itabuna (PMI) e alguns empreendedores locais. Nessa oportunidade, o entrevistado compareceu na condição de palestrante.

Eu entrei como “Caso de sucesso”. Naquele momento eu não estava como diretor, e sim como artesão, contando minha história, de quando eu vim de Salvador com um trabalho totalmente reciclado de lapidação em vidro. Foi um grande exemplo para a região porque eu estou aqui desde 1977 e continuo até hoje fazendo artesanato e sobrevivendo de artesanato, só com artesanato.

Perguntado sobre a relação da Aiart com outras organizações não governamentais do município, o presidente da entidade negou haver qualquer tipo de vínculo ou contato. Também sobre a iniciativa privada, o entrevistado negou a existência de alguma relação.

Entretanto, quando perguntado sobre a relação da associação com os meios de comunicação, Rubens de Jesus afirmou positivamente:

A TV Santa Cruz, a TV Cabralia, a TVI, que é a TV Itabuna a cabo... Todas essas empresas sempre nos deram oportunidades. Sempre! Eu tenho uma matéria com a TV Salvador, eu tenho esse material inclusive em DVD, que também foi exibido em UHF, pela NET, na ocasião, quer dizer, uma matéria em nível nacional. Eu estive em Brasília, no encontro Nacional de Empreendimento da Economia Solidária, eu fui reconhecido por uma senhora que tinha assistido a essa matéria. Eu fiquei surpreso quando ela me disse: “eu lhe conheço da televisão!”. Pra mim foi muito gratificante, foi como ganhar o prêmio Nobel (risos). Você ser reconhecido por um trabalho, que é como eu digo, o artesão, principalmente de Itabuna, não deve se sentir inferior, porque ele tem capacidade.

Questionamos se a Aiart promove ou participa de eventos culturais. O entrevistado foi assertivo, destacando a promoção de feiras de arte e o referido Seminário Artesanato e Qualidade. Também enfatizou participar de todos os eventos em que a Aiart é convidada.

Iniciamos então um bloco de perguntas em que o entrevistado, na condição de representante da classe artesã no município, faz uma breve análise macroambiental acerca do mercado artesanal em Itabuna. Perguntamos, em primeiro lugar, quais as potencialidades que ele identifica para o setor no município.

A partir do momento que o artesão procura se qualificar, procura se orientar antes de lançar seu produto dentro do mercado, ele tem todas as chances, porque a qualidade, o preço é interessante demais e o mercado absorve. E através dessa

orientação, tendo preço, qualidade e tendo disponibilidade para estar atento às opiniões, críticas, às vezes são mesmo críticas, mas construtivas, ele passa a observar que está faltando alguma coisa nele, no produto dele, então ele vai melhorando e o mercado vai absorver. Com certeza, sem dúvida alguma.

Perguntado sobre as dificuldades e ameaças identificadas no setor, o presidente da entidade nos surpreende com entusiasmo e energia:

As dificuldades são ainda muitas. O artesão não acreditar nele mesmo, como eu já falei... Mas eu acho que não existe ameaça do setor no município. Uma prova está em nós, aqui. Desde que nós estamos aqui, desde o dia 8 de dezembro 2003 se falava muita coisa. Para você ter uma idéia, falavam até que ficaríamos com as portas abertas somente por um mês, um ano, no máximo. Estamos chegando a quatro anos porque nós acreditamos no potencial dos nossos associados. Nós acreditamos que estaríamos conquistando esse mercado através dos nossos esforços, então, pra mim, não existem ameaças. Existe uma coisa que nossos associados não entenderam: que eles existem, eles têm potencial, eles têm que acreditar nisso. Aí acaba de uma vez com a idéia de que existem ameaças, para mim não existem. A prova está aqui. Nós estamos de portas abertas, trabalhando feito loucos para dar conta dos produtos, pra dar conta dos nossos visitantes, quando eles chegam, informações sobre os produtos, na maneira que a gente atende, pra que se sintam satisfeitos, que seja uma venda prazerosa, para que eles vejam realmente que Itabuna existe e tem potencial com artesanato. Sempre que eu recebo um visitante de fora, eu faço questão de contar a história da casa, de contar a história da Aiart e contar que ele está comprando um produto de um artesão de Itabuna ou de uma cidade circunvizinha, mas não de um atravessador. Então assim, acabam de uma vez por todas essas ameaças.

Buscamos saber como ocorre a distribuição dos produtos para além do SAG.

O artesão tem livre-arbítrio para estar comercializando o trabalho dele em qualquer lugar. Essa produção não é limitada apenas à nossa casa. Nós temos produtos da Aiart em Porto Seguro, em Ilhéus. A Exemplo de Adonias [Borges], [José de] Souza, Merivaldo, Valfrido, Márcia, todos esses produtos estão também no Mercado de Artesanato de Ilhéus, no Aeroporto de Ilhéus, em lojas de Itacaré, em Canavieiras... Muitos produtos nossos estão nessas regiões.

Perguntamos se há muitos iniciantes no setor e, para nossa surpresa, fomos informados de que há muito mais profissionais do que aprendizes e principiantes. Perguntamos então se há incentivos para iniciantes no setor.

Infelizmente nós não temos nenhum mecanismo que possa incentivá-los. Eu gostaria que estivessem à disposição, aqui, cursos que pudessem dar suporte a essas pessoas ou que a Aiart recebesse uma verba ou qualquer subsídio que pudesse dar suporte, por exemplo, na questão da matéria-prima. [...] Créditos, bolsas ou até que a gente tivesse um trabalho em parceria com outra instituição, vamos dizer, uma Ong, que pudesse fazer isso junto. [...] porque espaço para

exposição nós garantimos, mas eles precisam produzir e sem renda nenhuma eles não conseguem. Alguns deles deixam um curso pela metade, eles param exatamente porque já sabem que não vão conseguir produzir. Às vezes, eles não têm sequer um espaço em suas residências para montar uma oficina, porque o recurso é zero.

Lançamos o exemplo do projeto realizado em Conceição das Crioulas para identificar alguma ação semelhante em que a Aiart tenha participado na região. Rubens de Jesus respondeu de pronto que não conhece iniciativa semelhante em Itabuna ou na região.

Dado o contato do entrevistado com o público visitante, perguntamos qual o tipo de turista que ele considera factível de ser atraído até o município.

Com toda honestidade, eu diria que todo tipo de turista, a partir do momento que existe uma política cultural. Quando a Aiart foi convidada para participar do Conselho Municipal de Turismo, eu dei a idéia de que a gente devia trabalhar muito essa questão. Intercâmbios entre as instituições, secretarias, a Ficc etc. Esclarecer, através de out door, na entrada da cidade, o que nós temos de cultura, de atrativo, de ponto turístico ou qualquer outro tipo de atrativo que viesse a facilitar a vinda do turista. [...] Sempre ações voltadas para atores, compositores, cantores, bailarinos, artesãos, todo o cenário montado com esse tipo de cultura, porque nós estamos devendo isso ao nosso turista. Então a partir de uma política cultural bem estruturada, bem organizada eu acho que nós temos condições de alcançar todo tipo de turista.

E acrescentou

Não basta apenas ter praias, não, de jeito nenhum! Nós temos igrejas, temos museu, faculdades, Universidades, nós temos tudo a ver. O que não conseguimos é vender a cultura da nossa cidade. Não temos uma política consistente. Isso é realidade. Não temos uma política cultural consistente. Quando a tivermos nós vamos ver que a coisa realmente funciona, tanto para o turista local, que está em cidades próximas, quanto o nacional ou o internacional. [...] Eu penso que não basta apenas querer, tem que investir. E isso faz parte do cenário cultural. Se nós não temos pessoas educadas, qualificadas, é a nossa cultura também que não permite. A gente quer ganhar o dinheiro, mas não quer investir. Para mim, hoje, Itabuna pode estar preparada? Pode. A partir de uma política cultural consistente, que vá fundo na descoberta de nossas raízes, que trabalhe exatamente com os colégios [...]: “Existe isso na minha cidade, eu estudei isso!”. Tudo isso pode ser interessante, mas fundamentado em uma política cultural. Fora disso eu não vejo muita chance.

Dentre outros pontos relevantes que o presidente da entidade destacou,

Nós estamos nos esforçando para tentar atender a essa necessidade, mas está um pouco difícil. A nossa casa é praticamente a única com trabalhos de artistas da nossa região, caracterizada por artesãos de Itabuna e cidades circunvizinhas. As

casas que estão se formando estão comprando produtos e essa não é a meta da Aiart. A Aiart quer exatamente trabalhar com o artesão, quer conhecer o artesão, seu trabalho, suas origens, dar espaço a ele, elevar seus conhecimentos. É difícil, não temos recursos, mas esse é o caminho.

A Aiart difunde junto à comunidade de artesãos regional o discurso da cultura como nó articulador de toda a política de desenvolvimento local. Para o representante da entidade, a transversalidade da cultura é uma realidade e é a partir da sua valorização que se parte para ações mais consistentes no plano da educação e do turismo.

Contudo, quando o assunto é exigir do setor público ações mais concretas para o bem coletivo da comunidade de produtores artesanais, notamos que a Aiart ainda não desenvolveu a característica da persistência. O mesmo pode ser dito sobre a relação com outras entidades, a exemplo do Sebrae. Também existe carência de informações sobre as Leis de Incentivos à Cultura e pessoal qualificado para levar a associação ao contexto dessas possibilidades de parceria com o setor privado. Porém, destacamos a existência de experiências bem sucedidas, no período de 2001 a 2004, no sentido da capacitação, parcerias com o *trade* e outras ONGs, como foi referido o caso do Seminário Artesanato e Qualidade.

Existe a consciência da necessidade de políticas públicas amplas e integradas, porém, a presidência da associação não consegue abraçar as atribuições do cargo sem a colaboração efetiva da maioria do grupo quanto à tomada de decisões e divisão de atividades na rotina do SAG. Isto ocorre, em grande parte, por conta da baixa confiança do grupo nas atuais ações do setor público para a cultura e, mais, pela ausência de diálogo entre as instâncias, que poderia sensibilizar os associados para uma postura mais operante a favor da classe.

2.2 O *Shopping* do Artesanato Grapiúna e o perfil de seu visitante

O SAG foi criado em dezembro de 2003, pela Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania. Localizado no coração do centro de comércio popular da cidade, no Calçadão da Rua Rui Barbosa, o mercado de artesanato está instalado na histórica casa de número 171, onde funcionou a antiga biblioteca pública Bernadete Sinay Neves.

Desde sua inauguração, o espaço do SAG é utilizado pela Aiart e constitui-se em local de convívio social, exposição e venda de artesanato. Os produtos são comercializados ao público pelos próprios artesãos, que se organizam em regime de revezamento nas atividades de atendimento, apresentação do espaço e vendas. Um ponto bastante destacado durante a recepção do visitante é o contato direto do produtor com o consumidor, dispensando a figura do revendedor, comumente chamado “atravessador”.

Porém, pouco se sabe sobre os números relativos ao SAG, sobre as características do artesanato local, perfil do visitante, recursos para divulgação da produção artesanal e sua eficácia, índices de satisfação do consumidor sobre este atrativo e seus serviços. Esta etapa se justifica pela necessidade de compreender o segmento de mercado alcançado até o momento – chamado por Reis (2007, p. 61-62) de “demanda privada individual”, terceiro tipo de agente da demanda em seu estudo. Pensamos também numa demanda potencial, maximizando os lucros e a satisfação do visitante (OLIVEIRA, 2000; RABAHY, 1990).

Como bem destaca Dencker (2001, p. 193), o conhecimento da demanda é essencial para o planejamento turístico. O estudo da demanda permite saber, além de sua atual estrutura, sua evolução e tendências para o futuro, o que garante maiores chances de acerto em termos de determinação dos objetivos e metas a serem implementadas por meio das políticas de turismo. Dentre os critérios sugeridos pela autora para a segmentação da demanda estão: “definição da demanda efetiva”, ou seja, a que já ocorre; “distância do mercado

consumidor”, a exemplo de local, regional, nacional etc.; “renda e consumo”; “motivações”. Foram adotados nesse estudo os quesitos da (1) origem e local de residência, (2) propensão a gastar, (3) motivações de visita ao município e de consumo do artesanato em questão.

Lage e Milone (2001) sugerem que as segmentações de mercado turístico podem ser alavancadas por meio de cinco variáveis: geográfica, demográfica, psicográfica, econômica ou social. Em atenção a esses itens, o instrumento para coleta de dados foi construído com base em três blocos, sendo o primeiro sobre o turista; o segundo sobre as motivações que levam à escolha desse destino e o terceiro, dedicado ao interesse pelo artesanato em estudo.

Os questionários foram aplicados no SAG durante os dias 10 a 13 e 17 a 20 de janeiro (2007), das 16h00min às 17h30minh. Foram preenchidos 23 questionários. Destacamos que nosso cuidado recai sobre a qualidade dos dados, sendo a quantidade um item secundário.

Em primeiro lugar, identificamos a cidade de origem e a de residência. Todos os turistas que aceitaram responder ao questionário são brasileiros. Desses, 96% são nativos de Itabuna e apenas 4% é natural de São Paulo (capital), conforme nos mostra a figura 05. Todos os entrevistados residem no estado de São Paulo, sendo 83% moradores da capital, 15% de Ribeirão Preto e 6% de Presidente Epitácio (FIGURA 06).

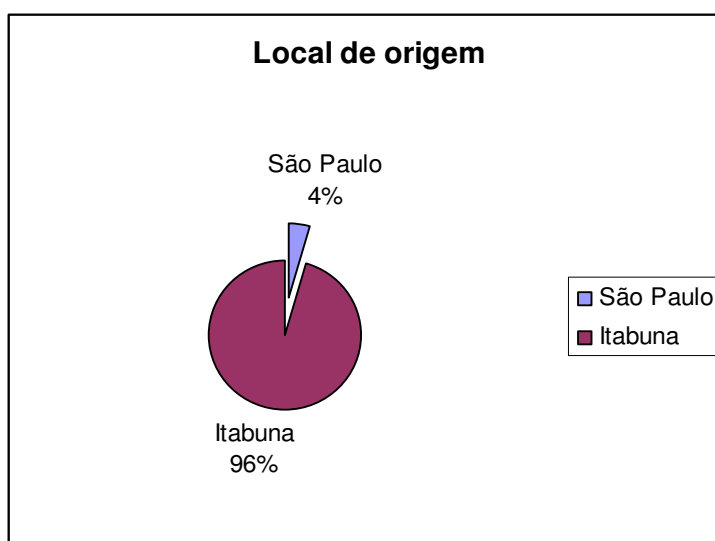


FIGURA 05 - Local de origem do visitante.

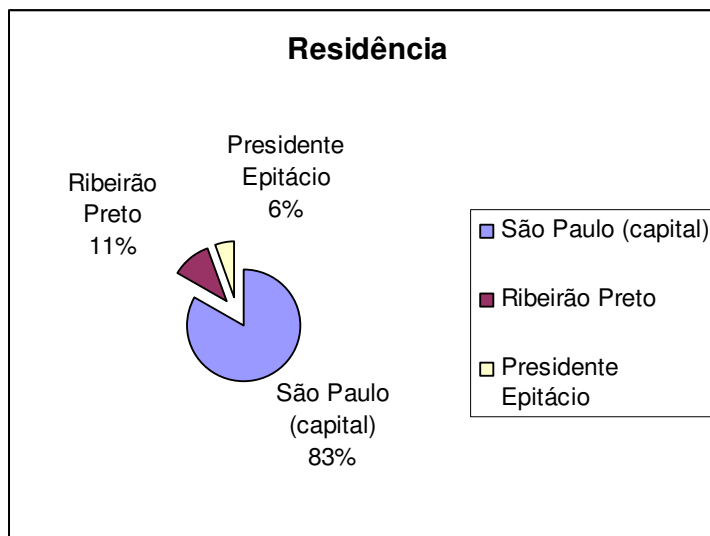


FIGURA 06 - Local de residência dos visitantes do SAG.

Lage e Milone assinalam que o estudo da segmentação geográfica deve estar voltado para a zona emissora, buscando compreender como o local de residência influencia na escolha do destino. São Paulo é o maior centro urbano do país e, portanto, é comum que o turista proveniente dessa região busque “destinos mais sossegados, isolados e com menos (*sic*) grau de urbanização” (2001, p. 104). Também é em São Paulo que se concentra a maior proporção da população economicamente ativa do país (RABAHY, 1990), sendo a oferta de empregos o principal motivo de troca de local de residência. Interessa-nos ressaltar que a origem da grande maioria desse visitante é o próprio pólo receptor, o que funciona como indício de um turismo de base comunitária, de ordem psicográfica.

Em atenção aos itens ligados à segmentação demográfica, importa classificar os grupos em atenção ao sexo, idade, ciclo de vida etc. Em nossa pesquisa, do total de 23 entrevistados, 83% são do sexo feminino e 17% são do sexo masculino (FIGURA 07).

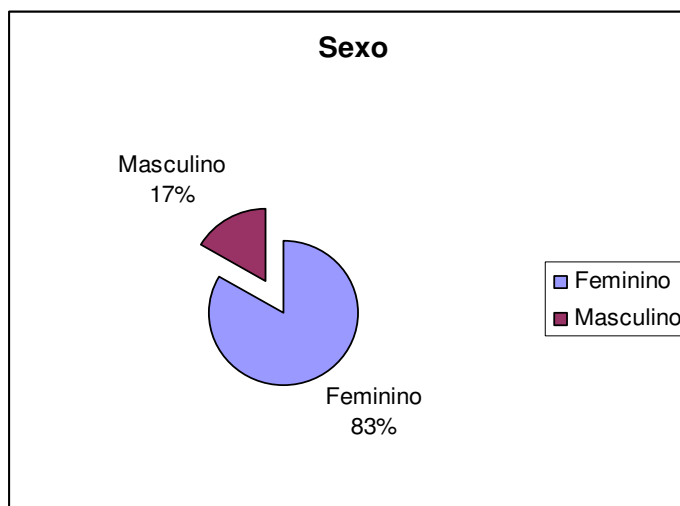


FIGURA 07 - Sexo dos visitantes do SAG.

Os autores destacam que o aumento da inserção da mulher no mercado de trabalho aponta para uma tendência crescente de deslocamento desse público, bem como de reunião de esforços no sentido de adequar a oferta para esse segmento. Ainda sobre a segmentação demográfica, temos que 50% dos entrevistados são casados e os outros 50% solteiros. Não houve respostas para viuvez ou união estável.

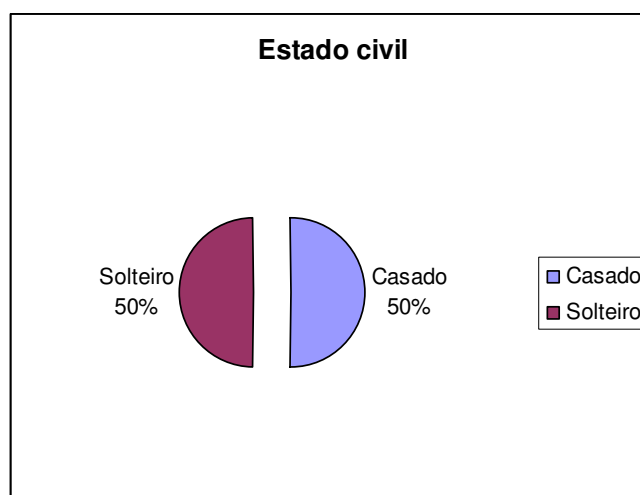


FIGURA 08 - Estado civil do visitante do SAG.

Sobre a faixa etária, 11% dos entrevistados responderam ter entre 10 e 20 anos; 22% responderam 21 a 30 anos; 56% responderam ter entre 31 e 40 anos, ocupando a maior parcela da figura 09; 11% disseram ter entre 41 e 50 anos. Não houve respostas para acima de

50 anos. Lage e Milone destacam que os “indivíduos maduros passam a preferir uma comodidade maior” (p. 105), o que pode explicar a predominância de adultos nos dados obtidos, embora tenhamos uma faixa substancial de jovens visitando o SAG.

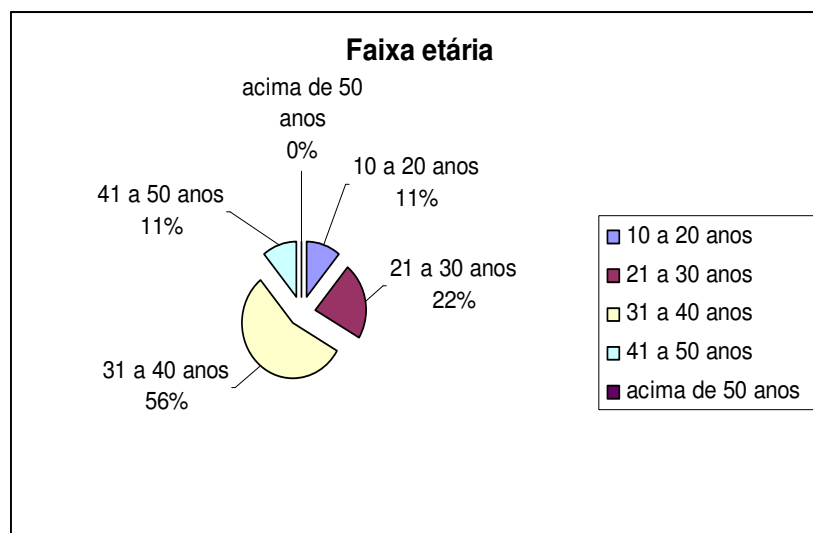


FIGURA 09 - Faixa etária dos visitantes do SAG.

A escolaridade indica preferências de viagens, tendência à estaticidade ou mobilidade, interesse sobre bens culturais etc. Os resultados são heterogêneos: 17% dos entrevistados responderam ter o primeiro grau incompleto; 27% completaram o primeiro grau; 17% das respostas foram para o segundo grau incompleto; 11% responderam ter completado o segundo grau. 11% têm grau superior incompleto e 17% completaram o nível superior de estudos.

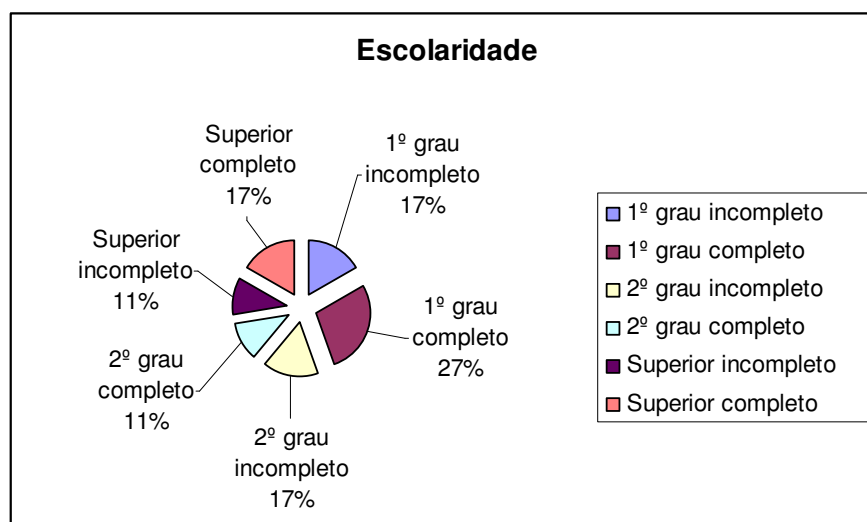


FIGURA 10 - Grau de escolaridade do visitante do SAG.

Uma vez que o município se encontra num eixo rodoviário que liga várias cidades turísticas, perguntamos aos visitantes sobre o local em que se encontravam hospedados. Todos os entrevistados responderam hospedar-se em Itabuna (FIGURA 11).

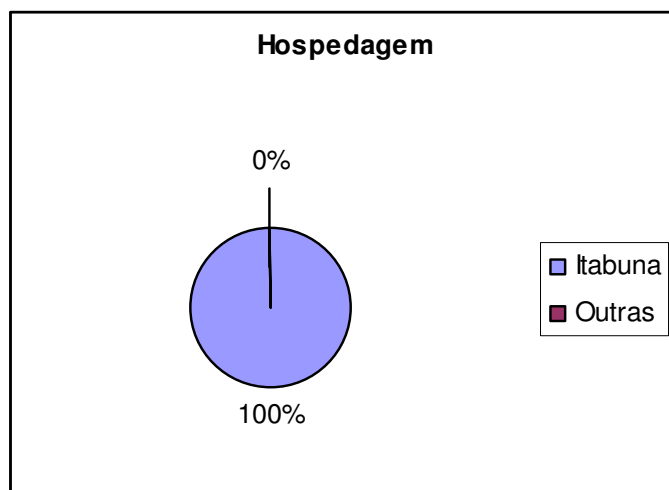


FIGURA 11 - Cidade em que o visitante encontra-se hospedado.

Sobre as motivações para se deslocar até Itabuna, somente quatro por cento dos entrevistados disseram ter se interessado pelo conjunto de cidades do circuito Costa do Cacau. Os demais 96% dos entrevistados vêm ao município para visitar seus familiares (FIGURA 12).

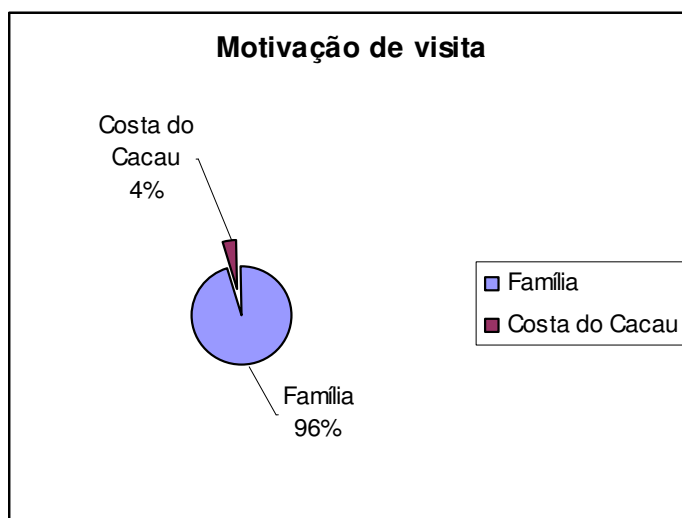


FIGURA 12 - Motivação de visita ao município.

Sobre o tempo de permanência no destino, 50% dos entrevistados apontaram uma semana; os outros 50% responderam um mês. Nenhum dos entrevistados disse permanecer em Itabuna somente por um dia.

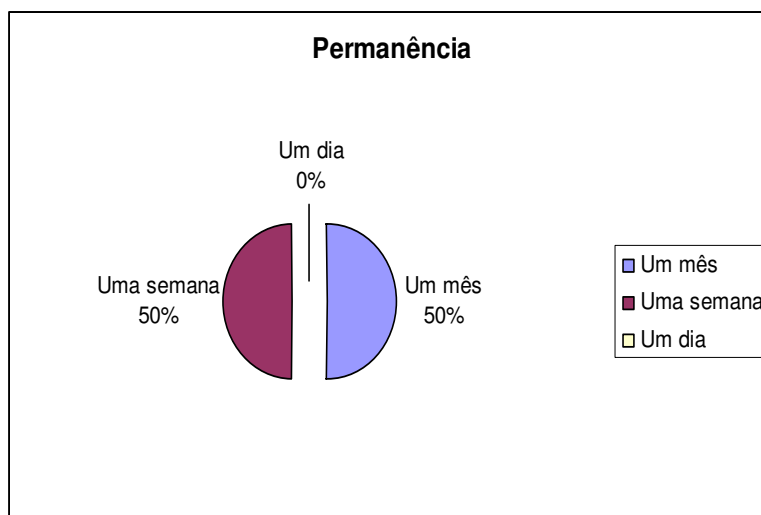


FIGURA 13 - Tempo de permanência do visitante no município.

Acerca do interesse pelo SAG e pelo trabalho dos artesãos em estudo, metade dos entrevistados respondeu ter expectativa “excelente” antes de entrar no SAG. Outros 33% dos entrevistados responderam ter expectativa “boa” e apenas 17% tinham expectativa “regular”. Nenhum entrevistado tinha expectativa “ruim” no momento que decidiu entrar no SAG.

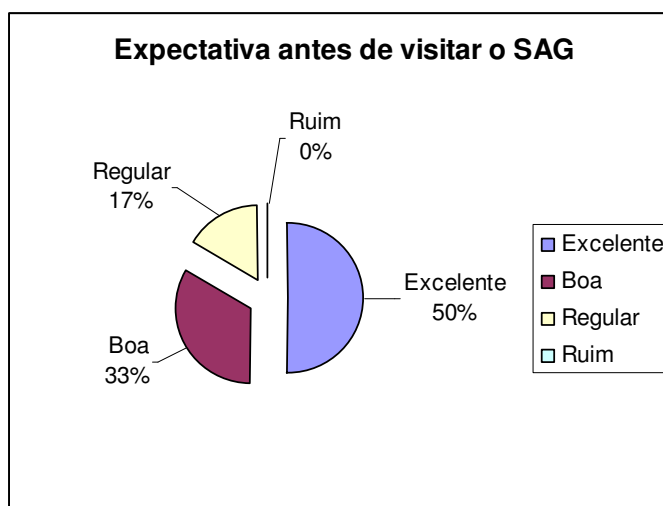


FIGURA 14 - Expectativa em relação ao artesanato da cidade antes de entrar no SAG.

Outro fator relevante neste levantamento é a propensão a gastar do visitante, item que denota faixa de renda, gosto e preferências.

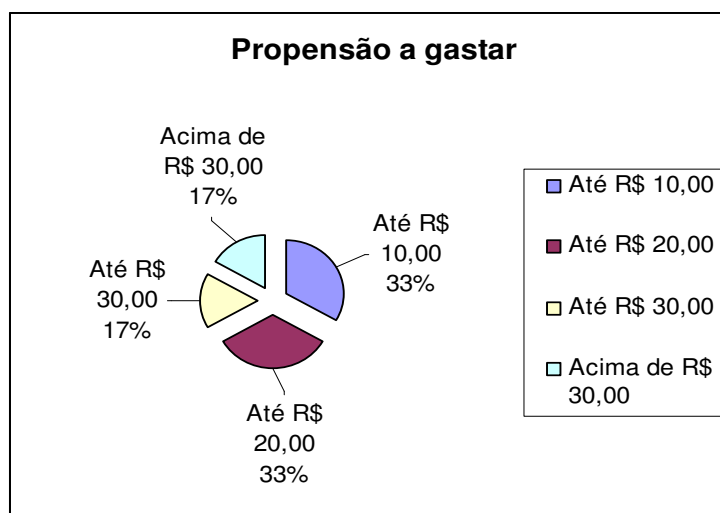


FIGURA 15 - Propensão a gastar do visitante do SAG.

Os dados revelam heterogeneidade, uma vez que 33% dos entrevistados responderam pretender gastar até R\$ 10,00; outros 33% responderam até R\$ 20,00; 17% disseram gastar até R\$ 30,00 e outros 17% restantes pretendiam gastar valores acima de R\$ 30,00.

Sobre o interesse de compra, 46% apontaram a “qualidade” do artesanato como item principal; outros 31% disseram ser a “beleza” o fator principal na decisão a comprar; 23% consideram decisiva a “identificação com a cultura local”, com cidade de Itabuna.

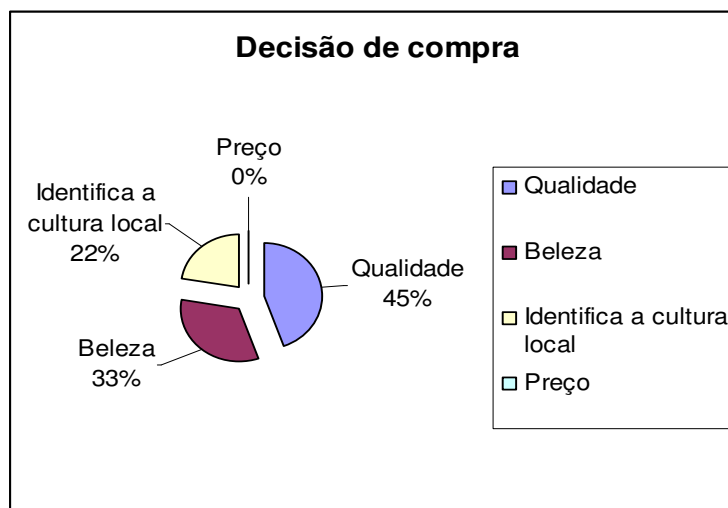


FIGURA 16 - Motivações para comprar o artesanato de José de Souza e Adonias Borges.

Perguntados sobre como souberam da existência do SAG, 67% dos entrevistados responderam tomar conhecimento do espaço por outras pessoas, ou seja, com propaganda boca a boca; 33% estavam de passagem pelo Calçadão da Rua Rui Barbosa e viram o espaço em funcionamento. Nenhum dos entrevistados recebeu essa informação por meio de guias de turismo locais ou de *folders*.

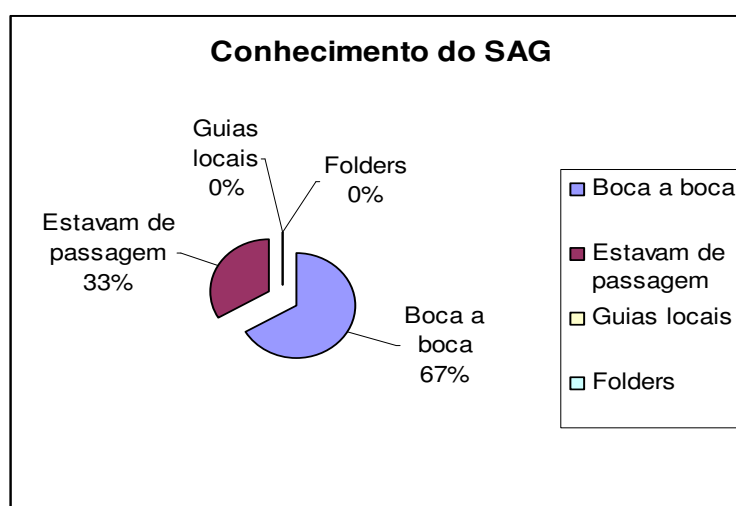


FIGURA 17 - Como souberam da existência do SAG.

Ao final do questionário, os entrevistados responderam sobre a impressão que guardariam do SAG após a visita.

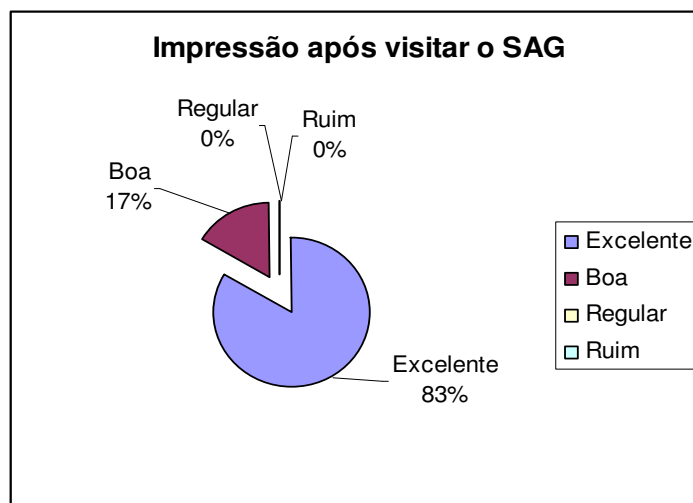


FIGURA 18 - Impressão após visitar o SAG.

Se, antes de conhecer o espaço, tínhamos um índice de 50% para a categoria excelente relacionada à expectativa sobre o espaço e os produtos em exposição, após a visita este índice cresce para 83%, apontando para o alto grau de satisfação do turista para com esse atrativo. Outros 17% dos entrevistados responderam que sua impressão do local era boa. Nenhum dos entrevistados disse guardar impressão regular ou ruim do SAG.

Ao final, podemos inferir que a demanda atual é predominantemente “psicográfica” (LAGE; MILONE, 2001). Sendo o local de visitação o mesmo de origem (contudo, não o local de residência), o turista vem a Itabuna por motivações de ordem afetiva, por vínculos de memória com o território. Esse turista busca o “anticotidiano” (KRIPPENDORF, 2001), que aqui se refere à ausência da rotina de trabalho e proximidade com o ambiente familiar. Um pequeno índice também mostrou atenção ao circuito Costa do Cacau.

Esse visitante é adulto e, em sua maioria, do sexo feminino, sendo seu estado civil equilibrado entre casado e solteiro e nível de escolaridade heterogêneo, o que amplia as possibilidades de segmentação de público num futuro plano de turismo. Salta aos olhos o atípico tempo de permanência do turista no município: em metade dos casos uma semana e, em outra metade, um mês. Também a preferência por hospedar-se na cidade de Itabuna, frente às várias opções com oferta de sol e praia e intensa vida noturna no circuito Costa do Cacau.

É evidente a carência de recursos publicitários e de sinalização pública sobre o SAG. Também que o espaço é pouco explorado, sendo utilizado para comercialização e convívio social. Foi observado que o tempo de permanência do visitante no SAG é curto, sobretudo pela restrita área para circulação e descanso, somado à escassez de ventilação e iluminação interna. Assim, o visitante em geral não se sente à vontade para permanecer no equipamento por mais tempo, mesmo diante da possibilidade de interagir com o artesanato.

Foi identificada a satisfação da maioria dos turistas que responderam aos questionários com os produtos em estudo, apontando qualidade e beleza do artesanato, seguidos da relação com a imagem que se tem da cidade e sua cultura. Também sobre os preços – que variam entre R\$1,00 e R\$10,00 -, esse visitante apresentou satisfação.

O que temos é uma demanda pública em vias de expansão diante das iniciativas em proporcionar um espaço de exposição e vendas, somado ao cadastro dos produtores culturais do município. Porém, ainda é indispensável que essa pasta pública busque informação e integração para com outras instituições locais, estaduais e federais que possam colaborar com a redução das carências específicas da localidade, ampliando o olhar sobre a identidade e o repertório de tradições passíveis de serem ressignificadas para o desenvolvimento cultural.

Temos ainda uma demanda privada por pessoa jurídica que não se enxerga incluída como agente protagonista do desenvolvimento cultural, mas que gostaria de estar em consonância com o mesmo para promover o comércio e o turismo de negócios no município.

Por fim, temos uma demanda privada individual carente de informação, mas satisfeita com o produto. Destacamos a potencialidade dessa produção em alcançar um público mais cosmopolita, quando as políticas municipais estiverem em harmonia com a política federal de cultura. Também é relevante destacar que a política de turismo precisa privilegiar a comunidade e o patrimônio local em curto, médio e longo prazo.

3 DOIS ESTUDOS DE CASO EM ITABUNA: oferta e sustentabilidade

A maior expressão da arte popular brasileira, porém, não reside no objeto produzido, e sim na figura do artista, não apenas na sua capacidade criadora, mas em seu comportamento em relação à vida. Sua extrema grandeza é a arte de ser humano, de saber sobreviver dentro das condições mais adversas e de, mesmo no limite da necessidade, conseguir transformar sofrimento em beleza.

Jacques Van de Beuque

Feito com as mãos, o objeto artesanal conserva, real ou metaforicamente, as impressões digitais de quem o fez. Essas impressões são a assinatura do artista, não um nome; nem uma marca. São antes um sinal: a cicatriz quase apagada que comemora a fraternidade original dos homens.

Octavio Paz

Aqui nos dedicaremos ao estudo dos artesãos José de Souza e Adonias Borges, com destaque para a origem e iniciação no ramo da produção artesanal; criatividade e identidade em suas produções, em atenção ao pilar criativo da Economia Criativa; aspectos da proteção aos direitos de autor e difusão do conhecimento sobre técnicas e elaboração de produtos; processo e sustentabilidade, identificando as relações dos artesãos em foco com as entidades consideradas relevantes para a cultura e o turismo no município de Itabuna, abordando de forma sucinta a questão econômica da profissão.

3.1 O caso José de Souza

3.1.1 O artesão: origem e iniciação

José de Souza é natural de Feira de Santana, Bahia. Souza, como assina suas obras, não comenta sua idade nem data de nascimento, assunto sobre o qual brinca, dizendo não ter conhecimento. Boa parte de sua infância se passou na região Sul-baiana, quando seus pais trabalhavam em roças de cacau. Sua vinda para Itabuna aconteceu na transição dessa fase para a juventude, impulsionada pela recente descoberta de sua habilidade para trabalhos artísticos, por estímulo da paisagem cacauífera. Ele declara em entrevista (2007)

A primeira vez que eu vi uma roça de cacau, com aquele “bate folha”, que é como chamam aquelas partes falhadas, onde quase não nasce mato, eu tive uma inspiração de fazer arte. O meu primeiro trabalho eu fiz com um cacauzinho, peguei um bilro de cacau [fruto ainda em formação, com cerca de cinco centímetros, aproximadamente] e fiz uma escultura, fiz um rosto. Assim, por nada, eu fui cavando, desenhando e fiz um rosto. Mas eu já desenhava. Foi assim que eu comecei, fazendo escultura nos bilrinhos de cacau.

Souza atribui ao acaso e à curiosidade a descoberta de suas habilidades para o desenho e a escultura. Mesmo diante das adversidades características da rotina da zona rural – ausência de referências, mestre ou acesso a técnicas por meio da educação artística, o trabalho pesado e a proibição quanto ao uso dos bilros de cacau – ele continuava a produzir. E foi dada à sua persistência que Souza encontrou estímulo para desenvolver seu pensamento criativo.

Daí um rapaz que trabalhava na fazenda me disse: “rapaz, se o dono souber que você está fazendo isso com os bilro de cacau, vai botar vocês tudo pra fora!”. O Administrador me disse isso. Mas aí ele mostrou à filha do dono da fazenda, porque mulher é sempre mais boazinha. Não mostrou o cacau, mostrou um desenho que fiz. Ela disse: “Ah, esse menino tem futuro, esse menino é um artista! É diferente dos outros...”. Daí ela me trouxe uma aquarela, cadernos de desenho, depois me trouxe para a cidade.

Embora seus estudos tenham se encerrado ainda no ensino fundamental, não completado, o entusiasmo com as descobertas na cidade o levaram a persistir na experimentação de técnicas de desenho. Seus interesses abrangiam pintura e serigrafia.

Eu via os caras fazendo letreiros e ficava olhando. Mandavam eu comprar carne, porque eu trabalhava de doméstico, e quando eu via alguém fazendo um letreiro, ficava lá olhando, com a compra na mão... [risos] Ficava um tempão só olhando eles fazendo o letreiro. Eu esboçava a letra, desenhava, eu sempre gostei muito de desenho. Eu mesmo não sabia que eu era artesão. Quando eu tinha mais ou menos uns quinze anos eu comecei a trabalhar com o cara, pintando aquelas paisagens de lameira de caminhão. Eu não me lembro bem, só lembro que eu era pequeno e o pessoal não queria me entregar o trabalho, diziam “Ah, eu não gosto de entregar trabalho a menino, não!”. Mas tinha um pintor que me dava força, dizia: “não, pode entregar que ele sabe fazer...”. Nesse tempo eu estava sempre desenhando.

A curiosidade de Souza pelas artes visuais se transformou em fonte de renda ainda na juventude, tendo o desenho como base de um aprendizado cujos horizontes se ampliaram também para a publicidade.

Quando eu fiquei rapazinho eu fiz um teste numa firma, eu já tinha aí uns dezoito anos, e passei. Eu fiquei trabalhando como desenhista amador numa firma de desenho artístico e publicitário. O dono da firma pintava e também trabalhava com publicidade. Foi aí que eu aprendi a fazer um desenho publicitário, cartaz, layout, essas coisas, e aí eu fui me desenvolvendo. Depois eu montei uma firma pra mim de desenho e serigrafia. O nome era “Art Souza”. Eu fazia artesanato nas horas vagas.

No plano profissional, a produção de Souza era toda bidimensional, mas no plano do lazer, a forma de expressão escolhida sempre foi, predominantemente, a escultura. Seu engenho e criatividade nunca se alimentaram em um mestre ou em mecanismos formais de aprendizado, como ocorre com grande parcela dos artistas contemporâneos (REIS, 2007, p. 95). Nesse sentido, Souza se manteve autodidata. Como argumenta David Trosby (2001, p. 162), o treinamento pode vir a ter importância menos acentuada na determinação do sucesso no campo das artes. Destacam-se aí a habilidade, a experimentação e a persistência, a curiosidade e o acesso a diferentes materiais. Sobre isso, Stolovich (2003, p. 226) chama a atenção para o fato de que “o talento, mais que a formação profissional – ainda que essa exista

e chegue a ser importante em alguns setores – é quem determina a sua ‘qualificação’ profissional”. Talvez caiba justificar essa peculiaridade em Souza com base no olhar que ele dispunha sobre suas estatuetas:

Eu comecei a fazer uns bonequinhos assim e colocava dentro de um baú. Eu pensava que aquilo não prestava pra nada... Eu fazia e achava bonitinho, pintava e depois guardava nesse baú. Um dia eu precisei de um dinheiro para pagar uma prestação e um cara me falou: “mas rapaz, você com tanta coisa aí, se eu soubesse fazer essas coisas eu não ficava sem dinheiro!”. Eu disse: é mesmo... E fui vender na [Avenida] Cinquentenário. Naquela época Ubaldo era prefeito. Eu fui vender com uma vergonha danada... Um cara viu uma série, uma de mulheres com fecho de lenha, outras com cabaças, mulher com lata d’água, mulher de barriga, como menino, todas eram estatuetas pequenas, e o cara me perguntou o preço. Eu perguntei quanto ele pagaria e ele me mandou pensar bem no preço. Eu falei o preço e ele comprou uma coleção e me mandou ir na prefeitura, que tinha um pessoal também artista. Eu fui. Quando cheguei lá eu conversei com a primeira-dama e ela fez uma exposição pra mim. Minha primeira exposição foi no Grupo Escolar São Caetano, hoje se chama Eraldo Cardoso. Eles fizeram convites, chamaram os professores, pessoas que trabalhavam com cultura, que trabalhavam com cultura na prefeitura e deu muita gente. Saiu nos jornais, tudo direitinho! Quer dizer, não teve divulgação mais... E aí eu não parei mais, fiquei trabalhando com artesanato (SOUZA, 2007)

A princípio, a produção era motivada apenas por lazer, o que o entrevistado coloca com fator de imprecisão na resposta sobre a época do início de sua carreira de artesão. Sobre isso, lembra-se apenas da fase de consolidação, que veio após a parceria com a Prefeitura Municipal de Itabuna e a comercialização das primeiras coleções, já em exposições organizadas pela Ficc.

Souza, porém, também conheceu outros ramos de trabalho até escolher definitivamente o campo das artes. O primeiro deles, já relatado no início deste capítulo, remete à fase em que vivia na zona rural e participava da rotina de atividades na lavoura cacaueteira e é destacado por Souza como marcante em sua história de vida.

Eu já trabalhei em roça, mas era menino ainda. Eu carregava cacau, colhia, só não fazia quebrar, que minha mãe não deixava porque eu podia me cortar. Mas eu fazia “roçagem”, tudo em trabalho de cacau eu já fiz. Nunca trabalhei em barçaça também porque era um trabalho muito pesado, de pegar os caçuás cheios, carregar saca de cacau, eu não agüentava. Mas o que eu pude fazer em cacau eu fiz. Eu também trabalhei em garagem coletiva, em auto-escola, em casa de peças de automóveis, então arrumei uma profissão e comecei a trabalhar em loja. [...] Eu aprendi essa profissão, de vender peças. Quando eu já conhecia quase tudo, que a

gente nunca conhece tudo, o dono da loja falou para eu trabalhar representando, vendendo peças de automóveis, já que eu conhecia muito, mas eu disse não, eu não quis. Meu negócio era fazer artesanato. Me disseram: “mas você vai ganhar algum dinheiro? Esse negócio de arte não dá dinheiro!”. Eu disse: mas eu gosto de fazer é arte! Aí eu realizei meu sonho. Meu sonho era ser artista. Eu nunca pensei em dinheiro, não, nunca tive sonho assim, nem casa, comida, nem carro, nada assim, eu sempre pensei em ser artista, não sabia se eu ia ganhar dinheiro ou não.

Fica registrada na fala do artesão a dedicação e afincos profissionais, que podem agora ser tratadas como idiossincrasias da sua personalidade e não apenas como afinidade ao campo artístico ou necessidade financeira, e que vão contribuir sobremaneira para a escolha de seu ofício.

Dedicando um capítulo à predileção pela profissão de artista, Françoise Benhamou afirma que essa opção de vida é considerada, muitas vezes, como uma escolha irracional, sob o ponto de vista econômico, dadas as inconstâncias concernentes ao setor. Todavia, em seu estudo, esse pensamento pode ser concebido como um mito, bastando apenas observar a expectativa de ganho ao longo de toda a carreira e não somente num dado momento da vida. “O trabalho dos artistas é descontínuo; as perspectivas de carreira são incertas e a gama de remunerações, muito ampla” (2007, p. 42). Para a autora, os estudos estatísticos sobre o tema, na França, deixam de enxergar aspectos importantes da carreira, a exemplo da autonomia de que goza o artista sobre seu ritmo de trabalho e tema de produção, tendo em conta ainda algumas disparidades sobre os ganhos no setor. “O sucesso de alguns, decerto conquistado muitas vezes com grande sacrifício, vem acompanhado de ganhos consideráveis, ao passo que a pobreza relativa dos demais é fracamente compensada pela liberdade de que podem desfrutar”.

Embora seja, de fato, uma profissão de risco, assim como uma loteria, há compensações no plano simbólico que equilibram os momentos de insegurança econômica: reconhecimento social, títulos, prêmios, satisfação pessoal em integrar um meio que o artista enxerga como importante e prestigiado, além de representar visualmente episódios de sua

experiência de vida, que, comumente, compõe ilustração plural de um grupo, da cultura em se encontra inserido, de exercer uma tomada de palavra (VATTIMO, 1991).

No discurso de Souza, está claro que o acúmulo de recursos financeiros – reconhecidamente necessários – não é mais importante que o prazer de atuar no campo desejado e ser apontado, na cidade que escolheu para viver, pelo grupo de artesãos e pelos visitantes com apreço e relevância cultural.

3.1.2 Criatividade, identidade e produção artesanal

Falamos no capítulo primeiro que a criatividade é apontada pelos estudiosos da Economia Criativa como elemento chave da produção cultural. O pilar criativo encontra, nesses estudos, atenção especial, uma vez que os bens culturais apresentam diferenças marcantes em relação às demais mercadorias em virtude de sua bagagem simbólica (STOLOVICH, 2003). Seu valor está nas relações sociais, ou seja, na sua capacidade de formar pontes entre diferentes agentes sociais e colocá-los em condição de igualdade, sem, contudo, deixar de serem diversos. Isso requer concentrar-se nos sujeitos, não apenas nos objetos. A importância patrimonial e identitária também são traços marcantes dos bens e serviços culturais.

Desse modo, há que se formular um tratamento específico para esses produtos, que não aquele dedicado às demais mercadorias, pois a utilidade do bem cultural está nos benefícios subjetivos, políticos, culturais e econômicos que traz a quem os produz e no prazer, entretenimento, informação, emoção, recordação, distinção social, entre outros fatores, a quem os consome.

A criatividade também pode estar presente na relação das pessoas com seus patrimônios (GONÇALVES, 2001). Conhecer, difundir e preservar são posturas sociais decorrentes dessa relação criativa, que se caracteriza pelo bom uso do teor educativo que tais bens carregam, especialmente quando associadas ao turismo responsável (MURTHA & ALBANO, 2002; YÁZIGI et. al., 2001; SALVATI, 2004).

Para isso a política de turismo deve priorizar a preservação do patrimônio, o acesso e difusão dos valores culturais e o turismo como veículo de estímulos à criatividade, associada à dinamização econômica do *trade* pela integração e multiplicação de possibilidades de escolha.

Esse pensamento pode ser complementado trazendo para o debate as questões da inovação, operacionalizada na produção de bens e serviços. Assim ocorre com Souza e o tema do trabalho nas roças de cacau, o qual inspirou suas primeiras experiências artesanais e que persiste como carro chefe de sua produção ao longo de sua trajetória artística. Souza foi pioneiro no registro dessa atividade, resultando sua produção em importante e vasto registro etnográfico da realidade de trabalhador rural que viveu e observou durante sua infância e juventude.

Até hoje eu trabalho baseado no cacau, não nos coronéis, não, eu tenho foco mesmo no trabalhador. Foi uma fase que eu passei, então eu foco muito nos burrinhos, no barcaçeiro, no cara colhendo o cacau, a bandeira, a bonga, eu sou apaixonado por esse trabalho... (SOUZA, 2007).

Também na capacidade de resolver problemas e necessidades locais podemos afirmar que Souza inova na produção regional. Primeiro pelo fato de sua obra compor singular registro histórico dessa comunidade rural, seu cotidiano e traços étnicos. Em seguida, por persistir numa atividade que ainda não era tratada como ocupação econômica na região, mas, apenas como atividade complementar a um emprego formal.

Souza, portanto, amplia os horizontes do artesanato como diversão, passatempo e autoconsumo para principal atividade econômica. Assim, podemos afirmar que aquilo que

Souza operaciona é a expansão do conceito de criatividade para os campos da economia, abordando as práticas cotidianas locais (CANCLINI, 2005; YÚDICE, 2004).

O aspecto criativo no trabalho de Souza encontra ressonância nas idéias da diferença como núcleo de um produto turístico (WAINBERG, 2003); também na inovação: Souza representa suas vivências e o faz de modo desvinculado do padrão de beleza dominante, clássico. Suas figuras ensaiam um estilo próprio, caracterizado por homens e mulheres esqueléticos, pessoas envelhecidas pelo trabalho árduo e pelas precárias condições de sobrevivência no campo. Os pés avantajados reportam ao exercício da separação da polpa do cacau das amêndoas – a pisa do cacau – e denunciam a parca alimentação e o uso do álcool. A cor de pele negra, os narizes grandes, os lábios carnudos, enfim, os traços nordestinos são uma constante nas coleções “Souza e sua Gente” ou “Gente Grapiúna” e se assemelham ao tipo étnico do próprio autor. Também as roupas coloridas e envelhecidas por força do uso diário na lida cacaeira.

Cada personagem possui um adereço que referencia as diferentes etapas do trabalho nas roças de cacau, bem como do estilo de vida na zona rural. Nas figuras masculinas, são comuns o machado, a foice ou podão, usado para retirar o fruto do cacaeiro; o caçuá, onde os cocos de cacau são colocados para formar as “rumas”, ou seja, montes onde são acumulados para a etapa da quebra, feita com o facão; as sacas contendo as amêndoas já secas, prontas para serem comercializadas.

As figuras femininas têm, além das características descritas anteriormente, os seios caídos e os braços frágeis. Comumente são representadas grávidas ou acompanhadas de crianças. As tarefas femininas, por sua vez, são a coleta de frutos em caçuás menores, a exemplo de uma bacia ou mesmo o fruto unitário; a trouxa de roupas para a lavagem; fecho de lenha para alimentar o fogão ou jacas para a sobremesa. A busca de água, armazenadas em moringa ou latas sobre a cabeça é atividade comum entre os dois sexos.



FIGURA 19 - Estatuetas Gente Grapiúna, de José de Souza, ilustrando a colheita através da foice e do fruto. Argila e massa epóxi.



FIGURA 20 - Estatuetas Gente Grapiúna, ilustrando o transporte da saca e com o caçua. Argila.



Figura 21: Estatuetas Gente Grapiúna, ilustrando figuras femininas. Garrafas *pet* e massa epóxi.



FIGURA 22 - José de Souza, SAG, Itabuna

Esse estilo de representação encontra-se relacionado a motivações de ordem imaginária, um “mundo histórico e social de criação incessante e essencialmente

indeterminada de figuras, formas e imagens” (CASTORIADIS, 1982, p. 154). De acordo com Castoriadis, imaginário é sinônimo de coisa inventada,

quer se trate de uma invenção ‘absoluta’ (uma história imaginada em todas as suas partes), ou de um deslizamento, de um deslocamento de sentido, onde símbolos já disponíveis são investidos de outras significações que não suas significações ‘normais’ ou ‘canônicas’ (*Ibid.*).

Desse modo, o que é *instituído* encontra-se entrelaçado ao simbólico. Ao denotar os traços predominantes nas pessoas que o cercavam à época da infância até o início da juventude na zona rural, acreditamos, o artesão colocou em interação os três “atos do fingir”, conforme coloca Iser (1997) em sua teoria do imaginário. Os atos da *seleção*, da *combinação* e do *desnudamento* são intencionais, constituem transgressão de limites e dão forma ao imaginário.

A *seleção* se refere a campos de referências extratextuais, nos quais se recolhe elementos que, recombinaos, inventarão novas formas, ganharão novos valores e colocarão em destaque os elementos ausentes, sem perder a ligação ao contexto original. Esse primeiro ato de fingir transforma sistemas de organização sócio-culturais, tomados como realidade, em “objeto da percepção”.

O segundo ato de fingir, a *combinação*, atua junto à denotação e à representação. Os agrupamentos de significados ressaltam diferentes perspectivas, alcançando também o âmbito dos personagens envolvidos.

O ato de *desnudamento* consiste na formação de um mundo do *como se*, um mundo “posto entre parênteses, para que se entenda que o mundo representado não é o mundo dado, mas que deve ser apenas entendido como se o fosse” (p. 24). É a interação desses atos de fingir que permite a compreensão de uma obra ficcional, artística, como uma realidade. O imaginário aponta para um “real” através de instrumentos fictícios, enfatizando com elementos selecionados de outros “textos” aquilo que está ausente.

Desse modo, ao se apropriar dessas observações pessoais para concretizar suas estatuetas, Souza põe em ação os atos de fingir, caracterizando uma leitura particular do patrimônio local, recorrendo à sua memória, vivências e imaginação. A produção de Souza é motivada quase que totalmente pelo cotidiano da gente das roças de cacau, com poucas exceções urbanas, caracterizadas principalmente pela representação do baterista, sua atual opção de estudo e lazer.

Diante da carência de empregos e necessidades econômicas concretas, Souza se apropria desse patrimônio e o transforma em ferramenta de comunicação, facilitando o conhecimento sobre a memória regional, alimentando uma forma de expressão que reforça a bagagem identitária daquelas pessoas que viveram a fase de decadência da lavoura e migração para as cidades, causando a implosão populacional itabunense e o aumento da ocupação informal (WAINBERG, 2003; CANCLINI, 2003; YÚDICE, 2004).

O aspecto criativo do artesanato produzido por Souza também está na capacidade de chamar a atenção do público visitante para a riqueza cultural local, contribuindo para desenraizar o pensamento de que a Itabuna não possui atrativos a serem trabalhados pela política cultural e turística para o desenvolvimento local.

A relação do artesão com o município é forte, como está marcado em sua fala:

Eu adoro Itabuna. Não consigo ficar nem um ano longe de Itabuna. Eu fiz exposições no Rio de Janeiro e queria que eu ficasse por lá, mas não consegui ficar lá. Eu morei no estado de Minas também, Governador Valadares. Eu estava gostando de lá, mas depois me deu saudade e eu vim embora (SOUZA, 2007).

Todavia, a passagem por outras cidades também enriqueceu sua experiência como artesão. Quando chegou ao Rio de Janeiro Souza encontrou facilidade em comercializar suas coleções “Souza e sua gente” ou “Gente grapiúna”, atribuindo esse fenômeno à “novidade” do artesão e dos temas do cacau nessas regiões. O mesmo ocorreu em Minas Gerais. Entretanto, Souza reconhece que esse fato é efêmero e não dispensa uma pesquisa sobre os temas da nova

localidade para continuar sobrevivendo com artesanato quando definitivamente instalado na nova cidade:

Fui fazendo essas pesquisas e fui fazendo coisas de Valadares. Até que os artesãos de lá achavam que eu estava trabalhando melhor do que eles, mas não era, era porque eu estava fazendo coisas da região e então ficou fácil de vender. Quando você faz peças sobre a região, tanto você vende para o pessoal da região, quanto para o pessoal de fora.

A fala de Souza remete ao pensamento do professor Bernt Fichtner (2007), da Universidade Siegen, Alemanha, que pesquisa o tema da diversidade cultural voltado para a educação. Para o pesquisador, a diversidade cultural se caracteriza como *práxis* social, quer dizer, como mediação entre o individual/local e o universal, facilitada por meio da lógica da arte. O autor acredita que, para ser global, é preciso falar da sua “aldeia”, quer dizer, contar o local de onde provém o sujeito. É esse papel que Souza acredita estar cumprindo com afinco e prazer, liberdade e necessidade.

Perguntado sobre o sentimento que aflora quando vê seu trabalho concluído, Souza surpreende com uma resposta emocionada.

Quando eu crio um trabalho, mesmo eu já tendo o meu estilo próprio, a gente sempre está criando, quando a gente modifica um pouco está criando, então quando eu crio algum trabalho eu fico muito alegre. Mas depois ele vai ficando como um ano novo e um ano velho. Eu já vou encontrando defeitos naquele trabalho. Eu acho que o artista sempre encontra defeito. Daí eu parto para outra criação. É sempre assim, sempre nessa luta e nunca vai chegar o dia de dar o ponto final, de dizer que está pronto e não preciso criar mais nada. O que eu procurei eu encontrei, que era ao meu estilo, minha marca. Eu acho que o artista só é artista quando ele tem um estilo próprio. Em cima desse estilo eu só vou modificando algumas coisas, sem perder o padrão de cores, as características, a expressão. Quando eu faço um trabalho de coronel, o dono ou patrão [mecenas ou patrocinador], quase não tem definição. O patrão não tem nem estilo... Quando eu faço o meu estilo, daqui da região, eu me sinto bem. Quando eu faço de outra região eu também me sinto bem, mas tentando me adaptar. O tema é o mesmo, sempre o trabalhador, mas não é uma coisa minha mesmo. Eu acho que o que eu tenho de melhor no meu trabalho é o tema regional, da minha região, com tema de cacau, aí eu me sinto bem fazendo o meu trabalho (SOUZA, 2007).

Esse bem-estar em trabalhar com artesanato, que se faz mais intenso quando retrata suas vivências, memórias no Sul-baiano, resulta em combustível para mais construções

identitárias, ao mesmo tempo em que alimenta as referências de origem, presente e futuro da região. A modernização do município, impulsionada pela chegada de indústrias, centros comerciais, médicos e hospitalares, instituições de ensino médio, pré-vestibular e superior, vem acompanhada de um retorno e valorização dos atores que trabalharam para o enriquecimento regional durante o século XX (HALL, S., 1999; CANCLINI, 2003; SIMÕES, 2004).

Perguntamos a Souza se as adaptações feitas em outras terras já teriam ultrapassado o universo da temática, permeando também a escolha dos materiais utilizados em sua produção, a exemplo de matérias-primas que não agridem o meio ambiente ou resíduos. O artesão afirma que já utilizou “orelha-de-pau”, nome popular de um tipo de cogumelo gigante, abundante em matas úmidas, e também com madeiras, sem muito entusiasmo. Dentre as variadas possibilidades oferecidas pela Mata Atlântica, Souza aponta (2007) como matéria-prima típica da região Sul-baiana

a folha do cacau. Eu já usei muito a folha seca do cacau. A gente usa para fazer [plano de] fundo, pode enrolar para fazer detalhes, pode combinar com eucatex ou usar para fazer peça tipo um troféu. Também pode combinar ela com epóxi. Eu já fiz alguns trabalhos assim, até com sementes de cacau eu já fiz. Mas eu gosto mesmo de trabalhar com argila e epóxi.

Sobre seu ritmo de produção, ele diz: *Depende. Eu tenho peça que envolve alumínio, papelão... Essas demoram mais. Mas as minhas peças pequenas, essas estatuetas, trabalhando tranquilo, eu faço umas cinqüenta por semana. Já fiz até mais.* Dada a oscilação no ritmo de produção, perguntamos se há alterações nesses números durante os meses de maior visitação turística na região. Para nossa surpresa, Souza afirmou que sua produção acontece com maior intensidade nos meses de inverno, quando não há tantos turistas na região. É a fase em que ele pode se dedicar quase que inteiramente ao seu ateliê, ao “gerenciamento de produção e estoque” (REIS, 2007, p. 96) compondo uma reserva para

comercializar durante os meses de férias, principalmente no verão, quando os esforços são direcionados às vendas e a produção fica em segundo plano.

3.1.3 Direitos de autor e circulação do conhecimento

Discutimos sobre os direitos de autorais também na primeira parte do nosso estudo, destacando as formas existentes e as possibilidades de atualização em debate na legislação brasileira (HOLLANDA, 2007; REIS, 2007). Também tratamos das opções de proteção aos bens imateriais do patrimônio nacional, categoria da qual o artesanato faz parte (SANT'ANNA, 2000). Essa etapa da nossa pesquisa não pretende ampliar ou questionar os modelos de proteção à autoria de bens culturais, mas compreender, no plano local, o conhecimento desses direitos e o posicionamento do artesão sobre proteção e circulação das suas obras.

Uma vez que a legislação em vigor no Brasil permite a proteção de trabalhos publicados ou inéditos em escultura (BELAS, C. 2004), perguntamos se havia interesse em proteger as esculturas “Gente Grapiúna” (ou “Souza e sua Gente”), que é apontada como sua principal criação. A resposta do artesão demonstra as dificuldades de acesso à informação por parte da classe em Itabuna.

Registrar, tipo com patente? Já, sim. Já pensei, mas não sei como fazer isso. Me disseram que o Sebrae fazia isso, mas eu não acredito nesse negócio que falam... Até hoje nunca nos ensinaram, não. Eu não sei porquê, talvez, porque o artesão gosta de fazer coisas mais fáceis, mais fáceis até de copiar. Se for fácil, ele vai embora.

E exemplifica com sua própria vivência:

Todas as peças que eu criei foram copiadas! Hoje eu não quero ser melhor do que ninguém, mas eu sou responsável pela maior criação sobre cacau da região. Quando eu comecei a trabalhar na carreira de artista, eu me lembro bem, o pessoal fazia chaveirinho de cacau e pé de cacau, só isso. Só tinha isso e eu acho que todo mundo se lembra disso. Aí eu comecei fazendo a mesma coisa. Eu já tinha aquelas estatuetas, mas tinha que ter mais alguma coisa. Eu fazia pé de cacau, com galhas, com cacau, depois fui desenvolvendo. Na altura que fui fazendo um pezinho de cacau eu já coloquei um cara colhendo, outro quebrando os cocos, fui fazendo assim... Aí o pessoal foi me seguindo também. Aquele coco com canudinho, eu criei quando estava trabalhando no Mercado Modelo, em Salvador. Eu criei pra lá, era coisa de lá. Quando pessoal descobriu, tanto os de lá copiaram quanto os daqui também. Aí eu fui deixando pra eles. Muitas coisas eu fui deixando, deixando... Fiquei mesmo com as minhas estatuetas.

Citamos a classificação feita pelo Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI), do artesanato como item dessa nova categoria (Decreto 3.551, de 04 de agosto de 2000). Também colocamos que algumas manifestações já foram protegidas por leis específicas de proteção ao patrimônio imaterial do Brasil, a exemplo do acarajé e das cuias paraenses. Em seguida, perguntamos a Souza se ele vislumbrava o seu trabalho registrado e protegido como patrimônio imaterial brasileiro. Souza respondeu com sua habitual simplicidade:

Ah, eu acho difícil... Eu acho que não. Alguns trabalhos que eu criei eu vejo, sim, mas acho que uma pessoa só fazendo uma coisa, mesmo que muita gente faça parecido, copie, eu acho que não. Claro que eu gostaria! Mas eu acho que não.

E acrescentou em forma de desabafo:

Eu gostaria também de dar curso de estatuetas, mas teria que ter algum respaldo. Se for só pra passar o trabalho e depois vir a concorrência e me prejudicar... Se eu tivesse pelo menos uma aposentadoria, eu já começava a passar, se eu tivesse algum meio de vida, eu começava a passar, sim. Eu vou morrer e não vou levar o meu trabalho, não é mesmo? Quando se morre, não se leva nada. Mas vivo a gente precisa de uma garantia de trabalho.

A fala de Souza remonta às questões levantadas nos capítulos anteriores acerca das dificuldades por que passam os artesãos dada a ausência de regulamentação da profissão de artesão no Brasil e fragilidade das atuais políticas culturais quanto à cidadania de nossos produtores culturais.

Dada a ausência de cursos de aperfeiçoamento no município, perguntamos a Souza se divide seus conhecimentos com os demais colegas de profissão. Souza disse que ensina aos colegas algumas técnicas que domina e até as que ele próprio desenvolve, sem, contudo, deixar que aprendam a “copiar” o seu trabalho. Ele aponta como motivação para a difusão do seu saber a facilidade que determinados grupos apresentam em assimilar as técnicas.

Quando eu faço curso com crianças eu gosto mais até do que com pessoas adultas. Não sei porquê, mas acho que criança tem a mente mais aberta, pega mais fácil e mais rápido. Aqui em Itabuna, no sítio do menor [atual Fundação Marimbeta], tinha um menino, o pai dele tinha problemas com alcoolismo, ele tinha 14 anos, hoje quando eu vejo ele sustentar os pais eu sinto a maior felicidade de ter ensinado ele. Na época ele tinha 14 anos e eu perguntei se ele sabia fazer artesanato. Ele ficava na janela olhando. Como o curso era da prefeitura, não tinha problema com o número de vagas e eu mandei ele entrar na minha aula. Ele nunca tinha pegado em barro, mas gostava de desenhar. A base de tudo é o desenho... Eu vi os desenhos dele, analisei, depois mandei ele fazer o que quisesse, lá eu botava uma peça em produção e as pessoas iam fazendo também, mas com ele eu deixei fazer o que quisesse. Foi aí que eu vi que ele tinha jeito! Eu não sei se ele ainda está trabalhando no Mercado Modelo [Salvador], mas eu sei que ele mora em Salvador.

Souza deixa clara a sua satisfação em formar novos artesãos, enfatizando sempre a questão da sustentabilidade. Mas ele também afirma que a competitividade no setor acaba por dificultar a transmissão do conhecimento frente à inexistência de um sistema de previdência para a sua classe, somada às dificuldades para proteger sua inovação, a qual garantiria o pagamento de um valor sobre o seu uso e a divulgação do conhecimento para mais artesãos.

Para encerrar o bloco dedicado aos direitos autorais, tocamos no dilema entre proteção e livre circulação das produções culturais. Destacamos as três correntes de pensamento sobre esse debate: (1) a propriedade intelectual como grande vetor de desenvolvimento na era pós-industrial; (2) a flexibilização do modelo vigente de proteção para estimular à diversidade cultural; (3) o domínio público e o livre acesso ao conhecimento. Perguntamos a Souza qual seu posicionamento acerca desse debate.

Eu acho que a arte deve ser protegida. Algumas coisas devem ser protegidas. Veja só, quando você cria um trabalho, vamos supor uma arvorezinha, e aquela árvore não está dando comércio. Então você modifica aquela árvore, torna a modificar

até chegar a um tamanho, diminui, aumenta, muda, até criar um estilo, um produto. Depois que ela está prontinha, que você já consegue vender e ganhar dinheiro, aí todo mundo vem e copia, do jeito certinho que você demorou, trabalhou para desenvolver. O artista sofre muito até chegar à venda. As dificuldades hoje estão no mercado. Essa estatueta já teve quatro tamanhos, até chegar ao tamanho que vende, ao tamanho que o pessoal quer e dá comércio (SOUZA, 2007).

No discurso de Souza, encontramos consonância com o pensamento de Stolovich (2003) e de Benhamou (2007) sobre a valoração da obra cultural. Para esses autores, o valor de uso é, de fato, maior que o valor de troca, mas o primeiro contribui para o aumento do segundo, que só se concretiza com a incidência dos direitos autorais.

São precisamente os direitos de autor que corrigem a incapacidade do mercado para remunerar de maneira equitativa o trabalho do artista. Esses permitem que o criador recupere uma parte da mais valia que resulta da venda de sua obra (STOLOVICH, 2003, p. 233).

É enfatizando essa associação – valor simbólico e econômico – que a economia criativa busca tratar a produção cultural de forma cíclica (criação, produção e distribuição) e diferenciada das demais mercadorias. Assim, também a proteção deve ser diferenciada, contemplando, primeiro, o sujeito e seu saber-fazer, em seguida, seu produto.

3.1.4 Processo e sustentabilidade

Sabemos que o conceito de processo refere-se à formação de cadeias integradas de modo que a cultura ocupe papel central junto aos setores co-responsáveis pelo desenvolvimento (DEHEIZELIN, 2006b). Nessa etapa do estudo, nos dedicamos a conhecer o estágio de integração entre Souza e as entidades relevantes para a cultura e o turismo em Itabuna, abordadas no capítulo segundo. Também buscamos saber sobre a visão do artesão acerca do mercado local para a sua sustentabilidade.

Souza afirma que o artesanato é sua principal atividade econômica há mais de trinta anos. Como foi salientado anteriormente, o artesão já viveu em outros estados brasileiros e precisou, para continuar atuando apenas como artesão, adaptar sua obra às características identitárias da região em questão. Souza, porém, enfatiza que

os outros trabalhos é uma questão de não ficar sem dinheiro. Eu vou e faço porque não estou vendendo mais o tema de cacau. Em Valadares [...] tive que fazer uma adaptação, já não era mais novidade. Mas eu fazia mais pelo dinheiro, não era tanto por prazer. E eu não modifiquei muita coisa, não. Eu continuei com as mesmas características, fisionomias, só mudei os instrumentos que eles usavam para trabalhar, diferentes dos daqui. Aqui se usa caixa de cacau, caçua, podão, lá eu usava aquelas lanterninhas de chapéu, galiota de quatro rodas, coisas de garimpeiros mesmo. Eu fazia pelo dinheiro, mas não me sentia assim tão legal. Quando eu voltei para cá eu me senti melhor (SOUZA, 2007).

Sobre essas questões, Benhamou (2007) nos fala que, dada a instabilidade financeira, o artista pode vir a desempenhar algum trabalho paralelo que lhes garanta renda e subsistência. O chamado “recurso da múltipla atividade”, todavia, não se consolidou de fato como uma inversão profissional no caso de Souza, mas, sobretudo, como leitura e representação das questões identitárias do local em que se encontrava.

De volta à Itabuna, com criação definida e produção em ritmo adaptado às demandas locais, Souza buscou alternativas de distribuição que atendessem às suas condições e necessidades. Sobre as formas de divulgação do seu trabalho, perguntamos a Souza se possui *website*, *folder*, cartão de visitas, álbum portfólio ou outras formas de tornar pública a sua produção.

Eu não uso nada, só um telefone mesmo, um celular e, às vezes, um cartão de visitas. De vez em quando o turista quer saber onde encontrar minhas peças, então eu dou um cartãozinho da loja ou com o meu endereço, de minha casa. Pessoas que vêm passar férias por aqui... Vão lá em casa. Ano passado eu recebi dois rapazes de Itacaré, eram estrangeiros. Disseram que iam lá e eu nem acreditei, mas foram mesmo. Eu tenho um cliente que tem pousada em Itacaré e somos muito amigos. Então ele recomenda às pessoas que me visitem. Ele mesmo me visita, traz os amigos...

Embora os recursos de divulgação sejam os mais simples, Souza nos conta que já apareceu na televisão várias vezes, somando incontáveis entrevistas. Em algumas ocasiões, fez até oficinas de criação de estatuetas ao vivo.

Perguntamos a Souza se interage com o público-alvo de seu trabalho.

Eu gosto de colocar as peças na loja, mas eu gosto, pelo menos um dia na semana, de vir vender, conversar com o turista. Eu venho pra cá [Shopping do Artesanato Gapiúna], vou no Canabrava, vou no Transamérica, nas praias de Ilhéus... Coloco as coisas na mochila e vou vender. Ilhéus e Itacaré... Não estou mais indo pra longe porque agora não preciso mais. Mas antes eu ia vender até em Porto Seguro.

Também perguntamos sobre sua presença em eventos, como feiras, exposições, mostras, concursos etc. no município. O artesão afirmou que já vivenciou bastante esse universo em nível regional. Mas, na categoria concurso, só participou do “Terra à vista”, que tem abrangência estadual. *Sempre tem premiação. Mas tem muito tempo. Eu ganhei dois troféus do ‘Terra à vista’, em dois anos seguidos.* Quando perguntado sobre sua participação em eventos em outras regiões, destaca-se sempre sua passagem por Governador Valadares (MG),

Lá tinha duas feiras. Uma era chamada Feira Hippie, era uma feira mais comum, onde entra todo tipo de artesanato e tinha também a Feira de Arte. E por sorte minha, eu participava das duas! Teve também um concurso e não queriam me convidar porque eu era de fora, de outro Estado, mas eu consegui provar que morava lá há mais de seis meses e então pude participar. Então eu participei e ganhei um prêmio.

Porém, nos últimos anos, Souza afirma não ter participado de nenhum tipo de evento no município, nem em nível estadual ou nacional.

Quando o assunto é patrocínio e mecenato, Souza afirma: *Já tive. Já tive patrocínio da Prefeitura de Itabuna, da Ceplac, da Funarte, que é a Fundação Nacional de Arte... De Ong nunca, nem de empresário nenhum. Só do governo, sempre através da política.* Buscando ampliar as informações sobre as formas de apoio existentes ao trabalho desse artesão,

iniciamos o bloco de perguntas que investiga como se dá o relacionamento de Souza com os setores público, privado e terceiro setor, ligados à cultura e ao turismo em Itabuna. A parceria do artesão com os referidos setores pode nos ajudar a compreender o quadro de organização para o turismo e formação de cadeias integradas no município (BENI, 2000; PETROCCHI, 1999; DEHEIZELIN, 2006b).

Em primeiro lugar, perguntamos como ele interage com a Aiart.

Minha relação é expor aqui, participo dos eventos, sempre quando eu quero... Ultimamente eu tenho participado muito pouco dos eventos da Aiart. Muito pouco mesmo. A Aiart sempre participa de feiras, aqui pela região, em Una, Almadina, essa eu só fui um dia. Eu gostava muito de feira, ainda gosto, mas de uns tempos pra cá eu fiquei assim, sem tempo. A feira é realmente para divulgar o trabalho, então quando a gente vai trabalhando, vai ficando conhecido, de um jeito que se eu for na feira eu vendo, se não for, eu também vendo (SOUZA, 2007).

Ocorre então que, dado o seu longo histórico no ramo, Souza encontra-se numa fase em que já não é primordial o contato com o cliente para efetivar as vendas. Ele demonstra saber da importância de sua presença nos eventos da associação, porém, deixa entrever que prefere dedicar duas manhãs por semana ao espaço fixo da Aiart, o SAG, que acompanhar o grupo em exposições itinerantes pelo interior da região Sul-baiana.

Em seguida, perguntamos se ele faz parte de outras ONGs, em Itabuna ou em âmbito estadual e nacional. Souza afirmou ser membro do Instituto Mauá, porém, reconhece que, após o recebimento da carteira de integrante, não retornou à instituição, nem expôs novas peças nas lojas que a entidade mantém na capital baiana.

Perguntamos sobre os resultados dessa parceria e Souza complementou

O Instituto era muito forte. Mas na época, quando eu comecei a trabalhar com eles, já não estava assim. No início eu ganhei um dinheirinho, mas depois ele entrou em reforma, e aí todo mundo sobrou. Depois dessa reforma eu não voltei mais lá.

Insistimos em saber se não houve mais contato, mesmo por parte do Instituto Mauá, para reintegrar membros do interior do estado junto aos espaços, eventos e atividades institucionais.

Eles trabalham com associações. Nessa época era com pessoa física. Qualquer artesão que chegasse lá podia se integrar, fazer carteirinha. Minha carteira foi feita através da associação, da Aiart, mas se eu quiser participar de uma feira de arte em Salvador é só eu aparecer por lá. Eu até estou precisando andar um pouquinho, visitar lá, porque eu fiquei muito em Itabuna...

Do mesmo modo, buscamos saber como é a relação de Souza com a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania, a Ficc. Souza disse que não buscou ajuda da entidade até o momento da entrevista. Na ocasião, a Ficc convidava os artistas de Itabuna para entrevistas individuais em sua sede, visando à organização de um cadastro de artistas do município. Então perguntamos se ele tinha conhecimento de algum contato da Ficc com a Aiart, no sentido de conhecer e incluir os artesãos do município nesse estudo.

Eles buscam, eu é que sou desleixado, que não vou lá. Lá dá curso, conheço várias pessoas que começaram a trabalhar com a Ficc, mas eu mesmo... Nunca procurei. A gente é que tem que correr atrás, não é? Mas eu nunca fui lá procurar: “tem alguma coisa aí pra eu fazer?”. Nunca fui, não.

As respostas desse bloco apontaram para um comportamento mais estático do artesão, no sentido de não buscar, nem atender às demandas institucionais de natureza pública e privada. O mesmo comportamento foi identificado junto a outras instituições relevantes, como o Sebrae, a quem o artesão disse nunca ter procurado. Ele lembra que a instituição chegou a oferecer cursos de técnicas de vendas e associativismo para a Aiart, entretanto, ele não se interessou em participar.

Sobre o contato com a Secretaria de Agricultura e Turismo do município, Souza respondeu apenas *Não. Que eu me lembre, não.*

Perguntamos se Souza já havia participado de algum curso profissionalizante, oferecido pela Secretaria de Educação e Cultura do município.

Não. Teve uma época, aquela época de Ritinha Dantas, que eu ia tomar um curso de cerâmica. Ela ia me mandar, mas eu não quis. Eu não tinha vontade de aprender a fazer aquele tipo de cerâmica. Era muito bonita, sim, mas era um tipo que não me interessava. Eram potes, coisas assim, se fossem estatuetas eu faria. Depois eu disse a ela que preferia aprender a fazer fundição. Ela mandou eu procurar saber onde esse curso existia. Eu fui em Salvador e descobri um curso muito bom, mas não tava mais tendo novas turmas. O professor disse que eu só ia encontrar em São Paulo. Mesmo assim, Ritinha disse que podia procurar que a prefeitura ia liberar os recursos pra eu fazer, mas eu não me importei. Era muito longe.

Perguntamos como Souza se relaciona com os empresários locais, dado o interesse da classe em promover o turismo de negócios no município, com feiras, exposições, promoções etc. Souza disse que nunca foi convidado para participar de nenhum evento organizado pela CDL, pela Associação Comercial nem qualquer empresário local. Entretanto, em Ilhéus, Souza trabalha em parceria com a empresa Costa do Cacau, expondo seus trabalhos nas lojas situadas no aeroporto e no centro histórico de Ilhéus; também em lojas do Hotel Canabrava, em Ilhéus, e no *resort* Transamérica, na ilha de Comandatuba.

Sobre o seu relacionamento com os turistas, Souza revela que gosta de conversar com eles,

mas, eu não sei porquê, eu dou mais sorte de vender para estrangeiros, com quem eu não sei conversar. Só através de sinais mesmo. Eles perguntam o preço e eu digo assim, com sinais. Eu gosto de conversar muito é com o pessoal de Brasília. Mas tem turista de Salvador, Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais que gosta muito do meu trabalho.

Nesse aspecto, Souza manifesta a relevância que atribui à relação intercultural que seu ofício permite. Também deixa entrever que o valor de uso de suas estatuetas é preponderante sobre o valor de troca (STOLOVICH, 2003; LAUER, 1983), quer dizer, importa saber da origem, da história, do reconhecimento que o visitante apresenta sobre suas coleções, além do interesse daquele sobre a origem e história que inspirou a criação do artesão. Há então,

interesse pela diferença, pela carga simbólica do artesanato, manifestada pela comunicação intercultural (WAINBERG, 2003; COOPER, 2001), embora esta seja limitada pela barreira da língua estrangeira.

Perguntado se participa de alguma atividade junto às instituições de ensino superior na região, Souza citou, com entusiasmo, a ocasião em que a Universidade Estadual de Santa Cruz foi sede do Encontro Brasil e África, no qual os artesãos foram convidados a participar de uma feira. Ele também referiu um segundo convite da Uesc à Associação de Artesãos de Itabuna para exposição de artesanato, na qual ele não esteve presente.

Assim, temos um perfil mais autônomo, mais independente. Souza não busca nem alimenta parcerias em Itabuna para além da Aiart. Também deixa entrever que esse espaço deve ser ocupado pelos iniciantes e pelos seus seguidores.

O último bloco de perguntas se refere à questão econômica e se inicia com o olhar do artesão sobre o mercado de artesanato em Itabuna. Não aplicaremos aqui o método Dafo de pesquisa, ao modo dos especialistas em estudos de mercado. Apenas questionamos ao artesão quais os pontos fortes e fracos do mercado local para o artesanato, no intuito de conhecer sua percepção empreendedora.

Perguntado sobre as potencialidades que o município oferece para o desenvolvimento do seu trabalho, Souza respondeu em tom de desalento: *é difícil, viu? O cara tem que correr atrás. Encontrar uma oportunidade é muito difícil.* Tal resposta aponta para o conhecimento que o artesão tem sobre a necessidade de trabalhar de forma integrada, o que contradiz com a postura apresentada acerca de suas relações com entidades locais relevantes para os setores da cultura e do turismo no município.

Em vista disso, perguntamos se ele considera que há mais ameaças que oportunidades. Dessa vez, a resposta foi assertiva: *eu não vejo oportunidade nenhuma, a gente que é artesão*

é que corre atrás mesmo. Mais uma vez, ele reconhece a necessidade de uma postura empreendedora que, implicitamente, deve se aplicar aos iniciantes.

Perguntamos se a renda obtida com o artesanato está à altura do ou desejável.

Não está, não. Porque a riqueza do artista é só a criatividade mesmo. Ele tem que considerar mesmo como um sonho. É o momento que ele faz, que ele vive de arte. Mas se a gente for olhar por outro ângulo, se for olhar o trabalho por dinheiro, muitos enceram sua carreira e vão ganhar mais, até ganhar menos em outros trabalhos. Mas a renda com arte não é lá essas coisas, não. Geralmente quem ganha dinheiro com arte hoje é quem não faz arte. Quem não faz arte ganha dinheiro com arte.

Então perguntamos se, atualmente, ele desenvolve alguma atividade complementar ou se apenas sobrevive de seu artesanato. *Não, só vivo do artesanato. Hoje eu não sei fazer mais nada a não ser isso. Eu sei sim, fazer outras coisas, mas não me adapto mais, não. Largar a arte novamente e começar tudo de novo, já pensou? Eu só gosto de fazer isso mesmo.* Fica, então, evidente a preferência simbólica ante a econômica.

Para finalizar, perguntamos se Souza já participou de algum projeto fundamentado nos princípios da Economia Criativa em Itabuna, tomando como exemplo o caso de Conceição das Crioulas (REIS, 2005). A resposta foi simplesmente *não, nem dentro, nem fora de Itabuna. Todo mundo reunido assim, não.* A fala de Souza é, ao mesmo tempo, triste e curiosa, apontando para a carência de ações integradas e consolidação de redes para o desenvolvimento sociocultural no município.

3.2 O caso Adonias Borges

3.2.1 O artesanato: origem e iniciação

Adonias Borges nasceu em Bizarria da Fazenda Aliança, uma espécie desmembramento de uma grande fazenda de cacau, localizada em Arataca, sul da Bahia. Foi nessa ambiência, ainda durante a infância, que desenvolveu sua habilidade para o artesanato, observando seu pai trabalhar o couro, desde a extração do animal até a etapa de curtir, para fazer pandeiros. Os irmãos também se interessavam, de modo que sempre havia dois olhares para qualquer material natural - o de resíduo e o de matéria-prima, que estimulava a imaginação sobre seu possível aproveitamento. Ele nos conta, em entrevista, que sua primeira experiência artesanal se deu com madeira, fazendo atiradeiras.

Meu irmão vinha fazer feira, montado num burro com caçuas e trazia também borracha de canapu pra gente na roça. Daí eu pegava ganho de madeira e amarrava essas borrachas, fazia estilingues. Mas assim que a borracha acabava eu pegava uma faquinha e começava a entalhar os cabos dos estilingues. Achei pouco e fui fazer o bodoque, que é de índio, com arco, maior, passei a fazer aquele também, para decorar. Tinha também a bala que eu usava com o badoque, pra matar passarinho. Eu fazia de argila mesmo. Inconscientemente eu queimava e ficava mais duro, mas eu não sabia que se queimava mesmo qualquer coisa de argila. Esses foram os meus primeiros artesanatos (BORGES, 2007).

Adonias atribui ao pai o posto de mestre, do qual herdou habilidade e conhecimento sobre métodos artesanais de produção. Tal aprendizado se deu pelo convívio, pela observação, seguido da experimentação para uso apenas pessoal, recreativo. Na medida em que assimilava as técnicas da carpintaria, colaborava para o sustento da família auxiliando o pai.

Meu pai era serrador, fazia cadeira, mesa, fazia tábua, pranchão, fazia secador de cacau, barçaça, cancelas, fazia de tudo. Era um carpinteiro o meu pai, era um artesão. Meus irmãos começaram a fazer violão, artesanato de coco, depois

desistiram, foram trabalhar, naquela época era muito difícil, então tiveram que trocar de área.

A figura paterna é mais do que exemplo de criatividade e talento para Adonias e está presente ao longo de toda sua trajetória. Adonias conta que seu pai, homem forte, corajoso e bastante severo, acumulou com o tempo, muitos distúrbios mentais. Associado a isso, também fez inimizades sociais e políticas, até que um dia foi preso, após muita perseguição policial. Sua mãe, com ajuda das irmãs e de grupos religiosos de Itabuna, mudou-se para São Paulo, dada sua impotência frente às decisões policiais em tempos de ditadura militar.

Aos nove anos de idade, Adonias soube do tratamento que seu pai recebeu na cadeia. Revoltado, se lançou em peregrinação pelo país, alimentado pelo sentimento de vingança. Essa seria uma importante experiência para sua carreira de artesão.

Peguei um saco, desses de estopa, joguei tudo que eu tinha dentro, peguei também um pedaço de mortadela com farinha e fui embora. Sabe Deus pra onde... A primeira estação de trem que eu entrei, fui sair no Brás, em São Paulo. Entrei num vagão de trem, trem de carga, desses de 25 a 30 vagões, e fui embora. Quando o trem parou, uns dois ou três dias depois, eu estava com uma fome louca! Estava no Paraná, em Curitiba. Lá eu descii na praça, pedi comida na lanchonete e me deram, fui nas padarias, trabalhei em padaria... Um dia eu estava andando pela rua e um cara me chamou para eu separar umas miçangas que se espalharam na calçada. Era um desses hippies. Ele me perguntou: “você quer quanto pra juntar essas miçangas?”. Eu disse que estava com fome, e ele disse que era pra eu buscar dois cachorros-quentes e um pedaço de chouriço, que é um pedaço de porco que servia por lá. Eu fiquei feliz, estava com fome! Então ele me perguntou se eu sabia mexer com alicate, me mandou enrolar uns arames, foi me ensinando, ficou meu parceiro. Chama-se Alex Aravenga. Um chileno. Eu acompanhei esse cara por dois anos.

Foi em companhia desse artesão que Adonias aprendeu um vasto repertório de trabalhos manuais, caracterizando-se como seu segundo mestre. Juntos, conheceram muitos lugares, diferentes culturas. Adonias então aprendeu a viver com o trabalho de cada dia, em atividades informais. Produzia em parceria, porém, sem competitividade ou divisão do trabalho: cada um conhecia o processo produtivo do começo ao fim; vendia seus trabalhos de forma direta ao consumidor final; consideravam os trabalhos manuais como fonte de sustento, mais que diversão, arte e desafio (ROCHA, J., 1994; ROCHA, S., 2005)

Com onze anos eu voltei para o Brasil. Fui crescendo, então vim me criar no Rio de Janeiro, depois vim para Minas Gerais, fiz uns cursos lá, me aproveitaram, me pegaram como moleque de rua, comecei a aprender a fazer trabalhos de madeira, acabamentos... Tinha violões, que fabricavam lá no Salão do Encontro, lá em Betim. Isso tem uma história grande, você conhece? Betim tem um projeto que recolhe meninos de rua e ensina a fazer trabalhos, é um projeto muito grande... Ali eu comecei a ver que artesanato tem mais valor, que o hippie é outra coisa, comecei a separar artesanato de bijuteria, comecei a conhecer artes e artesanatos, lá eu fui descobrir essas coisas. Eu sei que eu saí dali tão bem encaminhado que fui trabalhar em Vila Velha, Espírito Santo, eles tinham uma linha de trabalho para encaminhar os que terminavam o curso. E eu vim pra Gianninni. A fábrica de eletrônicos era em São Paulo e a de violões era em Vila Velha, acho que ainda é, até hoje. Eles tinham uma grande loja de instrumentos que ficava em Vila Rubim, na Grande Vitória. Passei a trabalhar aí e desenrolei minha vida. (BORGES, 2007).

Mas Adonias acreditava que era preciso retornar à Bahia e encerrar o sentimento de injustiça sobre seu o ocorrido com seu pai. De volta a Itabuna, Adonias serviu ao Tiro de Guerra. Nas horas vagas, trançava cordas para adornar paredes. O perfil revolucionário de Adonias emerge das descobertas que fez sobre o ocorrido com seu pai ao longo de sua integração a esse grupo militar. Também com sua própria história de resistência: *naquela época hippie era tudo vagabundo, não é? Um dia eu pendurei minhas cordas num pé de cacau, em frente à Rádio Jornal e foi aí que eu apanhei. Eu apanhei da polícia porque pendurei minhas cordas para vender na rua.* Adonias refere esse fato sempre como estímulo para o que tomou como desafio daí em diante: mostrar que artesão tem profissão; que Itabuna possui muitos bons artesãos; mostrar aos artesãos que seus saberes são capazes de sustentá-los e, sobretudo, que era preciso viver intensamente as questões políticas e comunitárias no município.

Sobre o perfil diferenciado do artista, nos falamos Richard Florida e Irene Tinagli (2004), considerando a ascensão de uma classe criativa capaz de gerar desenvolvimento em seus locais de concentração. No momento de escolher uma cidade, um local para viver e trabalhar, esses agentes criativos ponderam, entre outros fatores, as possibilidades de desenvolverem seu talento e entrarem em contato com outros agentes criativos; utilizarem de

novas tecnologias e terem acesso à informação, técnicas e idéias; gozarem de tolerância quanto aos seus diferentes modos de pensar, agir e sentir.

Nesse sentido, Adonias cita como relevante a sua relação com Manacés, que aponta como primeiro artista que conheceu em Itabuna. Manacés se colocava como esquerdista político e artista engajado. Vendia quadros numa barraca de rua, junto à saída do cinema. Em sua companhia, nasceram debates sobre artesanato, mercado e política, os quais incentivaram as primeiras tentativas de organização social e política da classe artesã em Itabuna.

a gente estava na feira e passou Consuelo, Socorro, Magda Simões e Ritinha Porto Coelho Dantas! Me conheceram aqui na Praça do Pontalzinho. Elas quiseram montar um negócio. Eu dei meu endereço, já no bairro Califórnia, e elas foram lá. Acharam bonito o meu trabalho e deram a idéia de cadastrar o pessoal do ramo. Aí eu vim conhecer a prefeitura e consegui um trabalho na então biblioteca pública. [...] Foi aí que eu vim saber o que era a minha história real. Aí eu descobri quem foi Adonias Filho... Adonias Filho era primo da minha mãe... Eu sou primo segundo, sou dessa raiz de Itajuípe... Conheci José Borges, tio Temístocles, também sou parente deles... Descobri essa raiz toda.

Adonias atribui à família importância substancial em sua fixação da região, bem como em sua participação política e comunitária. Tal postura é justificada pelo compromisso assumido com a memória local, que permeia sua produção, articulação social e discurso, como veremos a seguir.

3.2.2 Criatividade, identidade e produção artesanal

Aos 46 anos, Adonias aponta como carro chefe de sua produção os chaveiros de cerâmica com formato de cacau. A escolha é recheada de nostalgia, remontando ao início de sua carreira, quando os chaveiros eram feitos com madeira de cabos de vassouras. Foi por

influência de Souza que Adonias se enveredou pelos caminhos da cerâmica e, atualmente, reúne um variado portfólio.

Há uma linha de produtos utilitários em cerâmica, composta por panelas de barro, canecas, cofres, cinzeiros, porta-treco, chaveiros e jogos de chá em formato de cacau.



FIGURA 23: Chaveiros em formato de cacau. de Adonias Borges.



FIGURA 24: Cofres para moedas em formato de cacau. de Adonias



FIGURA 25: Jogo de chá, de Adonias Borges. Cerâmica.



FIGURA 26: Quebra dos cocos de cacau. de Adonias Borges.

Na linha de reciclagem, os trabalhos são mais variados, destacando-se as esculturas de cacaeiros, com presença de trabalhadores ilustrando a colheita, a quebra dos cocos, sempre acompanhados de animais como o cachorro e a mula. Aqui também encontramos objetos utilitários, a exemplo de porta canetas, porta cartões, mini cacaeiros etc. Suas personagens

têm cor de pele negra, narizes redondos e avantajados, corpos pequenos e delgados. Usam roupas coloridas e simples e chapéu cor de palha. São predominantemente do sexo masculino, acompanhados de animais, cães ou mulas, de corpos volumosos e feições simpáticas.

Há ainda a produção de trançados em cordas de sisal, móveis esculpidos em madeira, com uso de cabaças e coitéis. Na linha de decoração de imóveis, há os painéis em alto relevo, feitos em concreto, com cenas representando passagens do cotidiano rural e o trabalho do peão. A fachada e interior do SAG são exemplos dessa produção, ímpar na região.



FIGURA 27: Artesanato em cordas de sisal, de Adonias Borges.



FIGURA 28: Decoração de paredes em alto relevo, de Adonias Borges. Interior do SAG.



FIGURA 29: Adonias Borges, SAG, Itabuna.

Destaca-se a cor verde e, com maior intensidade em todo o trabalho de Adonias, o amarelo-ouro dos cocos de cacau. No caso de Adonias, verificamos o aspecto criativo na combinação de imagens, memórias, habilidades e materiais disponíveis, num processo complexo de inovação (LIMA, C., 2007). Mais que isso, está vinculado à percepção que ele tem de si perante aos demais (LESSA, 2000). Adonias justifica a escolha pelos temas do cacau por sua identificação como um *ruralista de coração*, assunto sobre o qual argumenta:

quando vocês falam do peão, falem com carinho porque quando você planta um pé de cacau, ele é eterno. Quem seria o homem para viver metade da vida de um pé de cacau? Chocolate é delícia nos Estados Unidos, na Europa? É. E o chocolate, quem foi que plantou? Quem sustentou essa região? Quem construiu o Pólo Petroquímico de Camaçari? Então eu valorizo o meu peão, valorizo os meus jegues, minhas mulas, valorizo o meu vira-lata, o cachorrinho que Souza trabalha tanto... (BORGES, 2007).

Para o artesão, ver seu trabalho pronto é o mesmo que ver um filho recém nascido. *A arte é meu filho!* Ela carrega os significados que ele construiu ao longo de sua vivência e enriquece também a história da região, rememorando os símbolos da tradição do trabalho com o cacau, dos costumes locais, das pessoas que nasceram nessa região. Ao mesmo tempo em que realiza seu trabalho, o artesão experimenta novas possibilidades, materiais, dimensões, junções, associando, à atividade produtiva, estudo e lazer (DE MASI, 2002).

Adonias também constrói seu trabalho operacionando os atos de fingir (ISER, 1997) que instauram uma “realidade imaginária”, com base no patrimônio histórico da cultura cacauzeira. Pelos atos de *seleção e combinação*, são reunidos recortes da memória do artesão, das influências dos deslocamentos vividos, das referências simbólicas das diferentes situações relacionadas, as quais permitem o *desnudamento*, ou seja, a realização do “textoartesanato”.

Isso exemplifica o pensamento de Luis Stolovich (2003) sobre a especificidade do bem cultural, a qual, à diferença do que ocorre com outros bens industriais, está em cada

mercadoria cultural ter um valor de uso ligado à personalidade dos criadores ou trabalhadores culturais que a conceberam.

Assim como Souza, Adonias se fixou na cidade, mas não adaptou à ambiência urbana o seu tema de trabalho. Para Adonias, o contato com a cidade despertou o sentimento de pertença a uma comunidade e o espírito cidadão. Foram 19 anos dedicados ao bairro Monte Cristo, em Itabuna, lutando por melhorias sociais e estruturais, atuando em trabalhos comunitários.

Há cerca de um ano e meio vivendo em Ilhéus, Adonias está motivando um grupo a aprender a arte da cerâmica como estratégia para a sustentabilidade frente ao fluxo turístico. Também busca o diálogo com o poder público para solucionar os graves problemas sociais que existem na zona sul da cidade. Toda sua carreira é atravessada por objetivos comunitários, ligando questões políticas à produção artesanal. Para ele, o artesanato é garantia de liberdade, tanto de expressão quanto econômica.

Adonias também salienta a evolução de seu trabalho em termos de matéria-prima frente às questões ecológicas que emergiram nos últimos anos. Para o artesão, a Mata Atlântica é fonte de recursos e deve ser respeitada, valorizada. Ele aponta como principal matéria-prima local um tipo de semente, chamada popularmente de “olho de boi”.

Ela vem de uma árvore típica daqui da região, do sertão, mas no sertão não tem mais, só tem aqui nessa região. Ela é boa para fazer esses enfeites em trabalhos com corda. Essa é uma das matérias-primas principais do meu trabalho. A madeira que eu gosto de trabalhar daqui é chamada roxinho, mas já está em extinção. A bomba d'água, também é típica da Mata Atlântica também... mas hoje, a maioria dos meus trabalhos é mesmo de reciclagem e argila. (BORGES, 2007).

E diz que está pesquisando alternativas para reciclar garrafas *pet*, palha de milho e casca de coco, que são materiais pelos quais não é preciso pagar, são encontrados praticamente em todos os lugares da região, a custo zero.

Adonias diz não ter horário ou data determinadas para produzir. Ao contrário, ele considera importante haver intervalos entre os dias de produção e os dias em que sai para vender ou resolver questões pessoais. Como descreve Octávio Paz, a jornada de trabalho do artesão “não está dividida por um horário rígido, mas por um ritmo que tem a ver mais com o do corpo e da sensibilidade do que com as necessidades abstratas da produção” (1991, p. 8). Assim, Adonias afirma que, quando se recolhe em seu ateliê, chega a construir cerca de 300 chaveiros em formato de cacau num mesmo dia. Há também um tipo de cofre para moedas em formato de cacau, com aproximadamente 20 cm, do qual ele consegue fazer, à mão, cerca de 20 por dia. Se utilizar o recurso do torno, esse número cresce para 150, num só dia.

Nos meses em que há aumento da visitação turística na região – junho, julho, dezembro e janeiro - a produção diminui, ao mesmo modo que Souza. Ele diz também que trabalha de forma fragmentada. Num momento, produz o adorno, em outro, a base, em outro, se dedica à etapa de montagem. Portanto, a linha de produção obedece a um ritmo completamente pessoal (LIMA, R., 2005), cujo processo é, em todo, dominado pelo artesão.

3.2.3 Direitos de autor e circulação do conhecimento

Ao mesmo modo da entrevista com Souza, questionamos Adonias acerca do conhecimento sobre as leis que protegem os direitos autorais de bens culturais no Brasil (BELAS, C., 2004; HOLLANDA, 2007).

Adonias diz *ter fome* de proteção legal para o seu trabalho, mas se queixa sobre a falta informação ao cargo das leis de propriedade intelectual junto ao seu grupo:

Eu ainda não sei como se faz isso. Eu tenho até uma idéia, mas não tenho a informação básica. Eu não sei se é o Core... Eu estive no INPI, mas eu tive poucas conversas com a diretoria, foi quando eu quis registrar a marca Artesanato Gapiúna. Mas foi uma época em que eu estava muito atarefado, então eu perdi muito por não ter aproveitado esse momento (BORGES, 2007).

Também acredita que para isso seja necessário reunir uma reserva financeira, ainda indisponível. De fato, é preciso comparecer com uma taxa para reivindicação (R\$ 140,00, podendo cair para R\$55,00 no caso de pessoa física) e também pagar uma anuidade pelo registro, porém, isso só se aplica aos casos de patente - invenção ou modelo de utilidade, marca, desenho industrial, indicações geográficas - junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INSTITUTO... s/d.).

Nos casos de obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia ou arte cinética, a proteção se dá por meio dos direitos autorais, concedidos pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (BELAS, C., 2004.). Esses direitos também se aplicam sobre obras literárias, composições musicais, produção cinematográfica, paisagismo, arquitetura e engenharia, projetos e esboços geográficos, programas de computador e domínios da internet.

O registro das chamadas “obras de artes plásticas, fotográficas e de arte aplicada” também implica em pagamentos de emolumentos (ESCOLA..., 2007). Há uma taxa correspondente a R\$ 70,00, seja pessoa física ou jurídica, referente ao registro; outra de igual valor pela segunda via do pedido; mais R\$ 110,00 a serem pagos pela averbação e, ainda, outra taxa no valor de R\$ 260,00 pela busca referente a um período de três anos, no intuito de verificar a existência de registro anterior sobre o que se deseja proteger.

Assim como Souza, Adonias se posiciona a favor da proteção à produção cultural: *Ela deve ser protegida, preservada e memorizada. Ritinha [Dantas] há uns cinco ou seis anos, me deu essa idéia e eu comecei a pensar nisso, mas aqui tem pouca informação.* A preocupação de Adonias tem fundamento no sentido de que, quando o artesão desenvolve seu próprio estilo

ou um produto resultante de pesquisa e experimentos, não há como garantir que competidores venham a copiá-lo, abreviando o processo de concepção para investir apenas na produção e comercialização.

As idéias de Adonias sobre o resguardo da criação cultural encontram conformidade junto às políticas de proteção ao patrimônio imaterial. As manifestações da cultura brasileira que se categorizam como “saberes”, modos de fazer ligados ao cotidiano coletivo; “celebrações”, como rituais, festas, divertimentos, religiosidades; “lugares” onde se concentram e reproduzem manifestações populares e, por fim, as “formas de expressão”, a exemplo da literatura, da música, formas plásticas lúdicas etc. podem vir a ser registradas em livros do patrimônio imaterial, conforme o Decreto nº. 3.551, de 4 de agosto de 2000.

Após a identificação do bem cultural popular, dá-se o processo de pesquisa para construção de inventário, seguido de registro e documentação. Uma vez reconhecidos como tal, tornam-se prioridade junto ao Programa Nacional do Patrimônio Imaterial, que prevê a formulação de ações para a valorização e difusão do conhecimento sobre o bem registrado.

De um modo geral, a proteção do patrimônio imaterial dá conta de criações de ordem coletiva, comunitária, sobre a qual os direitos de propriedade intelectual ainda não estão definidos por lei. Um exemplo está no trabalho de Adonias: as técnicas para modelagem em argila são milenares, de modo que não se pode identificar um criador. Sobre esse saber fazer é possível apenas registro como patrimônio imaterial brasileiro, desde que haja continuidade e características específicas, que o vincule a um determinado grupo. Assim ocorre com o jeito de fazer acarajé (BA), de fazer viola-de-cocho e o ofício das paneleiras de Goiabeiras (ES)

O PNPI prevê a instauração de mecanismos de fomento às manifestações registradas, como suporte financeiro e medidas para a transmissão do conhecimento sobre produção, visando sua continuidade e ampliação do campo de trabalho para essas comunidades.

Mais uma vez, encontramos concordância com o pensamento de Adonias, uma vez que é nesse sentido que ele se esforça em difundir as técnicas da cerâmica e formar mão de obra para, futuramente, fundar uma cooperativa de artesanato na região. Atualmente, essas pessoas produzem de forma isolada, cada qual com seu estilo e, aqui, rompe-se com a proposta do programa, que recai apenas sobre grupos comunitários produtivos, com idiossincrasias locais.

Adonias afirma não ser uma “cópia” de Souza, mas um seguidor, com a diferença de se preocupar em divulgar o seu nome, envolvendo-se em movimentos sociais. Mesmo esbarrando no desrespeito à autoria, devido à falta de acesso à informação e incentivos sobre os custos para o registro da inovação nos moldes da atual legislação brasileira, a transmissão do conhecimento é, na visão de Adonias, fundamental e prioritária para a sustentabilidade do produtor e da produção cultural regional.

3.2.4 Processo e sustentabilidade

Vejamos nesta etapa de nosso estudo, como Adonias vivencia o conceito de processo, no sentido de articulações comunitárias e políticas para o desenvolvimento local. Vamos conhecer como ele interage com as entidades relevantes para a cultura e o turismo em Itabuna junto aos setores público, privado e terceiros setor, entrevistadas no capítulo segundo. Também buscamos saber sobre sua visão acerca do mercado local para a produção de artesanato e questões ligadas à sustentabilidade do artesão.

Adonias acredita na importância de se integrar à comunidade e foi esse pensamento que o guiou para a união e fortalecimento do grupo de artesãos de Itabuna durante a década de oitenta. Na ocasião de seu retorno à Itabuna, Adonias descobriu, com o apoio da Fundação de

Itabunense de Cultura e Cidadania, recém criada, que era possível reunir os artesãos de Itabuna em torno de um objetivo coletivo, mobilizando o poder social local e o poder político local (FISCHER, 1993; 2002)

Nós montamos uma feira de artesanato na Praça dos Capuchinhos, no bairro Conceição. O pessoal passava, olhava, só comia doce e bebia licor e mais nada! Não compravam nada. Crochê, fuxico, trabalhos de madeira, essas coisas ninguém nem olhava! Eu comecei então a fazer cacau de madeira nos cabos de vassoura. Pegava no lixo, usava uma faquinha e mandava ver. Fui fazendo umas coisas diferentes e comecei a vender na feira. Depois chamaram a gente para fazer uma feira de colégio em colégio. A segunda feira foi no colégio Firmino Alves, no bairro de Fátima. Deu uma chuva com vento, trovoadas, derrubou as barracas... Foi aquela bagunça no meio da feira, mas eu dizia: não vamos desistir, não, vamos fazer outra feira! A terceira feira foi no São Caetano, em frente à igreja. De lá fomos, na quarta feira, para o bairro Santo Antônio. Fizemos a quinta feira em Ferradas e aquele grupo de artesãos foi se fortalecendo, acompanhando a Secretaria de Cultura, que naquela época era de Ritinha, quando Ubaldo Dantas foi prefeito pela primeira vez (BORGES, 2007).

E foi nesse contexto que nasceu a Associação Itabunense de Artesãos.

e então Ritinha me disse: “vamos fundar uma associação?”. Então juntamos aqui eu, Souza, Walfrido, Aurenice, Genny Xavier, Lena, Conceição, um monte de gente... Fomos lutando. Qual era a idéia? Cadastrar todos os outros que fazem algum tipo de artesanato! Ou então, em todos os bairros, passar em uma quantidade de ruas e aí vai trazendo a informação e chamando todo mundo pra cá. Fizemos isso. Montamos uma feira grande na Praça da Igreja São José. Foi um sucesso! Muita gente, botamos uma capoeira pelo meio, os músicos vinham, José Delmo, Ramón Vane, que naquela época eram daqui, muito barulho, muito samba... Tinham muita gente boa, Sabará, na bateria... Aí eu fui conhecendo muita gente, tipo Genny Xavier, que fazia licores e depois conseguiu se formar professora, Magda Simões... Foi assim que nasceu a Diretoria de Cultura, mudou um pouco da Secretaria e a coisa foi se esticando. Então montamos uma associação. Primeira presidente: Magda Simões. Eu era da Diretoria. Eu conheci Charles Henri. Ah, ele jogava todo mundo lá pra cima, botava a maior pilha! Conheci Gica, que também é uma pessoa muito boa, começou a chamar o pessoal do teatro, o pessoal da música, fazer uns eventos... E aí a associação dos artesãos vai lá pra frente! Daí veio o segundo mandato. Presidente: Souza. Souza não queria aceitar porque não tinha conhecimento sobre o cargo e aí me chamou para assumir a diretoria dele, foi aquele barulho (BORGES, 2007).

Os esforços pela cultura não ficaram no plano da mobilização. A *Aiart* cresceu, Ubaldo Dantas criou a Casa do Artesão, no espaço onde ficava a antiga cadeia pública, mas Fernando Gomes ganhou a prefeitura, começou a nos perseguir e eu não podia fazer mais nada. Como a Casa do artesão já existia, ficou abandonada por um tempo... (BORGES,

2007). Outros espaços serviram ao grupo, por influência de Adonias, como o antigo prédio do Banco Econômico, depois o do Bradesco e até a Galeria Walker Moreira, na Praça Olinto Leone.

Com a gestão pública referente ao período 2000-2004, nasceram a AME e a marca Artesanato Grapiúna, o Seminário Artesanato e Qualidade, o espaço *Shopping* do Artesanato Grapiúna, a parceria com o Instituto Mauá, em Salvador, todos com forte presença de Adonias. Eventos na Uesc também dispararam algumas parcerias com o setor privado, ou poder econômico local (FISCHER, 1993; 2002) e Adonias, que já havia concluído os estudos do ensino médio, deu atenção ao quesito empreendedor que ainda precisava desenvolver.

Ao longo da entrevista, ele citou um apanhado de organizações para além da Aiart nas quais atuou de forma profunda e transformadora. São associações de bairros, oficinas de cerâmica, grupos de terapias ocupacionais, decoração de empreendimentos e espaços culturais.

Ele afirma que os problemas sociais da região são muitos e são graves: dependência química, desemprego, falta de oportunidade para aprender uma profissão e, diante desse quadro, diz já ter ajudado muitas famílias a se estruturarem a partir do artesanato, destacando *que na minha profissão o empregado vira patrão e vai viver sozinho e por aí vai!*

Hoje eu já estou exportando, modéstia à parte [...]. Eu exporto chaveiros. Amuleto da sorte eu também exporto. É uma miniatura de cacau que se dá ao passageiro quando entra no avião. Ele tem uns dizeres, uns versos explicando o que é o amuleto de cacau, lembrando do nosso cacau e do nosso chocolate delicioso... Não sabendo que essas miniaturas sustentam tanta gente do lado de lá, na ponta. De repente, se tem uma matéria-prima, se tem uma mercadoria e isso já se transforma numa cesta básica, o cara já tem sua vida, rodando sozinho. É melhor fazer isso do que ficar nas esquinas, nas ruas, roubando alguém, cheirando droga, arrumando filho, engravidando nas esquinas, que hoje se faz muito isso. É uma loucura! (BORGES, 2007).

Seu objetivo é eternizar em seu trabalho o seu nome e a sua história, distribuindo-o em variados espaços da cidade, chamando a atenção das pessoas - nativos ou visitantes - para a riqueza cultural regional.

Nestes últimos, deixou mais que seu nome porque buscou difundir a história do trabalhador do cacau e o fez em nível internacional. Adonias fala com motivação que conhece bem seu público-alvo:

Turistas! Os turistas gostam de cacau, de chocolate, querem saber da minha história, quem sou eu... [risos] Todo mundo que gosta de cacau é meu cliente. Pessoas que gostam de decorar uma loja ou imortalizar, contar a história, pela preservação dos costumes, da raiz do povo, gostam do meu trabalho. Eu gosto disso, até porque meu pai não viu o que ele plantou. Apesar de eu ter nove irmãos, oito estão fora do contexto Bahia e na Bahia só tem eu fazendo isso da minha família. E eu plantei, incentivei muita gente a trabalhar o cacau, Souza, um bocado de gente, uns trinta alunos bons, todo mundo faz cacau também, cada um na sua linha, cada um tem sua vida.

Sobre isso, pondera Reis (2007, p. 94) que “o artista, quando se entende não só como um criador, mas também como o produtor de uma obra que será apreciada por alguém” passa a considerá-la para além de um processo artístico e estabelecer aí um veículo de comunicação intercultural, uma forma de compartilhar uma mensagem. É nesse sentido que Adonias afirma se orgulhar em fazer parte de uma rede e exportar seu trabalho.

Essa expansão se deu através de uma parceria com um empresário paulista que montou uma loja de artesanato no aeroporto de Ilhéus. Em ponto estratégico, foi fácil dialogar com empresas de transporte aéreo e oferecer artesanato, de qualidade, aos clientes que embarcam nos aviões. São os chamados “amuletos da prosperidade”.



FIGURA 30: Amuleto da prosperidade, de Adonias Borges. Cerâmica
Fonte: <http://www.costadocacau.com.br/pt/catalogo.php>

Mas Adonias não se contentou. Buscou a Associação dos Profissionais do Cacau Fino e Especial (APCFE), presidida por empreendedores franceses que apostam em produção de cacau orgânico na região Sul-baiana. Dessa parceria, os resultados foram os melhores: exportação de cerca de mil chaveiros de cacau, em média, três vezes ao ano, para Turim, na Itália, e também para a França. A parceria é estratégica no sentido de que esses países são grandes consumidores do cacau grapiúna e promovem festivais internacionais do chocolate.

Adonias diz que gosta muito de participar de eventos e feiras, mas que, atualmente, vem se dedicando com afinco ao seu ateliê, de modo que não encontra tempo disponível para viajar. Mas diz ter aproveitado bastante a fase em que o Sebrae e a AME incentivaram os integrantes da Aiart a se capacitar, assistindo a um curso de Cooperativismo, Associativismo e Técnicas de vendas, todos entre 2000 e 2003. *Comecei a formatar coisas e descobri que eu já era um empresário, só faltava me organizar como tal.* Perguntamos se Adonias, adotando essa postura, recebeu patrocínio de alguma empresa, personalidade ou organização não governamental.

Não, não. Eu tive um primeiro financiamento, não foi aqui, foi com a LBA, Legião Brasileira de Assistência, quando o presidente era Fernando Collor de Melo. Naquela eu recebi 75 mil cruzeiros pelo Banco do Brasil e investi tudo em corda de sisal. Eu pagava esse financiamento com materiais feitos para instituições, que eram as creches. Fazia berços, estantes para colocar as coisas dos bebês. Foram oito anos trabalhando. Hoje eu trabalho com o Banco Popular e trabalho com dinheiro do Bradesco, com crédito pessoal. Eu nunca tive nenhum mecenas, meu parceiro é a Costa do Cacau, com o Afonso, ele é empresário, é administrador. Mas ele não responde às minhas necessidades, então eu tenho que buscar outros clientes (BORGES, 2007).

Sobre a sua relação com a Aiart, hoje, ele diz:

quem eu deixei no meu posto não administrou como eu gostaria que fosse e, também, eu não tinha maiores conhecimentos para aplicar. Eu tinha desconfiança de que alguém mais culto, mais estudado, pegasse a Aiart e transformasse em cabide político. Isso era justamente o que eu não queria. Eu estou satisfeito porque aqui não tem vínculo político, apesar de ter apoio do governo. Eu quero um apoio obrigatório, pela lei, não apoio de acordo ou por que gosta de artesão.

Adonias esclarece que, durante o período em que se manteve apenas como sócio da Aiart, buscou se informar e fez parceiros para retornar à presidência e impulsionar a entidade frente às políticas culturais federais, como a Lei Rouanet (Lei 8.313, de 23/12/ 1991)

Fernando Caldas me deu a dica dessa lei em 2002. Foi quando eu passei a conhecer. Depois conheci o projeto Artesãos do Brasil. Depois teve o Encantarte também... Aí eu fui me desenrolando. Foi aí que eu me juntei com Marcos Andrade e fizemos o Seminário de Artesanato Grapiúna. Lá teve muita informação, mais de trinta entidades participando, chegaram mil e setecentas pessoas, em três dias de seminário. Ninguém nunca tinha feito uma proeza dessa aqui. Fui até Brasília, para a Câmara dos Deputados. Chegando lá, exibi logo o bânner da Aiart! Primeira instituição de artesanato do Brasil que chegou até o Congresso! Levando projetos, ideais, artesanatos. Gilberto Gil nos abraçou e chorou. [...] Eu quero dar o remédio ao filho que eu criei para que ele viva com mais saúde. De posse desses conhecimentos que eu adquiri quando me afastei, nestes quatro anos atrás, eu vou vim para cá mais forte. Vou ter mais apoio aqui dentro. A maioria quer que eu volte. Você conhece nossa carteira de artesão? Agora eu quero uma carteira de validade nacional, protegida pela lei Rouanet. Gilberto Gil me garantiu isso, mas disse que está faltando recurso, não tem orçamento (BORGES, 2007).

Quando perguntado sobre sua relação com a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania, Adonias foi enfático: *eu não tenho relação com a Ficc. Desconheço a Ficc. Ficc aqui chama-se Márcia Leal, que foi balconista, foi zeladora, foi vendedora e hoje é a nossa gerente, confio muito, é o pivô da Aiart.* Adonias enfatiza sua aversão à postura da atual administração municipal, especialmente no setor cultural. O mesmo ocorre quando perguntado sobre sua relação com o Sebrae.

Hoje, não. Eu me afastei porque quando eu cheguei ao Sebrae eu briguei muito com eles. Eles falam que dão apoio, mas o apoio deles é só logístico, não apoio de fato, de verdade, o programa artesanato, não tem; incentivo ao artesão, não tem nenhum; então para mim não existe. Quer Sebrae? É cabide de empregos. Não dá para mim, não. Sebrae para mim não existe. É um órgão que eu condeno.

Mas em relação à Secretaria de Agricultura e Turismo, Adonias afirma haver uma parceria, referente à gestão municipal no período 2000-2004, e reconhece a importância dos resultados que ela gerou, embora não a considere como entidade diretamente responsável pela causa dos artesãos.

Essa foi a que mais ajudou o artesão aqui. O maior apoio veio deles. Apesar de ser diferenciado, mas a gente vê que foi apoio logístico. Inclusive com relação a Uruçuca, Itajuípe, Camacã, Ilhéus, Coaraci, Itapé e até Ibicarai também. Ter o transporte já é muita coisa. Dar uma barraca já é muita coisa, dar alimentação já é muita coisa porque o artesão não tem nada. Ele tem só uma mercadoria que ele vai vender nas feiras desses municípios para levar para casa. Às vezes nem vende e tem que voltar com a ajuda dos colegas. Até há certo tempo, o artesão não tinha nem passagem para ir. [...] É toda uma história de sofrimento, mas que enriqueceu, essas pessoas não precisam mais disso hoje. Eles estão em um nível melhor. Eu podia te dar uma lista de quantos hoje são empresários... E continuam aqui.

Sobre a Secretaria de Educação e Cultura, Adonias, mais uma vez, destacou a parceria que aconteceu durante a gestão municipal referente a 2000-2004.

Já tivemos, tivemos um contato bom. Fizemos o projeto Ser Grapiúna, que foi onde eu me enriqueci bastante como artesão. Eu já era artesão, mas quando você passa a ensinar, automaticamente você aprende, é uma troca. E eu captei essa troca, na zona rural. Isso foi em 2000... Quando Adeum Sauer era secretário. Foi um projeto tão bonito... Muito bem elaborado. Ele deu uma entrevista na rádio Sociedade de Salvador, ele está com gás, está preparado para trabalhar no cargo que recebeu no Estado. Ele me dizia: “Adonias, fazer cerâmica não é enrolar barro, não é fazer cacauzinho, uma panelinha... Fazer cerâmica é contar a história da humanidade. Pesquise os persas, os egípcios...”. Depois disso eu procurei Fernando Caldas, Genny Xavier, conversei com eles e passei a ver as coisas diferente. E quando eu fui mostrar cerâmica na zona rural foi um sucesso total. Eu trabalhei no caíque, no bairro Jardim Primavera. Sucesso total. Depois fui para o Maria Pinheiro. Pegou fogo! Pedro Gerônimo também. Se empolgaram tanto que me jogaram para Ferradas. Topei com artesão nato! Menino que pega o barro e faz! Depois fui para Itamaracá. Lá eu tomei um show de artesanato. Dentro da roça, menino que monta a cavalo em pêlo... Me deram um show de artesanato! Eu nunca vi trabalho de tampa de garrafas tão bem feitos. Tapetes com tiras de plástico... Eu me perguntei: o que eu vim fazer aqui? Tomar aulas? (BORGES, 2007).

O bloco de perguntas a seguir vem sondar o mercado (BENI, 2000; REIS, 2007; PETROCCHI, 1999) através da visão do artesão. Perguntamos a Adonias quais as potencialidades que Itabuna oferece ao seu trabalho. Ele acredita que há uma infinidade de matérias-primas oferecidas gratuitamente e que, todavia, não são aproveitadas. *Tudo que está perdido aí na natureza é fonte de renda desperdiçada.* O posicionamento de Adonias é de buscar o conhecimento sobre o patrimônio natural, encontrar opções para o reaproveitamento daquilo que a natureza não absorve de todo, como sementes e folhas, madeiras e pigmentos

para a produção de novos produtos. A idéia é de valorizar esse legado e encontrar formas de ocupar a mão-de-obra excedente na região.

No mesmo sentido, há que se ter cautela quanto ao uso de fontes naturais. O artesão sabe que as ameaças estão também no uso desordenado de recursos da Mata Atlântica.

quando se fala em argila, se fala em Mata Atlântica... E então, o que vamos fazer amanhã? Isso é a nossa história. Se você fizer replantio da Mata Atlântica o barro vai continuar a existir. Agora se vai fabricar o quê, se a indústria vem tomando espaço, fabricando tudo? Tudo é plástico, tudo é pet... (BORGES, 2007).

Quando fala em utilizar os recursos da mata, Adonias deixa claro que está falando em consciência ambiental, em reverência ao legado natural. Para o artesão, conhecer esse patrimônio é uma forma de induzir ao respeito e à parcimônia quanto à extração de materiais para fins comerciais.

Em termos econômicos, Adonias também fala com certo descontentamento. O artesão diz que a renda obtida com artesanato só satisfaz em 30% às suas expectativas. Mesmo assim, ele insiste em ter essa opção como principal atividade econômica, alternando apenas com decoração, o que considera como mesmo ramo de ocupação.

Quando citamos o exemplo do projeto de Conceição das Crioulas (REIS, 2005), com base nos preceitos da Economia Criativa, Adonias demonstrou de pronto interesse, embora não conheça exemplo congênere na região.

Eu já ouvi falar mais ou menos em Economia Criativa, mas eu quero mais informação, eu estou meio desligado... Até pelas questões de família, eu acabei me afastando muito das novidades, tive que deixar Itabuna, agora é que estou me recuperando de novo... Como é bom poder falar com você sobre essas coisas... Eu tenho essa visão, desse projeto que você falou. Adeum Sauer também tem essa visão, falava em Economia Solidária. Tanto ele como o próprio Geraldo Simões, têm essa visão... O que falta é mão-de-obra específica para isso. Até na Universidade a gente tem dificuldade em encontrar essa mão-de-obra. Porque chamam a mim, Adonias, um mero artesão para dar um curso desses? Porque eu não vivo da minha renda, não vivo, não. Eu tenho as minhas dificuldades, como qualquer um, mas se eu for olhar para quem está desempregado, eu me sinto no apogeu! (BORGES, 2007).

E destaca sua preocupação com as raízes culturais frente às questões econômicas:

Eu sei que as comunidades daqui têm sua história, suas raízes, têm seus costumes, e eu não acho certo impor uma situação para elas. Eu mostro que eu tenho um meio, mas esse meio que eu estou mostrando, que é o meu pequeno conhecimento, tem que respeitar o que eu encontro pela frente. Eu vou descobrir que uma senhora dessas comunidades tem muito mais conhecimento e é ali que eu vou colher, é no saber dela que eu vou buscar uma raiz e de repente nós estamos fazendo coisas maravilhosas! Faz pouco tempo a Ceplac mandou aqui uns escultores de Brasília para dar uns cursos... Foi uma pena porque a maioria dos artesãos não pôde participar, estavam ocupados, mas eu tive o prazer de ir lá. Quando eu cheguei me perguntaram: “o que você, Adonias, está fazendo aqui no meu curso?”. Eu disse que tinha ido aprender a fazer cerâmica. Acabei expulso do curso, brincaram comigo [risos]. Particpei bem, foi tranquilo... Mostrei para eles o meu cacau que é diferente e todos ficaram com vontade de fazer diferente também.

É nesse âmbito que percebemos a satisfação com que Adonias trata o seu ramo de trabalho e, mais que isso, o cuidado com que observa e representa a sua cultura. Como coloca Luiz Beltrão (1971) acerca da obra de Mestre Vitalino, esse é um trabalho que transmite o querer e o sentir do povo do qual emerge o artesão. Adonias se preocupa em conhecer as pessoas, em ouvir histórias e multiplicar o seu conhecimento e repertório temático, ampliando também o número de artesãos na região. Embora tenha vivido a fase de evasão do campo para as cidades, ele faz questão de ilustrar o cotidiano rural e as cenas do trabalho com o cacau, observadas durante sua infância.

Como coloca Trevisan (2006, p. 15),

O local, a comunidade que envolve o local e a participação da comunidade nos processos que levam à criação de condições favoráveis para um turismo sustentável a partir do patrimônio natural e/ou cultural têm como variável interveniente a construção de uma identidade da comunidade consigo mesma e com o local. A identidade da comunidade consigo mesma acontece quando os seus integrantes se reconhecem como pertencentes a ela em função de um conjunto de afinidades comuns. A identidade da comunidade com o local ocorre quando um conjunto de características físicas e culturais pertencentes ao espaço em que se situa a comunidade é reconhecida por seus membros, individual e coletivamente, como a eles pertencentes e, por isto, como sendo de sua responsabilidade zelar por elas. A sensação de pertencimento leva à participação espontânea, ou à reivindicação por ela quando pessoas ou grupos se sentirem isolados dos processos que levam à tomada de decisões no âmbito comunitário, especialmente quando os significados coletivos não forem respeitados.

Essas considerações estão presentes no pensamento de Adonias e se difundem através da lógica de sua produção – no caso da identidade do sujeito, entre os sujeitos e para com o local - e de suas articulações políticas e comunitárias, que levam a discutir a participação e os cuidados sobre o local e suas peculiaridades.

Sobre as lógicas dos agentes culturais, Stolovich (2003, p. 242) escreve que um produtor de bens culturais pode estar vinculado a diferentes motivações, sendo a primeira o “amor à arte”. Nesse sentido, a produção é um fim em si, uma realização pessoal resultante do desenvolvimento da criatividade, trazendo remunerações simbólicas que fortalecem, direta ou indiretamente, uma imagem de si e do outro, de forma relacional. Aqui encontramos a produção da diversidade e a atribuição de significados.

Em seguida, temos a lógica da rentabilidade, da cultura como negócio com objetivos lucrativos. É nesse instante que figuram os empreendimentos e os mecanismos de financiamento e distribuição de bens e serviços culturais.

A terceira lógica citada por Stolovich é a da sobrevivência, ou a lógica da cultura como meio de vida. É a lógica de que fala Sebastião Rocha quando cita o artesão como “sujeito e objeto de seu trabalho” (2005), ou seja, como artífice, criador, e mantenedor de forma lúdica de sustentabilidade e de realização pessoal.

Temos ainda a lógica político-ideológica, em que a cultura funciona como veículo de comunicação de idéias e valores. O artesanato então estaria no âmbito da comunicação intercultural, da coesão social participação política, da valorização de um referente do passado que ainda tem fortes marcas sobre o presente.

Por fim, o autor fala da lógica da promoção cultural, ou seja, da cultura como fator estratégico do desenvolvimento social, com a construção da cidadania, de identidades.

Consideramos que Adonias transita entre todas as lógicas descritas por Stolovich, com especial atenção para o amor à arte e a político-ideológica.

Assim, acreditamos ainda que a postura de Adonias contribua para o desenvolvimento do turismo em Itabuna, pensando no sentido de que este venha a melhorar a qualidade de vida, a oferta cultural local e o reconhecimento do artesanato como singular do ponto de vista identitário. Adonias também busca que essa produção seja trabalhada como atrativo turístico e que possa melhorar a estrutura e as condições do local, gerando renda efetiva e constante.

A postura de Souza também pode vir a contribuir para esses fins, pelo exemplo de persistência na carreira e vínculo com as suas origens. Também pela dedicação e esforço no desenvolvimento de sua obra como produto, experimentando diferentes materiais, formas, cores, técnicas, até definir um estilo marcante, pessoal, fruto da exploração de seu potencial criativo para a sustentabilidade e difusão da cultural local.

Ambos acreditam na importância da difusão do conhecimento para o fortalecimento da classe através do aperfeiçoamento dos produtos, porém, reconhecem que é importante limitar a circulação dos saberes no sentido de evitar a reprodução de suas criações por pessoas que não viveram a fase de pesquisa e desenvolvimento de protótipos até o produto final.

Adonias é parte da geração posterior à que pertence Souza e, portanto, apresenta mais características empreendedoras que o seu companheiro de profissão. Enquanto Souza produz em seu ateliê, solitariamente, Adonias busca se aproximar das pessoas: promove oficinas de cerâmica, participa de organizações comunitárias, gosta de expor o processo de criação. Souza tem comportamento diplomático e passivo quanto às questões políticas, enquanto Adonias se classifica como militante do partido dos trabalhadores (PT) e é veemente na afirmação de uma postura que privilegia ao coletivo. Souza prefere a venda direta ao consumidor, gosta de conversar com o cliente. Adonias busca firmar parcerias com instituições públicas e empresas do ramo para distribuição e exportação de artesanato.

O que temos então são dois exemplos de uso da criatividade para o desenvolvimento, impregnados, cada um, de características peculiares a gerações diferentes que, todavia, nos

oferecem contribuições para pensar em opções de melhorias sociais, políticas, econômicas e, sobretudo, na visibilidade e promoção da cultura local frente a um movimento de globalização acelerada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

**Mas o essencial não é sonhar, hoje, com um
prestígio de ontem ou de amanhã.
É saber fazer a história de que temos hoje
necessidade**

Jacques le Goff e Pierre Nora

Vimos que, para a Economia Criativa, uma proposta de desenvolvimento sustentável está diretamente ligada à elaboração de um conjunto de estratégias que considere, prioritariamente, a valorização da criatividade e da cultura local, a proteção aos direitos autorais e a integração entre setor público, privado e não governamental. Em sua interface com o turismo, a Economia Criativa põe em condição de destaque a participação da comunidade na tomada de decisões ao longo de todo o processo de planejamento e implementação, avaliação e controle das atividades, ou seja, há que se trabalhar de forma sistêmica e integrada.

Os resultados obtidos junto aos agentes sociais relevantes para a cultura e o turismo no município de Itabuna sustentam a conclusão geral de que a mudança de evento a processo ainda se encontra em fase embrionária.

No setor público, encontramos um estágio inicial de planejamento para o turismo e uma gestão cultural isolada das instâncias estadual e federal, que trata com descrédito e apatia

a produção artesanal local.

O setor privado se considera coadjuvante nas esferas municipais da cultura e do turismo. À época da coleta de dados, também se julgava apta a contribuir com essas esferas no sentido de reconhecer e valorizar a identidade cultural local, a exemplo da música, das artes plásticas e do teatro, considerando a inclusão futura do artesanato nos eventos patrocinados ou apoiados pela entidade. Diante das possibilidades abertas pelas leis de incentivo à cultura, optou pelo formato do terceiro setor, no caso da Fundação Jupará de Cultura e Ecologia, presidida por um empresário da comunicação local, para viabilizar a captação de recursos e ampliar o universo de alcance das marcas empresariais, bem como o aumento do lucro através ao comércio virtual.

Junto aos demais agentes do setor não governamental, as relações políticas não são facilitadas. Se, para o Sebrae é fundamental que haja demanda, persistência e capacidade de articulação junto a outras instituições por parte da Associação de Artesãos de Itabuna (Aiart), para a segunda, é necessário que as demandas apresentadas sejam alimentadas com consultoria técnica e proposição de desafios. Mesmo assim, a Aiart apresentou visão otimista sobre as condições de desenvolvimento do setor artesanal e turístico no município, desde que seja implantada uma política cultural orientada pelos princípios da cidadania e dos interesses coletivos. Quanto ao turista, a sua receptividade ao equipamento gerenciado pela Aiart vem se apresentando grande. Ficou evidente a satisfação para com a existência do espaço e os bens adquiridos.

Todavia, o SAG ainda se mostra carente de recursos humanos e técnicos que permitam sua expansão, no sentido da inserção nos programas culturais em desenvolvimento pelo Ministério da Cultura. Pelo seu perfil, o espaço ocupado pela Aiart pode vir a se tornar Ponto de Cultura junto ao Programa Cultura Viva, que estimula a utilização de recursos audiovisuais no registro e difusão da cultura local, relacionando espaço, memória, identidade e produção

de bens simbólicos de natureza imaterial à formação de novos agentes culturais comunitários, gerando ocupação, renda e dando visibilidade ao patrimônio cultural local. Entretanto, é necessário prover equipamentos de informática para acessar as informações básicas referentes a esse e a outros programas existentes na área, além de pessoal capacitado para elaboração de projetos e acompanhamento da gestão. Em correspondência aos dados coletados, encontramos, junto ao agente produtor, o desejo de que Itabuna receba mais visitantes, pois é o turista o principal consumidor de suas produções. Souza e Adonias também são grandes estimuladores da criatividade e valorização da identidade cultural local, estando em acordo com os aportes da Economia Criativa nesse primeiro pilar.

Embora tenha apresentado um perfil mais acomodado no sentido de articulação intersetorial, Souza acredita que o artesão deve conquistar um lugar no mercado, criando produtos com estilo próprio e que dialoguem com culturas locais. Diante disso, o artesão deixa clara a sua preocupação com a relação entre proteção e circulação das idéias num mercado competitivo e globalizado. Isto porque, uma vez apontado por sua classe como principal artesão do município, Souza sabe da sua responsabilidade em alimentar a tradição do artesanato em Itabuna, mas enfatiza a inexistência de um sistema de previdência social para sua classe que o permita transmitir seus saberes aos iniciantes. Ainda em termos econômicos, não há incentivos para a manutenção desses saberes, prevalecendo o respaldo junto ao grupo e o prazer em expressar-se artisticamente, associado ao reconhecimento proveniente do público visitante.

Adonias, por sua vez, se mostra mais operante do ponto de vista das articulações políticas, comerciais e comunitárias. O artesão, todavia, enfatiza sua repulsa sobre a postura e os princípios da atual gestão cultural municipal, expandindo sua posição também a agentes do setor não governamental, ora entrevistados. Adonias considera importante compor uma rede de cooperação, integrada com o Ministério da Cultura e o governo estadual para informatizar

o SAG, melhorar sua estrutura e a diversidade de produtos em exposição, fazendo-os saltar qualitativamente do estágio atual para uma condição em que o turista se sinta mais atraído pela região, valorizando o artesão e o seu trabalho, fazendo circular mais recursos financeiros no município.

Diante do momento de efervescência na gestão cultural em nível federal, o tratamento da cultura vem se ampliando enquanto produção simbólica, com foco na valorização da diversidade cultural; enquanto direito e cidadania, quer dizer, cultura como ferramenta para a inclusão social; e enquanto economia, com ênfase na geração de empregos e renda, disparando e fortalecendo cadeias produtivas. Esse olhar prioriza ações como a identificação, valorização e incentivo à produção cultural e à integração com instâncias estaduais e locais. Considerando ainda que o Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa encontra-se em Salvador, acreditamos na possibilidade de uma gestão cultural integrada com outras pastas – seja no financiamento, adequação dos recursos existentes às necessidades e potencialidades locais ou ainda na produção, distribuição ou divulgação da produção cultural – que possam colaborar para o desenvolvimento turístico e cultural em Itabuna, promover o direito à diferença cultural e à inclusão social, bem como contribuir para o fortalecimento das identidades locais e regional.

Diante do exposto, pensamos numa política cultural que priorize a dinamização das atividades culturais locais, seja facilitando o acesso à informação (instalando máquinas com acesso à *internet* visando os sites do Ministério da Cultura, de bancos de desenvolvimento, de orientações para elaboração de projetos, de gerenciamento da qualidade) ou ainda promovendo intercâmbios entre Aiart e outras associações, cooperativas e instituições que apóiam a cultura e o turismo para conhecer experiências de sucesso.

Essa política também deve garantir a sobrevivência das manifestações tradicionais, estimulando a produção e transmissão do saber entre as gerações. Para tanto, é fundamental

destacar a importância dessas atividades para a memória e a economia locais, estabelecendo formas de registro, interpretação e educação patrimonial, bem como investimentos que restaurem e derivem valor do patrimônio imaterial. Esse é o ponto de partida para ampliar a participação social nos projetos culturais, democratizando a gestão, integrando a cultura à agenda de desenvolvimento local e tornando-a componente básico para a qualidade de vida da população.

Outro fator importante nessa política cultural é o foco sobre a visibilidade da cultura local, envolvendo desde a identificação e produção de conhecimento sobre o patrimônio até sua propagação por meio de publicações, palestras, exposições, concursos, *website*. Para tanto, pode contribuir a associação entre cultura e educação, estimulando a pesquisa, com registro e difusão das características da cultura local, entre os alunos da rede pública de ensino. Também é indispensável a divulgação da produção local através do diálogo com instituições afins, de abrangência estadual e nacional.

Pensamos ainda numa política de turismo em que o destino será tanto mais competitivo quanto maior for a sua capacidade de integração entre as empresas e os gestores locais. Daí a importância de um enfoque sistêmico para o desenvolvimento do turismo, mesmo que em nível local. É imprescindível contemplar as variáveis que influenciam o julgamento do turista sobre o destino, pois todos os setores são interdependentes na cadeia produtiva, ou seja, cada setor - público, privado, não governamental e a comunidade - tem papel relevante no processo de desenvolvimento local.

Nesse sentido, sinalizamos a necessidade de investir em profissionalização da mão-de-obra empregada nos equipamentos turísticos; melhoria e ampliação da infraestrutura de apoio e sinalização do SAG nas entradas da cidade e ao longo do centro; aproveitamento da proximidade com o Instituto de Hospitalidade, situado em Salvador, para trabalhar o receptivo e a comunidade, criando uma campanha para o acolhimento afetuoso desse turista,

impulsionando uma avaliação positiva da experiência no município por parte do visitante.

De acordo com os resultados da pesquisa, o que temos ao final do estudo é que, para impulsionar a concretização da mudança de evento a processo no tratamento da cultura e do turismo em Itabuna, que se encontrava em fase incipiente quando da coleta de dados, é necessário um conjunto de transformações, divididas em dois conjuntos de mudanças.

O primeiro deles deve ser de ordem comportamental. Quer dizer, é fundamental olhar a cultura local como parte ímpar de um todo que compõe, por sua vez, a diversidade cultural regional e nacional. Também é importante considerar com entusiasmo e singularidade o patrimônio cultural de Itabuna e promover ações de identificação, interpretação, valorização e educação patrimonial no município. Fomentar a preservação e difusão de informações sobre a cultura local para que a produção simbólica também possa abranger o contexto urbano, onde se encontra 97% da população itabunense, e se tornar envolvente para os iniciantes.

Em seguida, sugerimos um conjunto de mudanças técnicas. Pensar possibilidades de envolver a comunidade para definir as metas, objetivos, enfim, o tipo de turismo que se deseja implementar e em que delimitação de espaço. Também é o momento de alimentar o receptivo local, melhorar a infra-estrutura disponível e adequá-la em apoio ao turismo, além de implantar uma rede de agenciamento do destino em integração às cidades da Costa do Cacau, destacando o que Itabuna pode oferecer como diferencial em relação às demais. Estamos considerando a produção simbólica existente como singular e com potencial, à medida que forem implementadas as ações políticas e econômicas necessárias à sua consolidação, para atrair um perfil de turista que prioriza o aspecto qualitativo em sua experiência de viagem. Portanto, é necessário elaborar ferramentas técnicas para ampliar a qualidade, valorizar e dar visibilidade a essa produção através de incentivos financeiros, capacitação e acesso a informações, incentivo à criação de novas técnicas, diálogo com as instituições que protegem a inovação, além de ações de *marketing* que a torne mais competitiva.

Entendemos que, a longo prazo, outras ações, para além do que foi sinalizado como urgente, podem contribuir com o turismo cultural em Itabuna. Vimos que o espaço do SAG era utilizado principalmente para a comercialização do artesanato e o convívio social. Entretanto, sabemos que o turista que valoriza e respeita as culturas locais não mais se satisfaz em adquirir um bem. Ele busca, sobretudo, construir uma relação entre o produto, o local e o agente produtivo. Cada vez mais o foco do consumo de bens simbólicos converge sobre a experiência e o conhecimento, priorizando o processo de concepção do produto.

Acreditamos na possibilidade de ampliação dos usos do espaço do SAG, fazendo-o janela dos saberes locais, construindo um relacionamento, antes, durante e depois da visita, ampliando a qualidade da experiência vivida na região. Sugerimos a formatação de produtos turísticos culturais, como oficinas de curta duração para os visitantes, de modo que o artesão possa dividir com o visitante o seu saber. Esse último, a depender do tema da oficina, poderá assistir ao processo (no caso da produção de doces e licores) ou participar dele (no caso de reciclagem) e levar o resultado da experiência consigo, mediante o pagamento de uma taxa.

Para a concretização dessa proposta, será indispensável adequar o espaço atual. A reforma deverá contemplar a ampliação da cozinha do SAG em correspondência às normas técnicas em vigência e a devida iluminação, ventilação e provimento de materiais para uma oficina de reciclagem. Tais iniciativas favorecerão o método coletivo de trabalho, onde profissionais e iniciantes interagem de forma mais dinâmica e solidária; estabelecerá rigidez no quesito higiene e transparência; aproximará o turista do nativo e atrairá mão-de-obra ociosa para atividades economicamente ativas.

Julgamos que assim será possível influenciar a oferta e a demanda – seja privada individual, pública ou privada por pessoa jurídica – no sentido de estabelecer, de fato, um quadro de processo na relação entre cultura, artesanato e turismo, em Itabuna.

REFERÊNCIAS

Entrevistas Inéditas

BONIFÁCIO, Adriana Moura. **O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em relação à cultura, ao artesanato e ao turismo em Itabuna.** Itabuna: 19 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Lado A. Duração: 22 min. Estéreo.

BORGES, Adonias. **Produção artesanal e economia criativa em Itabuna.** Itabuna: 12 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 2 fitas cassete (60 min.). Duração: 120 min. Estéreo.

COSTA, Flávio José Simões. **A Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania em relação à cultura, ao artesanato e ao turismo em Itabuna.** Itabuna: 22 fev. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Lado B. Duração: 27. Estéreo.

JESUS, Rubens de. **A Associação de Artesãos de Itabuna em relação à cultura, ao artesanato e ao turismo em Itabuna.** Itabuna: 12 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Duração: 54. Estéreo.

LEAHY, Carlos. **A Câmara de Dirigentes Lojistas em relação à cultura, ao artesanato e ao turismo em Itabuna.** Itabuna: 22 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Lado A. Duração: 23 min. Estéreo.

LEAL, Marcel. **A Fundação Jupará de Ecologia e Cultura em relação à cultura, ao artesanato e ao turismo em Itabuna.** Itabuna: 22 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Lado B. Duração: 25 min. Estéreo.

LISBOA, Gustavo Joaquim. **A Secretaria de Educação e Cultura em relação à cultura, ao artesanato e ao turismo em Itabuna.** Itabuna: 17 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Lado A. Duração: 14 min. Estéreo.

SILVA, Gisliane Lopes Vieira da. **A Secretaria de Agricultura e turismo em relação à cultura, ao artesanato e ao turismo em Itabuna.** Itabuna: 9 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Duração: 55 min. Estéreo.

SOUZA, José de. **Produção artesanal e economia criativa em Itabuna.** Itabuna: 12 jan. 2007. Entrevista concedida a Aline de Caldas Costa. 1 fita cassete (60 min.). Duração: 57 min. Estéreo.

Referências teórico-críticas

- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. *In*: LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 169 –214.
- ANDRADE, Maria Palma; ROCHA, Lurdes Bertol. **De Tabocas a Itabuna: um estudo histórico geográfico**. Ilhéus: Editus, 2005.
- BARROSO NETO, Eduardo. Design, Identidade cultural e artesanato. **In: Primeira Jornada Iberoamericana de Design no artesanato**. Fortaleza, 1999. Disponível em: www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm. Acesso em: maio 2006.
- BELAS, Carla Arouca. **Curso de introdução à propriedade intelectual**. Belém: Museu paraense Emílio Goeldi, 2004.
- BELAS, Jorge Luiz. **Estudo de caso na prática educacional**. Rio de Janeiro: Escola da Fundação Brasileira de Educação, 1998. Disponível em: <http://www.jlbelas.psc.br/texto15.htm>. Acesso em: mar. 2008.
- BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de expressão de idéias**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- BENHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. trad.: Geraldo Gerson de Souza. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. *In*: LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 221 - 245
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3 ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- BENTLEY, Tom. **Europe in the Creative Age: knowledge and skills for the new economy**. Demos Publish. London, February 2004.
- BOLOGNA, José Ernesto. **Diálogos Criativos: Domenico de Masi e Frei Betto**. São Paulo: DeLeitura, 2002.
- BRAGA, Humberto Fois. Turismo Industrial: a descoberta da cultura e das identidades através da produção do território. **Anais do X Encontro Nacional de Turismo com Base Local**. João Pessoa: UFPB, 2007.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 5 de outubro de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em: set. 2007.
- BRASIL. Decreto nº 3.551 de 4 de agosto de 2000. Institui o registro de bens culturais de natureza imaterial que constituem o patrimônio cultural brasileiro, cria o programa nacional do patrimônio imaterial e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, 4 de

agosto de 2000. Disponível em: <www.cultura.gov.br/legislacao/docs/D-003551.htm>. Acesso em: maio 2006.

BRASIL. Decreto nº 5.520 de 24 de agosto de 2005. Institui o Sistema Federal de Cultura - SFC e dispõe sobre a composição e o funcionamento do Conselho Nacional de Política Cultural - CNPC do Ministério da Cultura, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, 24 de agosto de 2005. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5520.htm. Acesso em: jun. 2007.

BRASIL. Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania. **Cultura 2001-2004**: veja o que nossa cidade fez. Itabuna: Ficc, 2004.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003**. IBGE/MINc, 2006. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=748&id_pagina=1>. Acesso em: dez. 2006.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais**. Brasília: IBGE, 2000. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso jun. 2006.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos municípios brasileiros: cultura 2006**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/default.shtm>>. Acesso em: dez. 2007.

BRASIL. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **O que é patente?** Rio de Janeiro: INPI, s/d. Disponível em: <www.inpi.gov.br>. Acesso em: nov. 2007.

BRASIL. Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1999. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, 24 de dezembro de 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8313cons.htm. Acesso em: jun. /2007.

BRASIL. Ministério do turismo. **Programa de regionalização do turismo**: roteiros do Brasil: diretrizes operacionais. Brasília: Ministério do Turismo, 2004. Disponível em: http://institucional.turismo.gov.br/regionalizacao/argreg/doc_download/Diretrizes_Operacionais_Programa_Regionalizacao.pdf. Acesso em: out. 2006.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Diretrizes Gerais para o Plano Nacional de Cultura**. Brasília, 2007. Disponível em: www.cultura.gov.br/pnc. Acesso em: jan. 2008.

BRASIL. Portaria nº 180, de 31 de agosto de 2005. Aprova o Regulamento da Primeira Conferência Nacional de Cultura e dispõe sobre sua convocação. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2 de setembro de 2005. Disponível em: <http://www.in.gov.br/materias/xml/do/secao1/1703730.xml>. Acesso em: jun. 2007.

BRITISH COUNCIL. **Mapping the creative industries**: the UK context. London: DCMS, 2005. Disponível em: <www.britishcouncil.org/arts-creative-industries-definition.htm>. Acesse em: jun. 2006.

BURITY, Joanildo. Cultura e desenvolvimento. *In*: NUSSBAUMER, G. M. **Teorias e políticas da cultura**: visões multidisciplinares. Salvador: EDULFBA, 2007. p. 51-65.

CANCLINI, Nestór García. **Consumidores e cidadãos**. Tradução de Maurício Santana Dias. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

CANCLINI, Nestór García. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução de Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 3. ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

CANCLINI, Nestór García. Definiciones en transición. *In*: MATO, Daniel (Org.). **Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas**. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. 2005. p. 69-81. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/mato/GarciaCanclini.rtf>>. Acesso em: maio 2007.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário de folclore brasileiro**. São Paulo: Global, 2001.

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição imaginária da sociedade**. Tradução de Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CAVALCANTI, M. L. V. de C. Culturas populares: múltiplas leituras. *In*: **Seminário nacional de políticas públicas para as culturas populares**. 2. ed. São Paulo: Instituto Polis; Brasília: Ministério da Cultura, 2006. p. 28-33.

CESNIK, Fábio de Sá. Incentivo público à cultura. *In*: BRANT, Leonardo (Org.). **Políticas culturais**. Volume I. Barueri, SP: Manole, 2003.

COELHO NETTO, José Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Nova Cultural/Brasiliense, 1986.

COELHO NETTO, José Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. 3. ed. São Paulo: FAPESP; Iluminuras, 2004.

CONSEJO Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. **Impacto de la cultura en la economía chilena**: participación de algunas actividades culturales en el PIB y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile/Universidad ARCIS. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003.

COOPER, Chris et. ali. **Turismo**: princípios e prática. Tradução de de Roberto Cataldo Costa. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

COSTA, Aline de Caldas. Artesanato, turismo e desenvolvimento: uma abordagem à luz da Economia Criativa. *In*: **Revista Virtual Partes**. São Paulo: 2007a. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/artesanato/artesanatoturismo.asp>>. Acesso em: maio 2007.

COSTA, Aline de Caldas. Os doces e licores artesanais da literatura sul-baiana e sua relação com o turismo à luz das Indústrias Criativas. *In*: **Anais do VII Seminário de Literaturas luso-afro-brasileiras**. Ilhéus: Editus, 2007b.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Tradução da Editora Contraponto. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEHEIZELIN, Lala. A economia criativa e a canja de galinha dos ovos de ouro. **Cultura e mercado**. São Paulo: Instituto Pensarte, 2005. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=3&pid=751&trid=6>>. Acesso em: fev. 2006.

DEHEIZELIN, Lala. Economia Criativa e empreendedorismo cultural. *In*: **Anais do II ENECULT** – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador: CULT, 2006a.

DEHEIZELIN, Lala. Economia Criativa: uma tímida tentativa de definição (parte 2). **Cultura e mercado**. São Paulo: Instituto Pensarte, 2006b. Disponível em: www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=3&pid=751&trid=6 Acesso em: nov. 2005.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2001.

DURAND, Daniel. **A sistêmica**. Lisboa: Dinalivro, 1992.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

ESCOLA de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. **Direitos autorais**: pedido de registro. Rio de Janeiro: EBA/UFRJ, 2007. Disponível em: <http://www.eba.ufrj.br/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=5&Itemid=55>. Acesso em: nov. 2007.

FICHTNER, Bernt. Antinomias da Diversidade Cultural: problemas e perspectivas. **Seminário Saberes Vivos** – Teia 2007. 10/Nov/2007. Belo Horizonte: MinC, 2007.

FISCHER, Tânia. **Poder local**: governo e cidadania. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1993

FISCHER, Tânia. Poderes locais, desenvolvimento e gestão: introdução a uma agenda. *In*: FISCHER, Tânia (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais**: marcos teóricos e avaliação. Salvador: Casa da qualidade, 2002. p. 12-32.

FLORIDA, Richard; TINAGLI, Irene. **Europe in the creative age**. New York: Alfred P. Sloan Foundation, 2004. Disponível em: <www.creativeclass.org>. Acesso em: mar. 2006.

FRY, Peter. Feijoada e *soul food* 25 anos depois. *In*: ESTERCI, N.; FRY, P.; GOLDENBERG, M. (Org.). **Fazendo Antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara Koogan, 1989.

GONÇALVES, J. R. S. Autenticidade, memórias e ideologias nacionais: o problema dos patrimônios culturais. *In*: ESTERCI, N.; FRY, P.; GOLDENBERG, M. (Org.). **Fazendo Antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. p. 15-33.

GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. Cultura: um conceito reacionário? *In*: GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: Cartografias do Desejo. Tradução de M. T. da Costa Albuquerque. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 15-24

HALL, C. M. **Planejamento Turístico: Políticas, Processos e Relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Guacira Lopes. Rio de Janeiro: DP & A, 1999.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Liv Sovik (Org); Tradução de Adelaine La Guardia Resende *et al.* Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HANNERZ, Ulf. Cosmopolitas e globais na cultura local. In: FEATHERSTONE, Mike (Org.) **Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade**. Tradução de Atílio Brunetta. Petrópolis: Vozes, 1999.

HOBBSAWN, Eric; RANGER, Terence. **A Invenção das Tradições**. Tradução de por Celina C. Cavalcanti. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. Autorias, autorias. In: NUSSBAUMER, G. M. **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDULFBA, 2007. p. 195-204.

IGNARA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

ISER, Wolfgang. **O Fictício e o Imaginário: perspectivas de uma antropologia literária**. Trad.: de Johannes Kretschmer. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.

JAGUARIBE, Ana. Indústrias criativas. Entrevista a Bruno Dorigati. **Idiosincrasia**. 2006. Disponível em: <<http://portalliteral.terra.com.br/Literal/calandra.nsf/0/A4084355DA50CAA60325711B004F0D29?OpenDocument&pub=T&proj=Literat&sec=Entrevista>>. Acesso em: mar./2006.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Economia do turismo**. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

LAPLANTINE, F. **Aprender antropologia**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 9. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

LAUER, Mirko. **Crítica do artesanato: plástica e sociedade nos Andes peruanos**. Tradução de Heloísa Vilhena de Araújo. São Paulo: Nobel, 1983.

LESSA, Carlos. **Auto-estima e desenvolvimento social**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

LIMA, Carmem Lúcia. Políticas culturais para o desenvolvimento: o debate sobre as indústrias culturais e criativas. In: **Anais do III Encontro de estudos multidisciplinares em cultura**. Salvador: CULT, 2007.

LIMA, C. L.; FRANCA, C. de O.; MATTA, J. P. R. Notas sobre economia da cultura. In: **Anais do II Encontro de estudos multidisciplinares em cultura**. Salvador: CULT, 2006.

LIMA, Ricardo Gomes. Artesanato de tradição: cinco pontos em discussão. *In: Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição*. São Paulo: Central Arte Sol, 2005. p. 13-26. Disponível em: <<https://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do;jsessionid=22ECB3F51A564621B431C67089F03C81?id=569>>. Acesso em: jun. 2006.

LINS, Cristina Pereira de carvalho. Indicadores culturais: possibilidades e limites as bases de dados do IBGE. *In: Anais do II Encontro de estudos multidisciplinares em cultura*. Salvador: CULT, 2006.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Tradução de Contexto traduções. São Paulo: Aleph, 2000.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michéle. **História das teorias da comunicação**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

MEIRA, M.; GRAZZINELLI, G. O Sistema Nacional de Cultura. *In: Oficinas do Sistema Nacional de Cultura*. CALABRE, Lia (Org.) Brasília: Ministério da Cultura, 2006. Disponível em: <www.cultura.gov.br/upload/Projeto_Oficinas_Miolo_1156970790.pdf>. Acesso em: dez. 2006.

MEIRELES, Cecília. Artes populares. *In: ANDRADE, Rodrigo M. F. de (Org.). As artes plásticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1968.

MEIRELES, Cecília. Aspectos da cerâmica popular. **Folclore**. São Paulo: Comissão Paulista de Folclore: Centro de Pesquisas Folclóricas "Mário de Andrade", v. 2, n. 1, p. 38-58, 1953.

MENESES, U. T. B. de. Os “usos culturais” da cultura. Contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. *In: CARLOS, A. F. A.; YAZIGI, E.; CRUZ, R. de C. A. da; Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 88-99.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. *In: NUSSBAUMER, G. M. Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDULFBA, 2007, p. 95-113.

MIGUEZ, Paulo. **A organização da cultura na “cidade da Bahia”**. Salvador: Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade Universidade Federal da Bahia, 2002.

MILEO, Bruno Alberto P.; SOARES, Gysele A. A cultura tradicional e o direito autoral. *In: MOREIRA, E.; BELAS, C. A.; BARROS, B.; PINHEIRO, A. (Orgs). Anais do Seminário Patrimônio Cultural e propriedade intelectual: proteção do conhecimento e das expressões culturais tradicionais*. Belém: CESUPA/MPEG, 2005. pp. 177-193. Disponível em: <<http://www.museu-goeldi.br/institucional/Seminario%20Propriedade%20Intelectual%20e%20Patrimonio%20Cultural.pdf>>. Acesso em: maio 2007.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MOLINA, Eduardo Sérgio. **Planejamento integral do turismo**: um enfoque para a América Latina. Bauru: EDUSC, 2001.

MOURA, Milton. Dos novos textos sobre a negritude no carnaval de Salvador. *In: Anais do VII Seminário de Literaturas luso-afro-brasileiras*. Ilhéus: Editus, 2006.

MURTHA, S. M.; ALBANO, C. (Org). **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: UFMG; Território Brasilis, 2002.

NORRILD, Juana. Patrimônio – características y usos. *In: SCHLÜTER, R.; NORRILD, J. Turismo y patrimônio en el siglo XXI*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2005. p. 11-26.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PAZ, Octavio. Ver e usar: Arte e artesanato. *In: Convergências*: ensaios sobre arte e literatura. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1991. p. 45-57.

PETROCCHI, Mario. **Turismo**: Planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

PINHO, Maria Sonia Madureira de. Produtos artesanais e mercado turístico. *In: MURTHA, S. M.; ALBANO, C. (Org). Interpretar o patrimônio*: um exercício do olhar. Belo Horizonte: UFMG; Território Brasilis, 2002. p. 169-180.

PINHO, Maria Sonia Madureira de. Artesanato e turismo: caminhos e vocações. *In: Projeto papeando*. Ouro Preto: Detur/Ufop, 2007.

POLISTCHUK, Ilana. & TRINTA, Aluisio **Teorias da Comunicação**: o pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

RABAHY, Wilson. **Planejamento do turismo**: estudos econômicos e fundamentos econométricos. São Paulo: Loyola, 1990.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: o caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2007

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia, artesanato e educação entrelaçados nas raízes da identidade étnica. *In: Cultura e mercado*. São Paulo: Rede Pensarte, 2005. Disponível em: <http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=3&pid=208>. Acesso em: nov. 2005.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura**: teoria e prática em um estudo internacional comparado. São Paulo: Thompson, 2003.

RISÉRIO, A.; GIL, G. **O poético e o político e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

ROCHA, José Maria Tenório. Arte e artesanato folclóricos: uma conceituação. **A tribuna Piracicabana**. Piracicaba, São Paulo, 3 fev. 1994. Edição regional. p. 4

ROCHA, Sebastião. **Artesão: sujeito e objeto de seu trabalho**. Belo Horizonte: Centro popular de cultura e desenvolvimento, 2005. Disponível em:
<<http://www.cpcd.org.br/publ/artes%E3o.pdf>>. Acesso em: jul. 2005.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais: entre o possível e o impossível. *In*: NUSSBAUMER, G. M. **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDULFBA, 2007. p. 139-158.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: incluyente, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SAHLINS, Marshall. O ‘pessimismo sentimental’ e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um ‘objeto’ em via de extinção (Partes I e II). **Mana** 3 (1 e 2), 1997, p. 41-73; 103-150.

SALVATI, Sérgio (Org.). **Turismo Responsável: manual para políticas locais**. Brasília: WWF Brasil, 2004.

SANT’ANNA, Márcia. Relatório final das atividades da comissão e do grupo de trabalho patrimônio imaterial. *In*: **Patrimônio Imaterial: O Registro do Patrimônio Imaterial: Dossiê final das atividades da Comissão e do Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial**. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2000. p. 11-17.

SANTOS, Edna dos. Economia criativa & desenvolvimento. **Seminário Indústrias Criativas: a cultura no século XXI**. Salvador, 2005.

SEBRAE comemora 30 anos apoiando mais de 3,5 milhões de MPes. *In*: Jornal Bahia Negócios: o jornal de economia da Bahia. Salvador: Out/2002 - ano 8 - Nº. 7. Disponível em:
<<http://www.bahianegocios.com.br/outubro/empreendedores.asp>>. Acesso em: mar. 2008.

SERVIÇO Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Programa Artesanato Sebrae**. São Paulo: Sebrae, 1998. Disponível em:
<www.artesanatobrasil.com.br/frameset0.htm> Acesso em: dez. 2006.

SERVIÇO Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Estatuto Social do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Brasília: Sebrae, 2003. Disponível em:
<www.ms.sebrae.com.br/uploads/estatuto2007/ESTATUTO_%20SOCIAL_SEBRAEMS.pdf>. Acesso em: jun. 2007.

SIMÕES, Maria de Lourdes Netto. A Literatura e o Turismo no âmbito da Comunidade de Países de Língua Portuguesa: desenvolvimento e sustentabilidade. **V Império - Revista de Cultura e Literaturas de Língua Portuguesa**. Salvador, n. 18, 2003. p. 25 – 34.

SIMÕES, Maria de Lourdes Netto. Literatura, Cultura e Turismo: consumo e cidadania. *In*: **Revista Espaço Acadêmico**. Maringá, nº 37, 2004. Disponível em:
<<http://www.espacoacademico.com.br/037/37esimoes.htm>>. Acesso em: jun. 2007.

SIMONNETI, Eliana. Colcha de retalhos. *In: Desafios do desenvolvimento*. Ano 3, nº. 19. São Paulo: PNUD; IPEA, 2006. p. 20-29.

STOLOVICH, Luis. A lógica econômica do emprego cultural. *In: Papeles Iberoamericanos: Cooperación Cultural Euroamericana. II Campus Euroamericano de cooperación cultural*. 10 al 14 de diciembre de 2001. Cartagena de Índias, Colombia: OEI, 2003.

TREVIZAN, Salvador D. P. (Org.). **Comunidades Sustentáveis a partir do Turismo com base Local**. Ilhéus: Editus, 2006.

TROSBY, David. **Economics and culture**. Cambridge University Press, 2001.

UNESCO. **International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003** Defining and capturing the flows of global cultural trade. Unesco, 2005. Disponível em: <www.uis.unesco.org/ev.php?ID=6383_201&ID2=DO_TOPIC>. Acesso em: fev. 2006.

UNIÃO dos Municípios Baianos. **Índice de desenvolvimento humano**. Salvador: UPB, 2004. Disponível em: www.upb.org.br/pdf/IDH-MMUNICIPIOS.htm. Acesso em: jun. 2006.

VATTIMO, G. **A sociedade transparente**. Tradução de Carlos Aboim de Brito. Lisboa: Edições 70, 1991.

VEYNE, Paul. **Como se escreve a história**. Tradução de Alda Baltar e Maria Kneipo. 2. ed. Brasília: Unb, 1992.

VILHENA, Luís Rodolfo. **Projeto e Missão: o movimento folclórico brasileiro 1947-1964**. Rio de Janeiro: FUNARTE; FGV, 1997.

YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. A. da (Orgs.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 2001.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Tradução de Marie-Anne Henriette Jeanne Kremer. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

YÚDICE, George. Economia da Cultura no Marco da Proteção e Promoção da Diversidade Cultural. *In: Oficina Virtual de Economia da Cultura e Diversidade*. Brasília: Ministério da Cultura do Brasil, 2007. Disponível em: <http://economiadacultura.blogspot.com/2007/06/economia-da-cultura-no-marco-da-proteo.html>. Acesso em: jun. 2007.

WAINBERG, J. A. **Comunicação e turismo: a indústria da diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.

WALLS, Joseph. F. **Las claves del mercado turístico: como competir en el nuevo entorno**. Bilbao: Deusto, 1996.

APÊNDICE I



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC
MESTRADO EM CULTURA & TURISMO

Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

Questionário - DEMANDA TURÍSTICA

nº.: _____

Prezado visitante,

Solicitamos sua colaboração para conhecer o perfil do cliente deste Mercado de Artesanato, seu interesse pelo trabalho de José de Souza e pelo município.

01 – Local de residência

Cidade	Estado	País
--------	--------	------

02 – Sexo

a) () Feminino b) () Masculino

03 – Estado civil

a) () Solteiro b) () Casado c) Viúvo d) União estável

04 – Qual sua faixa etária?

a) () 10 a 20 b) () 21 a 30 c) () 31 a 40 d) 41 a 50 e) acima de 50

05 – Grau de escolaridade

a) () 1º grau incompleto b) () 1º grau completo c) () 2º grau incompleto
d) () 2º grau completo e) () Superior incompleto f) () Superior completo

06 – Você está hospedado em:

a) () Itabuna b) () Ilhéus c) () Itacaré d) Outro: _____

07 – O que o motivou a visitar Itabuna?

08 - Quanto tempo pretende permanecer em Itabuna?

a) () um dia c) () uma semana d) () um mês e) () acima de um mês

09 – Antes de entrar no SAG, qual era sua expectativa em relação ao artesanato da cidade?

a) () Excelente b) () Boa c) () Regular d) () Ruim

10 - Quanto você pretende gastar com artesanato neste mercado?

a) () até R\$ 10,00 b) () até R\$ 20,00 c) () até R\$ 30,00 d) () acima de R\$ 30,00

11 - O que suscitou o seu interesse pelo artesanato de Souza?

12 - Como soube da existência desse espaço?

a) () Guias locais b) () *Folder* c) () Boca a boca d) Outro: _____

13 - Agora que já passou pelo espaço, qual a sua opinião?

a) () Excelente b) () Boa c) () Regular d) () Ruim

Entrevistador (a): _____

Data: ____/____/____



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC
MESTRADO EM CULTURA & TURISMO
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

ROTEIRO DE ENTREVISTA
Secretaria de Educação e Cultura

- 1 - Há quanto tempo a Secretaria existe?
- 2 – Qual o objetivo da Secretaria?
- 3 – De que modo o sistema de educação municipal estimula a produção e o consumo cultural?
- 4 – Existem, no quadro curricular do ensino fundamental e médio, referências à cultura regional?
- 5 – Quantos cursos profissionalizantes de artesanato existem hoje em Itabuna? De que forma os cursos estimulam o uso de temas regionais?
- 6 – A Secretaria promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município? Com que resultados?
- 7 – E junto ao turismo?
- 8 – Possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?
- 9 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC
MESTRADO EM CULTURA & TURISMO
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Secretaria de Agricultura e Turismo

- 1 - Há quanto tempo a Secretaria existe?
- 2 – Qual o objetivo da Secretaria?
- 3 – Itabuna possui planejamento integrado para o desenvolvimento do turismo?
- 4 – Que estratégias para o desenvolvimento do turismo estão sendo implementadas atualmente?
- 5 – Qual a participação do município junto ao Programa de Regionalização do Turismo (Costa do Cacau)?
- 6 - Que etapas do programa já foram implementadas no município? Com que resultados?
- 7 – Que tipo de turismo a Secretaria procura operar no município?
- 8 – A Secretaria promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município? Com que resultados?
- 9 - Possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?
- 10 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Existe algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?



ROTEIRO DE ENTREVISTA

Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania - Ficc

- 1 - Há quanto tempo a Ficc existe?
- 2 – Qual o objetivo da Ficc?
- 3 – Que ações, de curto, médio e longo prazo, a Ficc promove junto aos artesãos do município? Com que parcerias?
- 4 – Qual porcentagem da arrecadação municipal é direcionada para a cultura?
- 5 – Que porcentagem do orçamento da Ficc é investida em artesanato? Com que periodicidade?
- 6 – O município recebe algum tipo de verba federal ou estadual para a cultura?
- 7 – Itabuna participa, através da assinatura de protocolo de intenções ou presença na 1ª Conferência Nacional de Cultura, do Sistema Nacional de Cultura?
- 8 – Incentiva o cumprimento da Lei Rouanet junto à iniciativa privada do município?
- 9 - Há políticas municipais de incentivo à produção e distribuição de artesanato?
- 10 – Há políticas municipais de incentivo aos iniciantes no ramo?
- 11 – Há políticas de incentivo a articulações entre Associações de Artesãos e iniciativa privada ou outras entidades da sociedade civil e do terceiro setor?
- 12 - A Ficc possui projetos futuros para o setor artesanal? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?
- 13 - A Ficc apóia projetos para o turismo em Itabuna?
- 14 – Possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?
- 15 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?
- 16 – A Ficc possui a cidadania como sobrenome. Como essa questão é trabalhada junto aos projetos culturais em Itabuna?



ROTEIRO DE ENTREVISTA
Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL

- 1 - Há quanto tempo a CDL Itabuna existe?
- 2 – Qual o objetivo da CDL Itabuna?
- 3 – A CDL Itabuna apóia projetos culturais no município? Com que ações?
- 4 – O senhor conhece a Lei Rouanet?
- 5 - Sabe informar se algum associado incentiva a cultura e, mais especificamente, o artesanato, em Itabuna, através dessa lei?
- 6 – Promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município? Com que resultados?
- 7 – A CDL apóia o turismo em Itabuna? Com que ações?
- 8 – Possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?
- 9 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?



ROTEIRO DE ENTREVISTA

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

- 1 - Há quanto tempo o Sebrae Itabuna existe?
- 2 – Qual o objetivo do Sebrae em Itabuna?
- 3 – O Sebrae Itabuna apóia projetos culturais no município? Com que ações?
- 4 – O Sebrae Itabuna apóia o turismo em Itabuna? Com que ações?
- 5 – Promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município? Com que resultados?
- 6 – Possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?
- 7 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?



ROTEIRO DE ENTREVISTA

Fundação Jupará de Ecologia e Cultura

- 1 - Há quanto tempo a Fundação Jupará existe?
- 2 – Qual o objetivo da Fundação Jupará?
- 3 – Fale um pouco sobre a atuação da Fundação no setor cultural em Itabuna.
- 4 – Que fatores levaram a Fundação a apoiar a Cultura no município?
- 5 – Esse incentivo se vale da Lei Rouanet?
- 6 – A Fundação promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município? Com que resultados?
- 7 - A Fundação Jupará também apóia ações para o turismo em Itabuna?
- 8 – Possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?
- 9 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?



ROTEIRO DE ENTREVISTA

Associação de Artesãos de Itabuna - Aiart

- 1 – Há quanto tempo a Aiart existe?
- 2 – Qual o objetivo da entidade?
- 3 – Qual o número atual de associados?
- 4 – Quantas localidades estão envolvidas com a associação?
- 5 - Existe algum tipo de capacitação para o associado atendendo aos aspectos da:
 - a) Qualidade do produto
 - b) Relação do produto com a cultura local
 - c) Empreendedorismo
 - d) Atendimento ao cliente/turista
 - e) Direitos autorais sobre produção cultural
- 6 – A Aiart recebe recursos de outras instituições? Quais? Com que frequência? Os recursos são solicitados ou oferecidos?
- 7 – O senhor poderia informar a receita da Aiart nos últimos anos?
- 8 – A Aiart é parceira de outras instituições? Quais os resultados dessas parcerias?
- 9 – Como a Aiart se relaciona com:
 - a) Ficc
 - b) Secretaria de Agricultura e Turismo
 - c) Secretaria de Educação e Cultura
 - d) Sebrae
 - e) IES
 - f) Outras ONGs
 - g) Iniciativa privada
 - h) Meios de comunicação
- 10 – A Aiart promove/participa de eventos?
- 11 – Quais as potencialidades que o mercado artesanal apresenta em Itabuna?
- 12 – Quais as dificuldades e ameaças do setor no município?
- 13 – Além do *Shopping* do Artesanato Grapiúna, como acontece a distribuição da produção?
- 14 – Existem incentivos para os iniciantes?
- 15 – Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?
- 16 – O senhor acredita que Itabuna está preparada para receber que tipo de turista/visitante?
- 17 - Que ações o senhor sugere para favorecer ao turismo em Itabuna?



ROTEIRO DE ENTREVISTA
José de Souza

Bloco 1: Dados pessoais

Nome completo

Endereço/Contato

Data de Nascimento

Escolaridade:

Bloco 2: Iniciação

- 1 – Como descobriu sua habilidade para fazer artesanato?
- 2 – O senhor tem o artesanato como ocupação principal? Há quanto tempo?
- 3 – Que outras atividades profissionais o senhor exerceu? Como elas influenciaram seu artesanato?
- 4 - Por que escolheu Itabuna para viver e vender sua produção?

Bloco 3: Criação – memória, imaginário e identidade

- 1 – Como surgiram as esculturas “gente grapiúna”?
- 2 – A história regional esteve marcada pelas figuras do coronel, jagunço, trabalhador rural, exportadores de cacau, somente citando alguns. Por que as esculturas “gente grapiúna” são predominantemente de trabalhadores rurais?
- 3 – O que o senhor sente quando vê seu trabalho pronto?

Bloco 4: Produção, distribuição e promoção

- 1 – Gente Grapiúna são esculturas à base de massa epóxi. O senhor se preocupa em utilizar recursos que não prejudiquem o meio ambiente? Já trabalhou com alguma matéria-prima natural? Identifica alguma matéria-prima típica da região Sul-baiana?
- 2 – Quanto o senhor produz por mês? Esse total é alterado nos meses de maior visitação turística?
- 3 – Conhece o público-alvo do seu produto?
- 4 - Além do *Shopping* do Artesanato Grapiúna, há outros pontos de venda? Onde?
- 5 – O senhor participa de eventos (feiras, exposições, mostras, concursos etc.) no município? E em outras cidades?
- 6 – Possui *website*, *folder*, cartão de visitas, álbum com portfólio?

7 - Com que frequência aparece em jornais, programas de rádio e TV?

8 – Possui patrocínio de alguma personalidade, empresa ou organização não governamental?

Bloco 4: Processo – Integração com os setores público, privado e terceiro setor

1 – Como é a sua relação com a Associação de Artesãos de Itabuna (Aiart)?

2 – O senhor faz parte de outras ONGs (municipais, estaduais ou nacionais)? Em caso positivo, com que resultados?

3 – Como é a sua relação com a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania (Ficc)?

4 – E com o Sebrae?

5 - Há relação com a Secretaria de Agricultura e Turismo do município?

6 – Já participou de algum curso profissionalizante oferecido pela Secretaria de Educação e Cultura do município?

7 – Como é a sua relação com os empresários locais?

8 – Como é a sua relação com os turistas?

9 - O senhor participa de alguma atividade junto às IES regionais?

10 – O senhor ensina aos colegas as técnicas que aprende/desenvolve?

Bloco 5: Direitos de autor

1 – Gente grapiúna é uma criação sua. O senhor já pensou em proteger esse trabalho?

2 – O senhor conhece as leis de propriedade intelectual? E de proteção ao patrimônio imaterial?

3 – O senhor concorda que a produção cultural deve ser protegida ou acredita que ela deve circular livremente?

Bloco 6: Economia

1 – Quais as potencialidades que o município oferece para o seu trabalho?

2 – Que ameaças existem?

3 – O senhor obtém com o artesanato uma renda à altura do desejável ou desenvolve alguma atividade complementar?

4 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. O senhor participa de tipo de ação ou projeto fundamentada na EC em Itabuna?



ROTEIRO DE ENTREVISTA
Adonias Borges

Bloco 1: Dados pessoais

Nome completo

Endereço/Contato

Data de Nascimento

Escolaridade

Bloco 2: Iniciação

1 – Como descobriu sua habilidade para fazer artesanato?

2 – O senhor tem o artesanato como ocupação principal? Há quanto tempo?

3 – Que outras atividades profissionais o senhor exerceu? Como elas influenciaram seu artesanato?

4 - Por que escolheu Itabuna para vender sua produção?

5 – Que fatores o levaram a fundar uma Associação Itabunense de Artesãos?

Bloco 3: Criação – memória, imaginário e identidade

1 – Que trabalho o senhor aponta como carro-chefe da sua produção? Como esse trabalho surgiu?

2 – A história regional esteve marcada pelas figuras do coronel, jagunço, trabalhador rural, político etc. Por que suas esculturas são predominantemente de trabalhadores rurais?

3 – O que o senhor sente quando vê seu trabalho pronto?

Bloco 4: Produção, distribuição e promoção

1 – O senhor se preocupa em utilizar recursos que não prejudiquem o meio ambiente? Já trabalhou com alguma matéria-prima natural? Identifica alguma matéria-prima típica da região Sul-baiana?

2 – Quanto o senhor produz por mês? Esse total é alterado nos meses de maior visitação turística?

3 – Conhece o público-alvo do seu produto?

4 - Além do *Shopping* do Artesanato Grapiúna, há outros pontos de venda? Onde?

5 – Possui *website*, *folder*, cartão de visitas, álbum com portfólio?

6 – Possui patrocínio de alguma personalidade, empresa ou organização não governamental?

Bloco 4: Processo – Integração com os setores público, privado e terceiro setor

- 1 – Como é a sua relação com a Associação de Artesãos de Itabuna (Aiart)?
- 2 – O senhor faz parte de outras ONGs (municipais, estaduais ou nacionais)? Em caso positivo, com que resultados?
- 3 – Como é a sua relação com a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania (Ficc)?
- 4 – E com o Sebrae?
- 5 - Há relação com a Secretaria de Agricultura e Turismo do município?
- 6 – Já participou de algum curso profissionalizante oferecido pela Secretaria de Educação e Cultura do município?
- 7 – Como é a sua relação com os empresários locais?
- 8 – Como é a sua relação com os turistas?
- 9 - O senhor participa de alguma atividade junto às IES regionais?
- 10 – O senhor ensina aos colegas as técnicas que aprende/desenvolve?

Bloco 5: Direitos de autor

- 1 – O senhor já pensou em proteger legalmente o seu trabalho?
- 2 – O senhor conhece as leis de propriedade intelectual? E de proteção ao patrimônio imaterial?
- 3 – O senhor concorda que a produção cultural deve ser protegida ou acredita que ela deve circular livremente?

Bloco 6: Economia

- 1 – Quais as potencialidades que o município oferece para o seu trabalho?
- 2 – Que ameaças existem?
- 3 – O senhor obtém com o artesanato uma renda à altura do desejável ou desenvolve alguma atividade complementar?
- 4 - Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. O senhor participa de tipo de ação ou projeto fundamentada na EC em Itabuna?

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO E CULTURA DE ITABUNA

Entrevistado (a): Gustavo Lisboa – Secretaria de Educação e Cultura de Itabuna (BA)

Local: Gabinete do Secretário de Educação e Cultura de Itabuna, Prefeitura Municipal de Itabuna. Av. Princesa Isabel, 678, São Caetano, Itabuna (BA)

Data: 17 de janeiro de 2007

Horário: 15h00minh

De que modo o sistema de educação municipal estimula a produção e o consumo cultural?

O modelo de Itabuna é de ciclo de formação humana, não é um modelo seriado. Por isso mesmo nós já temos um atendimento ao aluno que preserva, dentre outras coisas, o currículo cultural, que é fundamental para que esse aluno consiga carregar para a escola não apenas o que a escola ensina, mas também aquilo que ele já tem consigo mesmo. Aí entra toda a parte de diversidade cultural, étnica, racial e diferenças que acabam influenciando no conjunto da escola. Esse é o ensino regular que nós temos, do 1º ano ao último ano do ensino fundamental. Além disso, nós temos também diversas atividades que são projetos interligados que contribuem muito no processo de aprendizagem e assimilação da própria cultura local, como é o caso do “Arte e diversidade”, do “Arte e educação”, do Programa “Pátria amada”, que trabalhamos aqui e que privilegia inclusive a questão do aproveitamento de sucatas com a educação infantil; diversos painéis que são construídos pelos alunos do Ensino fundamental; além dos projetos de captação de recursos que nós temos, como o projeto de Teatro que tivemos esse ano, com recursos captados junto ao MEC, com alunos das escolas da rede [municipal]. Tivemos a inscrição e aproximadamente 300 alunos e concluímos o trabalho com a culminância teatral há mais ou menos dois meses. Eu acho que esses pontos são importantes. Além disso, também temos uma escola profissionalizante que lida diretamente com as questões de cabeleiros, artesanato, corte e costura etc., que são atividades que também permeiam esse modelo educacional.

O senhor está se referindo à escola Zélia Lessa?

Sim, é o centro profissionalizante Zélia Lessa. Que precisa de mais implementações, mas que hoje trabalha com uma quantidade de cursos que seriam interessantes para sua pesquisa. Você poderia ir até lá para verificar.

Existem, no quadro curricular do ensino fundamental e médio, referências à cultura regional?

Claro. Como eu coloquei, o currículo tem como abordagem a questão cultural. Os temas da vida são discutidos no cotidiano escolar junto aos saberes do aluno. Então o foco do professor passa a ser o aluno em si, a sua avaliação pessoal, que tem que ser processual e continuada, de maneira que esse aluno consiga progredir de maneira responsável, mas que leve em consideração toda a sua prática familiar, social que é fundamental, não necessariamente uma matriz curricular, que já vem designada de fora, engessada, com todas as áreas de conhecimento específicas, definidas, mas que esse currículo seja trabalhado junto com o professor, com a equipe gestora da escola, com os coordenadores da escola.

Quantos cursos profissionalizantes de artesanato existem hoje em Itabuna? De que forma os cursos estimulam o uso de temas regionais?

Em termos de cursos de artesanato, hoje... a Ficc poderia lhe dar maiores informações. Porque, embora a Secretaria de Educação tenha, ainda, o “codinome” Secretaria de Educação e Cultura, aqui não é cultura. Ela manteve esse nome apenas em função da relação muito forte, inerente, inclusive, entre educação e cultura. Mas aqui nós trabalhamos com a parte de educação. Então a parte regular de ensino do sistema municipal é de responsabilidade da

Secretaria de Educação e a Ficc, que é um órgão da Secretaria de Educação, tem autonomia, como uma Fundação, com recursos próprios, tem uma estrutura e organograma próprios e então... Ela é quem responde pela cultura. Todo tipo de apoio e fomento à cultura é dada pela Ficc.

A Secretaria promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município?

Então, como eu disse, eu acho que essas perguntas devem ser dirigidas À Ficc, e não à Secretaria de educação. Aqui nós temos um sistema municipal de ensino, um sistema regular, com Conselho Municipal de Educação, Conselho de Alimentação, de Recursos Financeiros, mas não implementamos, nem temos o recurso educacional para isso, porque hoje o recurso é carimbado mesmo, então nós temos educação fundamental, educação para jovens e adultos, que trabalha diretamente com o aluno da rede e não com o cidadão de Itabuna. Existe um orçamento próprio da secretaria, mas quem responde, e tem autonomia para responder isso é o professor Flávio Simões, o presidente da Ficc. Essa parte de atendimento institucional aos agentes comunitários, à pessoas da sociedade, ao cidadão é realizado pela Ficc, com verbas de incentivo, de apoio a diversos eventos, a Ficc fez esse ano uma série de eventos e de atividades na música, na dança, no teatro, nas artes cênicas que foram importantes para o município.

E, nesse caso, a secretaria não tem nenhum tipo de atuação junto ao turismo?...

Não. Existe uma Secretaria Agricultura e Turismo no município, então, toda ação turística é realizada na secretaria específica.

Mas não existe nenhum projeto integrado entre a Ficc, a Secretaria de Agricultura e Turismo e a Secretaria de educação e Cultura?

Não, não existe. Aqui nós não temos. Até porque Itabuna não se caracteriza como turística, por conta de questões naturais... Absolutamente! O que existe é um turismo que acontece, inclusive, em grandes capitais e, aqui em Itabuna, tende a crescer, que é o turismo de negócios. Itabuna já tem turismo de negócios, mas não um turismo por questões naturais, não por belezas naturais, necessariamente. Com o Centro de Convenções e o Teatro que estão sendo construídos, eu acho que nós vamos ter a oportunidade de atrair grandes eventos para Itabuna. Mas exceto isso eu não vejo nenhuma possibilidade de Itabuna se tornar um pólo turístico por razões meramente de belezas naturais e até mesmo culturais. O turista que busca esse tipo de atividade se desloca para Itacaré ou até mesmo Ilhéus, mas ele não fica em Itabuna. Exceto se não tivéssemos implementado aqui o turismo de negócios, que eu acho que Itabuna tem perfil, mas não outro tipo de turismo. Essa é uma percepção pessoal.

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?

Eu não conheço a Economia Criativa. Conheço Economia Solidária, mas Criativa não. É uma denominação nova.

SECRETARIA DE AGRICULTURA E TURISMO

Entrevistado (a): Gisliane Lopes Vieira da Silva

Local: Gabinete do Secretário de Agricultura e Turismo Prefeitura Municipal de Itabuna. Av. Princesa Isabel, 678, São Caetano, Itabuna (BA)

Data: 10 de janeiro de 2007

Horário: 13h00minh

Há quanto tempo a Secretaria existe?

Essa secretaria era de Indústria, comércio, agricultura e turismo. O tempo que turismo existe aqui na prefeitura de fato eu não sei. Eu acho que há dez anos... Deve ter há uns dez a quinze anos mais ou menos, mas se desmembrou [da antiga secretaria] em março da primeira gestão de Fernando Gomes, acho que em março de 2004, que teve um desmembramento entre Agricultura e turismo e Indústria e comércio, que ainda não é o ideal, não é? Mas a gente ta trabalhando dessa forma.

Qual o objetivo da Secretaria de turismo?

[Desde] o momento em que eu entrei na secretaria, na verdade, as únicas profissionais da área sou eu e mais duas pessoas. Até o momento em que a gente chegou o único propósito da secretaria de turismo era na área de eventos. Era realização do carnaval, São Pedro, alguns eventos já consolidados que já existem. Com a inserção de eu e mais dois técnicos da área é que a gente está tentando dinamizar mais o trabalho na questão do perfil turístico de Itabuna, que é de turismo de negócios e eventos. Já está sendo feito o inventário turístico junto com a FTC, Emarc, Microlins... Eu acho que a gente termina de executar em março ou abril [de 2007], porque a gente está precisando desse inventário para que a gente possa solicitar a inserção de Itabuna na Costa do Cacau de fato e por Lei, para que a gente possa pleitear alguns orçamentos do Prodetur, que sem entrar na Costa do Cacau não tem como.

Itabuna possui planejamento integrado para o desenvolvimento do turismo?

Do turismo só, não. A gente está necessitando, porque, na verdade, o planejamento vem a partir do inventário: a gente tem o planejamento, o projeto, as estratégias, aí vai descendo, é uma árvore que vai descendo, então a gente não tem. A gente tem os critérios a obedecer ao longo do ano, um planejamento estratégico ao ano. “Esse ano a gente vai tentar fazer isso...”, uns a curto prazo, outros a longo prazo, que a gente sabe que o efeito não vai ser nem nessa gestão, mas na outra, que vai ter uma continuidade.

Você pode me dar um exemplo?

O inventário. O inventário não vai ser pra agora. A gente vai fazer o inventário, vai fazer o planejamento, a gente ta querendo fazer o planejamento até... 2012, pra que a próxima gestão não mude o direcionamento do município, você sabe que política, querendo ou não influencia, que é junto com o Conselho Municipal de Turismo. Então a gente vai ter a sociedade do nosso lado, independente que quem esteja no poder a sociedade vai cobrar, tanto a sociedade, a sociedade como um todo, as IES, o Conselho, toda a sociedade envolvida. A preocupação da gente é essa, como do planejamento e como o próprio Prodetur, que possivelmente, já vai ta fazendo o Prodetur III, que já está sendo desenvolvido e vai começar a entrar em prática, eu acho que, em 2007 ou 2008. Porque a gente quer que Itabuna já esteja na Costa do Cacau já pra entrar aí, com certeza, só pra 2010 ou 2012 que Itabuna vai receber um orçamento fixo mesmo do Governo Federal.

Como você disse, Itabuna ainda não faz parte da Costa do Cacau para o Prodetur, mas faz para o Programa de Regionalização do Turismo, da Bahiatursa.

Com certeza, porque a Bahiatursa é um órgão de promoção. Pra promover o destino ela tem autonomia pra fazer o que ela quiser. Até porque, Itabuna, na Costa do Cacau é uma cidade de importância porque ela é de comércio. A própria Costa do Cacau precisa de Itabuna pra se auto-sustentar. É histórico, não tem pra onde ir. A questão de Itabuna é oficial porque, na verdade, Cláudio Taboada veio pra cá e oficializou de Itabuna na Regionalização. Mas oficialmente, pra que ela possa pleitear direitos sobre financiamentos de projetos ela não está [na Costa do Cacau]. O que a gente conseguiu no ano passado foi que Itabuna, através de algumas instituições, participasse do Conselho do Pólo Litoral Sul, que é quem aprova os projetos para o Prodetur. Que é Costa do Cacau e Costa do Dendê. Não se você sabe que é juntou e então a gente tem um contato muito grande com o Governo de Ilhéus, porque a nossa estratégia, na verdade, era de que a Costa do Cacau como um todo, independente do número de municípios, tomasse a maioria das cadeiras, porque na última eleição, há dois anos atrás, a Costa do Dendê engoliu a gente. Engoliu e a gente ficou totalmente desequilibrado em relação a questão dos projetos nos dois anos. Então a gente fez uma estratégia muito grande no ano passado, Ilhéus, Itabuna, Itacaré, todas as cidades... e a gente foi pra eleição no ano passado, se não me engano em setembro, e conseguimos. Conseguimos, não a maioria, mas equiparou [o número de cadeiras], pra quem estava em minoria, equiparou. Pra quem não está na Costa do cacau a gente já tem uma representatividade muito grande, porque a gente está com o objetivo de, por mais que não entre agora na Costa do Cacau [para o Prodetur], a gente está participando do processo, a gente está presente, a gente está vendo, a gente está com interesse. Então a gente tem FTC, FacSul, Aiart e a Fundação Jupará. E a gente não tem direito a voto, mas tem direito a voz como município, que a gente participa sempre.

Da Bahiatursa para cá, já aconteceu alguma ação?

Pra mim a melhor iniciativa foi o inventário. Foi uma iniciativa que, eu acho, já tem dois governos que tentam fazer e a gente está fazendo isso agora, com muita dificuldade.

Existem alguns projetos de pesquisa na UESC sobre o Inventário em Itabuna. Existe algum tipo de parceria entre a secretaria e a Universidade nesse projeto?

Não. Na verdade a gente adotou o método do Ministério do Turismo. Porque é o padrão oficial e a gente tem que estar dentro do padrão. Por mais que você tenha acesso a outras técnicas e outras metodologias, a gente tem que estar dentro do padrão. A gente tem que ter o que é oficialmente usado. Embora não mude muito.

Mas essas pessoas que estão desenvolvendo esse projeto dentro da UESC estão trabalhando em parcerias com vocês?

Não. A Uesc, não. Porque o inventário é uma proposta do Conselho Municipal de Turismo de Itabuna com a gente. Quando eu cheguei na secretaria, eu e outro turismólogo, a gente viu algumas situações que, para quem sai de um curso sempre meio deslumbrado, vê que, na verdade, a teoria na prática não é bem assim que funciona, ainda mais em órgão público. A gente foi numa conduta em 2004 e 2005, batendo na tecla, não dava certo, não dava certo... porque no próprio Conselho a gente tem dois membros do núcleo de turismo da Uesc e não são efetivos! Não tem nenhuma representatividade. Fica complicado porque se o Conselho Municipal é pra restringir essas relações... eu vou sair daqui pra ir lá? Não vejo porquê. Porque eles me cobram enquanto município, como órgão e eu faço o meu papel, com dificuldades ou não, e estou tentando fazer o meu papel. A Uesc, como instituição científica tem que fazer o papel dela. E não faz. A Uesc não faz. Dentro do Conselho Municipal de Turismo em Itabuna, não faz. Eu estou no Conselho, acompanhando desde quando eu entrei na secretaria, há dois anos, não faz. Se não me engano, teve a presença de Élfon, uma vez

... Representando a Pró-reitoria de extensão...

É... Élson que também é da FTC. Eu não sei se ele estava representando a FTC ou UESC, porque foi uma vez em que Professora Isabel [Pacheco, coordenadora do curso de Turismo da FTC] não pôde ir, porque FTC é muito presente, FacSul, então, Microlins, alunos da Emarc, quando os professores não vão os meninos vão. Quer dizer, é complicado. Eu acho que a representatividade da Uesc, se não me engano é de professora Josefina. E nem faz... Eu acho que ela nem está sabendo que o inventário está sendo feito. Porque não foi noticiado, eu mesma, enquanto órgão, não quero noticiar à comunidade, só quando estiver pronto. Eu acho que há tempos atrás ela noticiou que estava fazendo, com uma metodologia... A gente já está em campo, trabalhando metade do município, a gente já trabalhou metade do município. A gente está terminando a área rural com a ajuda da Ceplac e a outra metade está esperando a volta dos alunos [do período de férias], conseguimos o programa de tabulação com o Ministério do Turismo, sem dificuldade nenhuma!

Quem está inventariando são os alunos?

São os alunos da FTC com a coordenação de professora Claudia, professora Renata [Reis], que são coordenadora de estágios da FTC, Gustavo Susáh, que é o presidente do Conselho e professor da Microlins, tem um coordenador do curso de hotelaria a Emarc, acho que o nome dele é Sergio, se não me engano, professor Roberto Mendonça que é da parte de projetos. É basicamente eu, professor Roberto, Gustavo Susáh e professora Claudia, representando a FTC, mas a Uesc....

Que etapas do programa já foram implementadas no município? Com que resultados?

Eu não consegui ler todos os módulos, li alguns pedaços. O contato da gente com a Bahiatursa era Aline Zorthéa, que agora saiu da Bahiatursa e está aqui na região com a gente. Quem dava o apoio técnico todo à gente era Aline. Mas eu, sinceramente, não sei lhe responder. Bom, eu lembro que sensibilização teve, mobilização teve... Foi pra ir por Salão [do Turismo]... É a parte de mobilização já teve, já. Se eu não me engano está na terceira fase.

Eu me lembro que, em Ilhéus, aconteceram dois fóruns. Um fórum informativo sobre o salão do Turismo e outro mais recente. Mas eu me lembro que só trataram de Ilhéus.

É eu lembro. Eu estava lá. Eu estava lá, mas eu não sou muito de falar... Aline queria que eu apresentasse, mas eu achei que na hora não tinha por quê, porque a gente estava tratando do Salão, do processo de Regionalização, que já estava pronto. Só faltavam oito dias para acontecer, então não tinha porque mudar o que já estava pronto pra ir pra São Paulo. O negócio está pronto, não pode mexer e tem que trabalhar o que está consolidado e mudar algumas coisas que não estão dando certo. Não tem porque você estar mexendo no que está pronto. Até porque Itabuna não tem nada pra botar. Foi complicado. A gente foi em todas as oficinas, a gente estava lá, viu como é que funciona, pra quando puxar pra cá a gente já saber o nível de padrão que tem que ficar. Naquela ocasião do salão a gente estava trabalhando com um roteiro que já estava pronto, que, quando veio de Salvador, não podia ser modificado, no máximo algumas pequenas alterações, porque não tinha tempo.

O roteiro veio pronto de Salvador?

Não. O roteiro foi do Salão antigo. Em 2006, foi trabalhado o roteiro de 2005. Só que não pode mudar, não pode pegar uma coisa que está dando certo e botar uma coisa totalmente diferente, tem que dar continuidade ao que está dando certo, mudando ou aumentando as árvores, como foi o caso do ano passado, pegou-se o que deu certo, o que estava consolidado, e fez algumas agregações naquilo que já estava formatado e poderia garantir uma qualidade para vender [o destino].

Itabuna foi “vendida” no último salão de turismo?

Não. A gente foi pro Salão vender o carnaval, em 2005 e 2006. E vendeu muito bem.

Você confirma a informação de que, em 2007, Itabuna não terá carnaval?

Sim. Por uma questão orçamentária, de poder maior. Como secretaria, a gente não tem poder de voz... É uma questão que está fora de nossa alçada. É muita sobrecarga para o município, porque a responsabilidade do carnaval é toda do município. É muita coisa. E o Estado aproveita disso. Itabuna estava conseguindo atrair turistas internacionais e o Estado aproveita disso, mas dá algo ninguém dá! Aí não dá pra segurar os custos. É complicado só o município arcar com um carnaval... No ano passado Itabuna recebeu uma média de 350.000 visitantes à noite! Nós fizemos uma parceria com as agências de viagens de Ilhéus para que eles trabalhassem dentro do roteiro “carnaval de Itabuna”. Foi um carnaval muito bom e muito grande. E Itabuna, pelo perfil que tem, de turismo de negócios e eventos, teria que ter novamente. Eu acho que deveria manter o padrão [do carnaval] do ano passado para se consolidar no ano que vem. E o São Pedro também, além de outras festas tradicionais de Itabuna, mas é complicado porque é só o município que banca. Eu acho que Itabuna, Ilhéus e as cidades da região ainda estão com aquela cultura de que a responsabilidade é toda do poder público. E é complicado porque o poder público não faz tudo, porque cada administrador tem uma cabeça, cada um vai puxar para aquilo que mais entende.

E a iniciativa privada?

Não se manifesta. Cobra do poder público em tudo! É assim em Itabuna e, pelo que eu conheço, Ilhéus também é assim. Por que, como técnica, penso que o poder municipal dá o básico. A iniciativa privada é que tem que promover. Eu estou lhe dando estrutura, eu estou lhe dando apoio. Quem está ganhando não é você? Quem tem que investir é você. Porque na verdade o poder público é uma administração. Em verdade é só gasto. É bom para município porque movimenta comércio, hotelaria, movimenta 52 setores. Será que 52 setores não podem se reunir? É uma questão de mentalidade fechada. É tanto que este ano a gente está com um projeto para trabalhar com palestras junto ao *trade* turístico. Uma palestra a cada três meses, com técnicos da Bahiatursa, técnicos de fora, pra ver se começa abrir a mente em relação ao trabalho em parceria no turismo. A gente pontua o seguinte: a gente faz um planejamento estratégico para ser desenvolvido ao longo do ano. O ano passado não teve e esse ano, em janeiro ainda, a gente não sabe da questão orçamentária. Até isso a gente tem que ver... Você não vai bater na porta de um dono de restaurante, de um hotel, eu, enquanto instituição pública, pedir uma parceria para promover uma palestra pra eles mesmos. Eles não vão concordar! Pelo menos aqui não vai dar certo. A gente tem que promover, a gente tem que instigar, meio como um animador, cutucando, cutucando, da primeira, segunda até que possa existir uma manifestação deles, de querer vir, querer participar, ver como é que anda... Mas até o momento é a gente que está cutucando. Lembra de um seminário que teve na Uesc ano passado, de medicina? A gente fez um trabalho junto com o CDL e o Sebrae, a gente montou um *stand* e foi buscar o restaurante, em cada restaurante, pra buscar o turista que estava lá e trazer para Itabuna, entende? E deu certo. Com muita dificuldade, mas pela expectativa que tínhamos, deu mais que certo. Mas podia ter um resultado melhor, se tivesse o apoio de mais empresários.

Que tipo de turismo a secretaria deseja implementar em Itabuna?

Não é tipo de turismo que a secretaria “deseja” implementar, é o tipo de perfil que o município tem. A gente não tem que desejar nada. Então o município tem praia e a gente vai querer fazer um negócio louco, vai querer fazer um turismo histórico onde só tem praia, não

tem cultura nenhuma? É o perfil que o município tem. Está mais do que na cara, que Itabuna tem perfil de turismo de negócios e eventos. Mas eu não posso dizer isso, nem você. Quem tem que provar são as pesquisas. A gente já está fazendo as pesquisa e isso está muito claro. E tem mais: a gente descobriu que Itabuna tem uma variedade para turismo rural e agricultura familiar que eu até sabia que existia, mas não que era tão grande. Devido ao retorno das pesquisas da Ceplac nós nos forçamos a ir em campo. Depois de turismo de negócios e eventos, Itabuna tem ainda vertente muito grande para turismo cultural e rural.

Turismo cultural também?

Turismo cultural também, pouco, mas tem. Tem a casa de Jorge Amado, tem o museu Casa Verde, que está naquela situação complicada, mas tem sim. Itabuna tem uma história muito grande e, pessoalmente, eu acho que muito rica. Apesar de eu não ter muita ligação com a área cultural, mas eu sei que é muito rica.

E sobre o perfil de Itabuna para turismo de negócios e evento que você se refere, você fala do ponto de vista o turismólogo ou existe uma pesquisa concluída apontando para essa informação?

Existe o inventário, que é feito pra provar que perfil o município tem. Como técnica, eu sempre pensei que o turismo de Itabuna é de negócios e eventos. E a pesquisa está me levando a crer que é realmente isso. Mas eu só vou afirmar isso quando estiver concluída a tabulação de dados. E depois, não se pode trabalhar com uma coisa só, tem que ir abrindo árvores, novas vertentes... Se o nosso trabalho tiver uma continuidade na próxima administração, seja ela qual for, seguir o plano de turismo que a gente ta querendo fazer depois do inventário, projetado para até 2012... E quando eu falo “querendo” é porque a gente bate com muitas coisas, por exemplo, na hora de fazer o inventário, ninguém aparece, na hora do plano, ninguém aparece, mas depois do “menino criado, bonito”, todo mundo quer ser “pai”. A gente se reúne muito com o Conselho Municipal [de turismo]. O Conselho Municipal tem dezoito pessoas. Eu nunca fui a uma reunião em que estivessem mais que seis. Eu trabalho muito em parceria com o Conselho Municipal. Eu faço parte do Conselho, minha cadeira lá é parte do município. E a minha base no projeto é do Conselho. Lá eu tenho Roberto Mendonça que é técnico, tenho a coordenadora do Curso de Turismo da FTC, um presidente que é também turismólogo e especialista, tem o coordenador do curso da Emarc, em Uruçuca, pessoas que trabalham com turismo há mais de dez anos, tem ainda a Associação Comercial, as agências de viagens, quer dizer, a gente está muito bem estruturado. A um consenso dessa maioria, não é possível que a sociedade seja contra. Eu acho que as pessoas, em Itabuna, que mais entendem de turismo no momento estão reunidas. Para o que estava quando começou eu vejo um grande avanço. A gente está com contatos em toda a Costa do Cacau, tem contato com todas as prefeituras, com a Bahiatursa, mesmo com o novo governo, tem contato com a secretaria de turismo do governo do Estado, Ministério do Turismo, então nossas articulações são realmente muito boas. Enquanto a gente não estiver dentro do padrão, dentro da Costa do Cacau [para o Prodetur], que é também uma questão política, que envolve toda uma articulação que até foge à nossa alçada, a gente não tem muito que pleitear. Esse ano, o que a gente está pesquisando muito aqui na secretaria são verbas, direto do Ministério do Turismo, que a gente pode pleitear sem necessariamente estar na Costa do Cacau. A gente vem sempre para a prefeitura pela manhã [fora do horário de funcionamento], pesquisa muito na internet sobre projetos, como o da Casa de Jorge Amado, que já foi adaptado e enviado. A gente só está aguardando aprovação. Tem outro projeto enviado que é da Ficc, se não me engano, se chama “Itabuna: a terra da capoeira”. Que, na verdade, pelo contexto histórico, a capoeira nasceu aqui, na região. Eu não sabia. Em relação a Ilhéus, a capoeira é muito mais forte aqui

em Itabuna do que lá. Os grupos e professores daqui organizam eventos, trazem mestres de fora para cá. Não fazer intercâmbio na Inglaterra... Por aqui só temos esses dois projetos.

Você falou sobre a casa de Jorge Amado. Uma das coisas que estudamos no curso de turismo é o trabalho em parceria com a comunidade. E o que sempre se ouviu dizer é que a comunidade era contra esse projeto. Como está sendo esse trabalho da secretaria com a comunidade de Ferradas? Está havendo apoio local ao projeto?

Se você não sabe, existe um roteiro para trabalhar Ferradas como um roteiro turístico próprio. E a Casa de Jorge Amado vai ser um prato cheio pra eles. Eu nunca tive contato com a comunidade de lá. Quando eu cheguei aqui o projeto estava pronto, que é de longas datas, é um projeto de muito tempo atrás e a gente ainda não trabalhou com ele. Uma das coisas da última reunião do Conselho é que a gente vai ter esse contato agora, porque a gente quer promover Ferradas como roteiro independente de Itabuna, porque lá também tem o perfil do turismo rural. Mas nós, como secretaria, não tivemos ainda contato com a comunidade. Nessa parte de inclusão, não tivemos contato, não para partir para a inclusão social. A gente trabalha a inclusão social junto com outras comunidades, com os meninos do Peti [Programa para a Erradicação do Trabalho Infantil], com a Secretaria de Educação. A gente solicita a ela que, como o turismo é uma matéria aprovada pelo MEC, como substituta, durante três meses, em algumas escolas. A gente vai até algumas escolas, dá palestras, chama pra vir até a secretaria. Elas solicitam muitas estagiárias e a gente leva elas pra trabalhar junto com a comunidade, com cursos profissionalizantes de computas, artesanato e as meninas vão lá dar um apoio de *marketing*. O trabalho de inclusão social da gente, até o momento é esse. E também tem o objetivo de Trabalhar com o *trade*. A gente tem que fazer uma mobilização urgente com o *trade* que é quem tem o poder, o capital e é quem pode gerar...

A Secretaria promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município?

Só a feira de artesanato que acontece todo ano. A gente sempre dá apoio a seu Rubens... o primeiro ano foi melhor porque a gente pode dar um apoio logístico melhor. Alguma coisa com a Fetag, que tem uma feirinha itinerante e sempre está nos solicitando que leve artesanato. A Fetag faz parte do Pólo Litoral Sul, é um movimento social dos sem terra daqui de Itabuna e ela sempre está levando os artesãos aonde tem essas feiras itinerantes de agricultura, sempre lava os índios. Em verdade, eles, como associação, promovem e pedem apoio logístico à gente. Eu lembro que no primeiro ano de Conselho eles tinham um projeto de um Congresso de Artesanato da Região Sul. É uma revitalização que já existiram três ou quatro e a gente estava querendo revitalizar. Quando eu falo “a gente” eu estou me referindo ao Conselho, não ao poder público e o Conselho está querendo ver se realiza esse ano. Nos outros anos foi muito bom, a demanda é grande na região, junto com o Sebrae que é parceiro em cursos profissionalizantes e palestras. Foram três dias, se não me engano, na FTC. A nossa parceria com os artesãos é mais em apoio logístico.

A secretaria de turismo possui algum projeto futuro *linkando* a cultura ao turismo no município?

Com a cultura, não. Bem, de cultura eu já falei, tem os projetos da Casa de Jorge Amado e Itabuna: terra da capoeira. Nós, enquanto secretaria, nos preocupamos muito com a situação de Itabuna. Itabuna não está organizada ainda. Não adianta fazer propaganda, ir pra fora, porque não temos nada formatado. Vai trazer gente pra cá pra quê? Vender o quê? Essa prestação de serviços horrível? Porque sai daqui falando mal e leva dez. Antigamente levava dez, hoje em dia tem uma pesquisa de *marketing* que diz que quem fala mal leva vinte! E quem fala bem só traz dois. Então Itabuna não está preparada. Itabuna tem uma infra-estrutura muito boa. Então ela tem que arrumar a casa dela, tem que ser alicerçada. Qual é o primeiro

passo pra fazer o município se tornar turístico é o quê? O inventário! Estamos fazendo o inventário, sem esquecer do resto. A gente trabalha na mobilização com o *trade*, inclusão social, mas nada muito grande. E depois? O plano de turismo. Vamos fazer o plano de turismo. Enquanto isso vai fazer o quê? Os projetos do ministério do Turismo. Sinalização, o que pode ser feito. Tem que estruturar a cidade. Não adiante ficar imaginando “megacoisas” numa cidade que ainda não tem estrutura. Eu queria muito que fosse muito rápido, entende. Sinalização etc... e que essa administração, que é a minha, tivesse sucesso, porque aí o sucesso profissional viria pra mim. Mas se tiver que ser para a próxima gestão, vai ser pra próxima. Mas eu quero deixar o meu pedaço arrumado: “olha, eu fiz isso aqui!”. Porque turismo, querendo ou não, é longo prazo. O meu trabalho está aqui. Agora, daqui em diante, vocês vão arrumando, arrumando até dar certo. Tem tudo pra dar certo. Eu acredito que pode dar certo.

O que tem que ter consciência é de que o município não vai fazer tudo, e não faz em lugar nenhum. Não faz e não deve fazer mesmo, a não ser que o município só se sustente de turismo. Itabuna é altamente comercial, industrial, saúde, agricultura... Se quem mexe com turismo não acordar pra engolir, não dá.

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Existe algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?

Não. A secretaria não participa de nenhuma ação que reúne cultura e turismo. A gente tem muita ação, e nunca são ações isoladas, mas em relação à cultura. Porque na verdade, a secretaria sofre muito com essa separação, cultura para um lado e turismo para outro. Eu, como profissional, acho que cultura e turismo estão ligadas. Então tudo que envolve cultura é de autonomia da Ficc, não é de autonomia da gente. Por mais que venha pra gente, a gente entra em contato com a Ficc e a gente trabalha em parceria, por que é ela que está habilitada pra trabalhar com cultura, ela trabalha com os artesãos... A gente trabalha muito em parceria com a Ficc.

E como funciona essa parceria?

Um exemplo é o Concurso de Fanfarras. Itabuna tem uma história de Concurso de Fanfarras. Itabuna já foi campeã de Concurso de Fanfarras em São Paulo, e eu participei. Era de parar a Beira Rio, na época. Então a gente trabalha com alguns resgates culturais, as pessoas vêm até a gente e a agente tenta intermediar com a Ficc. Então já vai tudo pronto para a Ficc. Tem algumas ações como essa... E a Ficc também tem muitas ações isoladas, que envolve cultura e não envolve agente. Querendo ou não são eles que têm autonomia pra trabalhar com cultura. Só solicitam a gente quando tem algum trabalho logístico ou quando o projeto é muito amplo. Aí tem que envolver muita coisa. Teve concurso de Fanfarras ano passado, regional. Teve mais, mas eu não me lembro bem.

FUNDAÇÃO ITABUNENSE DE CULTURA E CIDADANIA

Entrevistado (a): Flávio Simões Costa – Presidente da Ficc

Local: *Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania* – Praça Laura Conceição, 339, Centro – Itabuna (BA).

Data: 22 de fevereiro de 2007

Horário: 14h15minh

Há quanto tempo a Ficc existe?

A Ficc é uma fundação criada por Lei municipal desde o ano de 2001, portanto ela tem seis anos de existência.

Qual o objetivo da Ficc?

É ser um instrumento municipal de divulgação e de incentivo à cultura em suas várias manifestações, buscando dar apoio aos emergentes, ajudar em algumas publicações, gente que trabalha com poesia nova, evidentemente que isso passa por um crivo, em fim... Incentivar as manifestações culturais, a exemplo do folclore, tentamos fazer um auxílio na época do São João para as quadrilhas, uma atividade de estímulo às várias expressões da cultura e da cidadania.

Que ações, de curto, médio e longo prazo, a Ficc promove junto aos artesãos do município? Com que parcerias?

A relação da Ficc com os artesãos se dá através de um *Shopping* do artesanato, com administração própria. A idéia é que eles, tendo um local próprio para expor seu artesanato e nós incentivamos a criação de uma associação de artesãos, que, em verdade, já existia, nós apenas trabalhamos o estatuto, para colocar algumas coisas... Toda vez que essa associação necessita de algum recurso para promover uma feira, às vezes até para viagens para expor em outras cidades, recurso para divulgação, nós publicamos *folders*, e tentamos disseminar isso em hotéis e locais de turismo, sem muito sucesso, aliás, diga-se de passagem. Então a relação da Ficc com essa atividade de artesanato passa pela Casa do Artesão [nomenclatura dada ao antigo espaço da Aiart, onde hoje se localiza a sede da Ficc. Muitas pessoas ainda se referem ao *Shopping* do Artesanato Grapiúna como Casa do Artesão] e pela Associação dos Artesãos de Itabuna.

Qual porcentagem da arrecadação municipal é direcionada para a cultura?

Eu não sei ao certo, eu lhe diria, talvez, em torno de 0,57% e isso é um dado bruto. O nosso último orçamento [anual] foi de um milhão seiscentos e treze. Isso é uma dotação orçamentária, não significa que esse dinheiro todo vem para a Ficc porque orçamento é previsão. Como as prefeituras estão em crise financeira devido a essa política de retenção do Governo federal, o que a gente nota é que muito dos projetos, muito da expansão das atividades da Ficc fica limitado face à carência de recursos.

Que porcentagem do orçamento da Ficc é investida em artesanato? Com que periodicidade?

Não existe um percentual definido no nosso orçamento. Não existe estatutariamente uma obrigação de a gente estabelecer um valor para esse fim. Como eu disse, a nossa relação com o artesanato em Itabuna é via Associação de Artesãos e a Casa do Artesão e toda vez que eles têm alguma dificuldade a gente tenta apoiar com os recursos que a gente tem, mas não há um percentual definido no nosso orçamento para isso. Eles andam com os próprios pés. Isso é uma coisa que eu estou constantemente olhando. Mensalmente eles preparam o balancete de receita e despesas que dá para cobrir as despesas deles. Eles têm dificuldades, por exemplo, pelo que me chega, de que os sócios não colaboram no sentido de dar assistência, de ficar lá

na Casa do Artesão, atendendo os turistas, para vender, não, eles simplesmente botam seu artesanato lá e pronto. Tivemos até uma reunião e eu chamei a atenção para isso. Embora não seja uma cooperativa, isso aqui funciona como uma cooperativa. Não é uma casa de negócios onde vocês colocam seu artesanato e vão embora, não! Tem que vir aqui, comparecer, discutir, conversar, bater papo com seus colegas, ver as possibilidades de uma criatividade desse material todo de artesanato que é feito aqui, inovar, porque algumas coisas são extremamente repetitivas e por serem repetitivas não tem a possibilidade de venda...

O município recebe algum tipo de verba federal ou estadual para a cultura?

Existe. Existe uma coisa chamada Fundo de Cultura, do Governo Estadual e existem as verbas do Governo Federal, mas não chegam. A grande verdade é essa. O Fundo de Cultura, por exemplo, repassa. Repassou duas vezes, durante os dois anos que eu estou aqui, o Fundo de Cultura repassou alguma coisa que veio para aqui, mas o Governo Federal não repassa nada. Ele apresenta projetos, até fizemos, mediante um deputado que levou ao Ministério e acharam muito interessante e ficaram de dar uma resposta, resposta essa que nunca chegou. E era um trabalho que a gente queria fazer de disseminação artística nas escolas, sobretudo escolas de periferia. Um projeto de incentivo, um teatrinho de escola, levar uma professora de artesanato para trabalhar com eles em madeira, uma coisa desse tipo, levar cinema, com filmes escolhidos, música erudita, mostrar que não é uma chatice, que tudo isso tem uma razão de ser e tudo isso demandaria pagamento de professor, deslocamento, equacionamento... Um projeto muito bonitinho, mandamos, mas infelizmente não veio nem resposta, muito menos recurso.

Itabuna participa, através da assinatura de protocolo de intenções ou presença na 1ª Conferência Nacional de Cultura, do Sistema Nacional de Cultura?

A rigor eu não conheço isso. Honestamente. Não me chegou essa informação. Parece que foi realizada o ano passado essa conferência, não é? Vai ser anual? Com quem a gente entraria em contato para criar esse contato? Eu queria até que você me desse essa informação

Com o Ministério da Cultura, pela internet mesmo é possível saber mais. Na página do MinC o senhor vai encontrar muita informação sobre o SNC, inclusive os relatórios da 1ª CNC, que estão disponíveis para *download*...

Eu vou ver se localizo isso. Tem data marcada?

Eu não tenho essa informação agora, mas é só acessar a página do MinC que as informações necessárias para participar estarão disponíveis.

Eu vou providenciar isso ainda hoje.

A Ficc incentiva o cumprimento da Lei Rouanet junto à iniciativa privada do município?

Existe, no município, uma Lei de incentivo fiscal em contrapartida a incentivos, sobretudo financeiro, que as empresas locais poderiam fazer. Se tentou fazer isso aqui com várias empresas, inclusive empresas grandes, mas não logramos êxito. Uma das justificativas é de que eles direcionam esse recurso, afirmando: - “Nós temos um departamento específico para esses assuntos, localizado em São Paulo, e só encaminhando a solicitação para lá...” Eu fiz então um ofício e encaminhei para lá, pedindo um auxílio à Petrobrás, que instalou perto de Ferradas um terminal, seria uma coisa justa a Petrobrás ajudar, mas disseram que estavam com uma listagem do Ministério da Cultura centralizada... Em fim, a verdade é que nós não conseguimos ainda. Pedimos à Nestlé, mas eles são completamente refratários. Dizem: “Ah, isso dá trabalho, quando a gente vai fazer o encontro de contas, o repasse nunca dá certo!...” Até o Fundo de Cultura, que é manejado diretamente pela Secretaria de Cultura em Salvador.

Tem essa possibilidade e eu tentei por tabela, tentei Trifil, grandes empresas que vieram para Itabuna, como a Petrobrás, para ver se a gente faria isso via Salvador e Salvador enviaria esse recurso para cá, mas não logramos êxito, não há receptividade. Parece que não existe ainda a “cultura” de auxiliar a cultura! Não existe! Os empresários ainda não pensaram nisso.

Há políticas municipais de incentivo à produção e distribuição de artesanato?

Não. Parcialmente, não existe. Esse incentivo, esta estimulação a gente faz, repito mais uma vez, via Associação de Artesãos e Casa do Artesão. É o veículo que a gente está sempre trabalhando. Quando tem alguma coisa, por exemplo, de artesanato, fora da cidade, a gente dá as passagens para que eles possam se deslocar... Fizemos um curso ano passado, de duração de dois semestres, sobre artesanato, convidamos os artesãos e eles compareceram. Um pequeno grupo veio... Então essa é a política que a gente administra no sentido de incentivar não só a produtividade mas também fazer aparecer o artesanato de Itabuna, que, diga-se de passagem é muito pobre, artisticamente, não é muito expressivo, embora não se deva esperar o artesanato como produção artística, mas está claro dentro do seguimento. Face à própria pobreza da produtividade, porque não temos um volume expressivo de artesanato... Há poucos dias eu fui a uma cidade perto de Valença ver um grupo de escultores trabalharem, comprei até umas peças, e a cidade vive disso. Tem milhares de ceramistas, inclusive alguns famosos... Então tem o que se estimular, mas aqui em Itabuna só tem meia dúzia de gatos pingados! Outro dia o presidente da Associação estava me dizendo uma coisa interessante: ele tem x número de associados e esses associados não comparecem, não vivenciam o mundo do artesanato, não se encontram, não se ajudam, não participam, são associados só para colocar o produto à venda. Então estava ocorrendo coisas do tipo, aparecendo pessoas que iam comprar coisas de fora para revender lá na Casa do Artesão. Quando isso foi denunciado pela concorrência, nós proibimos isso. Então até o número de associados efetivos não é expressivo.

Há políticas municipais de incentivo aos iniciantes no ramo?

Não, não.

Há políticas de incentivo a articulações entre Associações de Artesãos e iniciativa privada ou outras entidades da sociedade civil e do terceiro setor?

Não. Isso não funciona, em verdade, não existe. Não só pela questão estrutural do ambiente cultural da cidade, quanto, não me parece que os artesãos da cidade busquem esse tipo de incentivo. Até na questão da comercialização, que é concentrada na Casa do Artesão. Eu disse: Eu acho que vocês deveriam fazer uma política de buscar vender para turistas, em Ilhéus. Eles disseram que iam buscar, mas parece que eles se acomodaram com a idéia de ter um mercado próprio, de ter um local específico para vender e então não buscam esse tipo de incentivo.

A Ficc possui projetos futuros para o setor artesanal? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?

Os projetos futuros de ação da Ficc estão sempre no plano do estímulo. O estímulo às chamadas “artes populares”, onde se encaixariam o artesanato. Nós tentamos aqui oferecer um curso de escultura. Trouxemos uma pessoa aqui para isso, mas foi um fracasso. Até os artesãos que a gente convidou para vir manejar o barro, ver como é, como se prepara o barro para melhorar sua capacidade de esculpir... Infelizmente o curso deixou de funcionar por falta de interesse de pessoas voltada para isso. Essa dificuldade, me parece, que está ligada à própria, não sei se a expressão cabe, mas à própria “carência” de elementos culturais, sobretudo, populares, na cidade.

A Ficc apóia projetos para o turismo em Itabuna?

A política municipal para o turismo é concentrada na Secretaria de agricultura e Turismo. Então não está previsto nas atividades da Ficc o estímulo ao turismo, embora, por exemplo, nesses carnavais anteriores nós tentamos fazer alguns blocos, aqueles blocos populares, que é uma expressão cultural dentro do carnaval que nós estimulamos, mas a barreira é incrível: “E vocês vão nos dar quanto?” Aqui tinha bumba meu boi, tinha coisas desse tipo que podia sair no carnaval... Então a gente fica restrito à atividade de capoeira. A Ficc fica quase sempre restrita à capoeira, considerando a capoeira também como expressão folclórica e ligada a cultura popular... O carnaval é planejado e administrado pela Secretaria de Comércio e Turismo da Prefeitura Municipal de Itabuna. A Ficc não tem nenhuma determinação expressa par que ela se envolva com o turismo.

A Ficc possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município? Em caso positivo, os projetos visam parcerias com outras instituições?

Existe. Um grande projeto é o Museu Ecológico, ligado ao bairro Ferradas, onde se criaria, dentro desse museu, que tem um edifíciozinho que a gente está construindo, onde tem salas previstas para iniciação ao artesanato, uma idéia que se tem dentro desse projeto é de levar alguns jovens do bairro para trabalhar esculturas de miniaturas das personagens de Jorge Amado e venderia. Porque Jorge Amado foi tema de uma idéia brilhante da primeira diretora da Ficc, professora Rita Dantas, que era uma coisa extraordinária para Ferradas. Se você botar uma placa de norte a sul em Itabuna, dizendo “Visite a Casa de Jorge Amado em Ferradas a tantos km!”, as pessoas entrariam. Quando a gente vê as placas convidando para visitar a casa de alguém famoso, como o Santos Dumont, a gente vai. Então é isso que a gente quer fazer hoje, com Jorge Amado, que é um nome internacional. O projeto que nós fizemos logrou aprovação unânime em todos os departamentos da Secretaria de Cultura de Salvador, mas na hora da participação que o Estado daria, seis dias antes do final da gestão, o secretário oficiou que infelizmente não tinha dado o aval... tanto que eu estou indo a Salvador agora, na próxima terça-feira, levar de novo esse projeto para a administração nova, que é mais aberta, então eu espero que esse, que seria então um veículo dentro desse projeto e agente já sabe que tem lá perto, uma pequena “burara”, uma casinha de adobe, o lar todo de madeira, uma “burara” típica, como se descreve. A gente restauraria esse local, faria lá um restaurante, colocaria umas meninas vestidas de Gabriela... Tudo isso está no projeto e seria uma forma de nós nos inserirmos nesse âmbito do turismo, embora um turismo mais dirigido ao incentivo da comunidade, gerando empregos para os jovens que tem uma carência tremenda de atividade remunerada lá em Ferradas. Recentemente nós restauramos o centro ligado à Ficc, a biblioteca, com um grupo de jovens, incentivamos e eles se organizaram, fizeram uma associação e isso está funcionando lá. Nós oferecemos a eles a oportunidade para isso. Sugerimos também a formação de um grupo de teatro, com os estudantes, sugerimos que eles escrevessem as peças sobre Ferradas, sobre a cultura do cacau da década de 20 de 30... Mas é como eu estou lhe dizendo não existe inserido um contexto do universo cultural da região essa disponibilidade para fazer coisas artísticas. Tem aqui dois ou três ou quatro artistas expressivos, mas não tem uma coisa... Tem uma coisa interessante nos nossos planos e também criada por Lei que é a Escola de Artes Cênicas de Itabuna, mas recursos para implantar a gente não têm. É um projeto caríssimo que existe há quatro anos, criado por Lei, com regulamento pronto... Eu tentei conversar para ver se trazia professores da Escola de Teatro de Salvador, mas foi terrível! Tínhamos que pagar as viagens, hospedagem... é um projeto com volume grande de custos. Vamos tentar instalar de fato até o final do próximo ano [2008] e começar com coisas assim, que já tem professor aqui, como história da Arte. Terminamos de fazer agora um inventário da realidade cultural de Itabuna. Solicitamos aos artistas, poetas, pintores, que viessem se inserir e isso está pronto. Estamos digitando e vai

ficar disponível no *site* da Ficc. Nós descobrimos que formado em teatro aqui na nossa região só tem cinco pessoas. São só cinco, mas que precisaríamos para o nosso curso. Nós já chamamos aqui e conversamos com um deles que disse “não, não... eu não me profissionalizei...” Eu argumentei dizendo que isso não o impedia de retransmitir o conhecimento que ele tem e ficou nesse pé.

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?

Desse tipo, não. Retomo o que eu falava há pouco. Existiu uma base lá, uma tradição desse artesanato do Nordeste. Já existia uma base lá, essa tradição, essa coisa. Diante da existência dessa tradição de cerâmica popular, como aqueles bonequinhos de Vitalino, panelas de barro, que se criava e daí se estimula isso. Mas aqui, como eu estou dizendo, há um vazio cultural, a gente não tem nada! Uma coisa interessante que outro dia eu estava pensando: licores regionais, com base em frutas regionais. Tem pessoas que fazem e outro dia eu até brinquei com um deles: “você devia trazer aqui para ver se ensinava isso, licor de cacau, de leite, que se faz para beber no São João, mas a pessoa não quer, ela pensa assim: “se eu ensino, o cara aprende e me faz concorrência”. Então não há uma tradição, mas um vazio, eu chamaria de *cultural less*, uma demora entre a riqueza da região e o desenvolvimento cultural. Isso é típico, sociologicamente a gente conhece esse fenômeno aqui. Não há uma base de suporte para que você possa incentivar um projeto semelhante a esse que aconteceu em Pernambuco. Infelizmente.

A Ficc possui a cidadania como sobrenome. Como essa questão é trabalhada junto aos projetos culturais em Itabuna?

Ah, isso nós trabalhamos muito com os grupos. Por exemplo, o que se chama genericamente de “tradição negra”. Faz congressos, participa, incentiva essas manifestações que eles fazem. Uma coisa que ficou em minha cabeça quando eu vim morar em Itabuna, no dia 13 de maio, saíam um grupo de pessoas de cor, em carroças, pelas ruas da cidade inteira cantando: “hoje, dia 13 de maio, negro não é mais lacaio...” Isso se acabou! Morreu a pessoa responsável e acabou. Procurou-se os descendentes para ver se a Ficc daria... Mas houve uma resposta incrível. Eu chamei um grupo de cultura negra aqui e eles disseram “Ah, não vamos mais discutir a Princesa Isabel, não” Uma reação estranha! E essa família que fazia essa manifestação, o senhor morreu, acabou! É a essa coisa que eu me reportava anteriormente, ao vazio. Não tem uma tradição de coisas ligadas ao folclore popular, não tem! As cantigas de quebra do cacau, tão interessantes, quem tem pesquisado tem percebido, não tem nada original. São cantigas de canavial, de cafezal, que se traz para cantar quando está pisando o cacau e assim mesmo nem tem mais isso. Eu perguntei na fazenda - mas vocês não cantam para pisar o cacau? E me responderam “Cantar o quê?” Não tem mais essa tradição. Tem outra coisa interessante, que eu não sei se em Ilhéus a dimensão é igual à Itabuna: a puxada do mastro de São Sebastião. Inclusive uma menina da faculdade fez um trabalho, foi pra televisão, foi interessante. Virou carnaval. Aquela coisa do cara ir tomar a benção, benzer a árvore, ficar lá, replantar a muda da mesma árvore, voltar cantando com as bandeiras, que eram os lençóis, se acabou. Hoje você vai lá assistir a puxada do mastro e tem trio elétrico tocando, todo mundo cheio da cana, polícia evitando briga e a essência folclórica da manifestação desapareceu, as pessoas modificaram.

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE ITABUNA

Entrevistado (a): Carlos Leahy – Presidente

Local: *Câmara de Dirigentes Lojistas de Itabuna* - Avenida do Cinquentenário, 966, Centro, Itabuna (BA).

Data: 22 de fevereiro de 2007

Horário: 11h00minh

Há quanto tempo a CDL Itabuna existe?

Há 43 anos.

O senhor está na presidência há quanto tempo?

Eu sou presidente da CDL Itabuna há 08 anos. Cada mandato tem duração de dois anos. O fundador da CDL Itabuna é Milton Veloso, que é comerciante em Itabuna, Ilhéus, Salvador...

Qual o objetivo da CDL Itabuna?

O objetivo da CDL é promover o comércio em Itabuna e nas cidades onde ela existe para que essas promoções gerem mais renda e emprego.

O senhor saberia me informar quantos associados a CDL Itabuna possui?

Hoje nós temos 1.560 lojas associadas. Entre prestadores de serviços, como clínicas em geral, fóruns, salões de beleza e lojas que trabalham com mercadorias.

A CDL Itabuna apóia projetos culturais no município?

Com certeza. Eu não sei lhe dizer agora, com precisão, mas várias peças teatrais, exposições de quadros, de arte... já receberam o patrocínio da CDL.

O governo federal criou a Lei Rouanet, um mecanismo legal para incentivo do setor privado à cultura. O senhor poderia me informar se algum associado da CDL Itabuna trabalha com essa Lei?

Se trabalha atualmente eu não posso lhe garantir, mas a *Unimed* já trabalhou, os *Postos Universal*, a *Conlar*... são empresas que já incentivaram pessoas com essa Lei.

O senhor sabe se algum desses incentivos contemplou o artesanato?

Não me recordo com relação ao artesanato, mas a questão da arte, do teatro eu acredito que sim, mas artesanato eu acredito que não.

A CDL patrocinou eventos culturais através da Lei Rouanet?

Patrocinou, mas não através da Lei Rouanet. Patrocinamos de uma forma que vimos que era necessário porque alguns artistas estavam precisando mesmo de um apoio e dentro das nossas possibilidades nós patrocinamos, mas não existe uma verba específica para isso. Mas através de algum companheiro nosso, um lojista, com uma ligação da CDL: - “vamos dar um apoio a essa iniciativa...”. É assim que nós podemos estar apoiando a cultura em Itabuna. São vários acontecimentos, mas eu não lembro agora as datas ou exemplos. Eu tenho um arquivo na sede da CDL com cartazes que podem ajudar a lembrar. Tem o Troféu Jupará, promovido pela rádio Morena FM, como apoio da CDL. Ele existe há mais de 15 anos, sempre como apoio da CDL. A votação acontece na praça Adami, em Itabuna e também acontece em Ilhéus. Esse ponto de apoio é patrocinado pela CDL. A gente também consegue computadores com empresas e a votação é viabilizada pela CDL, através de um *stand*, montado para as festas juninas e a gente consegue um espaço para a votação lá dentro. Então, de uma certa forma, é um exemplo de apoio à cultura que nós temos. O Troféu Jupará contempla vários

seguimentos, tanto artes plásticas, como dança, teatro, música... Então a gente tem um troféu que está premiando e incentivando a arte de um modo geral.

A categoria “artesanato” existe?

A categoria artesanato poderia ser incluída [risos], inclusive seria bom que você provocasse isso no nosso coordenador do projeto, Marcel Leal. Eu acho que isso seria positivo, pode ser bem vindo.

Promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município? Com que resultados?

Nós temos interesse que os artesãos de Itabuna participem das feiras que são realizadas no município. Por exemplo, a Expoita. Existe uma preocupação nossa de ter dentro dessa exposição um local para artesanato. Nós temos um grupo em Itabuna e estamos tentando, através dele, realizar um evento por mês no município. Dentre esses eventos temos o Festival Gastronômico, que aconteceu no Centro de Cultura Adonias Filho... Queremos abrir também espaço para o artesanato. Isso aconteceu, no Centro de Cultura, através do Sebrae. Foi colocado lá uma feira de artesanato, no último Festival Gastronômico que fizemos no ano passado [2006]. Esse é um fator de chamariz da própria comunidade, para que ela participe tendo como atração também uma feira de artesanato.

A CDL apóia o turismo em Itabuna? Com que ações?

Com certeza. Nós temos em Itabuna uma espécie de turismo, o turismo de negócios. Nós não temos muitos pontos turísticos em Itabuna para serem explorados. Existe alguma coisa sobre Jorge Amado em Ferradas, mas uma coisa muito subjetiva. Ilhéus explora muito mais Jorge Amado do que Itabuna, embora ele tenha nascido em Ferradas... Mas a CDL de Itabuna se preocupa com o quesito turismo de negócios. Porque nós não temos ainda uma área, uma fazenda para que a gente pudesse estar mostrando às pessoas o que é uma fazenda de cacau, tanto para as pessoas que visitam a nossa cidade quanto para os Itabunenses. A maioria das pessoas jovens não conhece o que é uma fazenda de cacau. Vê o pé de cacau, vê a fruta, vê a barçaça, mas não sabe como é que funciona, não sabe como se quebra o cacau. Então eu penso que seria interessante que nós tivéssemos em Itabuna uma fazenda, um local, tipo um hotel fazenda, que receba essas pessoas, os colégios, as próprias escolas de Itabuna estarem mostrando às pessoas como funciona uma fazenda de cacau, por que essa é nossa herança e tem potencial para outro tipo de turismo além do turismo de negócios. Nós até convidamos alunos de turismo da Uesc, tentando despertar o interesse neles de buscar atividades para serem exploradas em nossa cidade e também através do turismo de negócios, que é um turismo que nos dá retorno. A pessoa fica hospedada num hotel, a pessoa gasta no *shopping*, circula nos nosso comércio, que utiliza os nossos serviços...

Nós trouxemos no ano passado, com nosso patrocínio, o I Congresso de Endocrinologia, em nível nacional, que aconteceu aqui em Itabuna. Foi sediado na Uesc. Muitas pessoas que vieram para o congresso conheceram também a Ceplac. Nós colocamos lá um *stand* mostrando o que é o suco de cacau, a geléia de cacau, todos os produtos derivados do cacau, houve demonstração do chocolate que é feito na Ceplac. Então nós temos essa participação, essa preocupação e essa vontade de estar, não somente participando, mas também promovendo encontros e buscando oportunidades para desenvolver o turismo de negócios aqui.

O senhor falou que Itabuna tem viabilidade para o turismo rural...

Claro.

É possível dizer que esse é um projeto futuro da CDL *linkando* cultura e turismo no município?

A CDL não pode estar à frente desse projeto. Não seria o nosso foco. O que a CDL faz e pode continuar fazendo é provocar situações para que pessoas busquem essas idéias ou queiram estar explorando isso no seu dia-a-dia. Como chamamos fazendeiros que têm propriedades próximas a Itabuna, fazendo com que despertasse neles o interesse para promover um passeio a cavalo, conhecendo a fazenda, que tivesse à venda *souvenirs* nas próprias fazendas, que mostrasse toda a cadeia de exploração do cacau. A geléia, como é feita, como se pisa o cacau, o mel do cacau, como é retirado... todo o processo de produção dos derivados do cacau. O papel da CDL é provocar essa vontade nos fazendeiros para que esse passeio turístico rural possa estar à disposição.

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. A CDL participa ou pretende participar de algum tipo de ação ou projeto futuro fundamentada na EC em Itabuna?

Nós temos não somente o interesse em participar, mas justamente de provocar uma ação como essa. Veja que a partir de uma comunidade que estava produzindo um tipo de artesanato, se conseguiu mobilizar tantas ações, despertando inclusive o interesse turístico, é como o exemplo de Maragogipinho, onde há uma produção de cerâmica não somente para o comércio, mas para o turismo. As pessoas podem passar por lá e mesmo que não compre nada, pelo menos vão conhecer a cidade, utilizam os serviços da cidade, restaurantes, transporte... esse tipo de projeto é importante. O Sebrae, em parceria com a CDL, está desenvolvendo um trabalho de reciclagem que contempla o artesanato. Estamos incentivando a fabricação de vassouras e móveis com garrafas *pet*, linkando aí o artesanato à economia, pela comercialização de produtos recicláveis. Existe esse interesse de nossa parte. A CDL já tem 43 anos e ela não fica somente na condição de promover o comércio fazendo campanhas periódicas, a nossa CDL tem participação efetiva no município. O que ela puder fazer para estar desenvolvendo esse mercado em Itabuna, trazendo novidades, participando de reuniões fora do estado, buscando novas frentes de trabalho, como o próprio artesanato, a reciclagem, que é importante porque, de certa forma, estamos dirigindo um material que seria jogado num aterro sanitário para uma reutilização no nosso domínio. Esse tipo de vassoura está sendo fabricado em Uruçuca, me parece, ou algum local aqui próximo, que substitui a piaçava e tem durabilidade maior que esse recurso natural de difícil renovação. É um processo fantástico o de produção dessas vassouras e o resultado é idêntico ao da vassoura de piaçava, mas em garrafas *pet*. Existe sim, interesse da CDL em participar de projetos que nos são trazidos, projetos em que nós possamos estar ajudando ao desenvolvimento da nossa cidade, gerando emprego, ocupação, que possa estar profissionalizando as pessoas. Nós estamos na luta para a vinda da Universidade Federal para Itabuna, na luta para a vinda da escola profissionalizante, que já é uma promessa do governo do Estado...

E de que forma acontece essa luta?

Ah! Conversando com as pessoas que têm o poder. Conversando com o Governador, Jacques Wagner, com Secretário de Agricultura, Geraldo Simões, com Secretário de Educação, Adeum Sauer... Já conversamos sobre isso com todos eles. Já tivemos reuniões na semana retrasada, tivemos nesse recesso de carnaval, já que eles residem aqui, estamos voltando ao cobrar de novo uma posição deles até que as coisas aconteçam. Se você notar bem, os grandes

acontecimentos da nossa cidade se dão pela força popular, pela união da CDL, da Associação Comercial, da Apemi, do Sindcom, do Rotary, Lyons Club, Maçonaria... Todos eles integram um grupo de ação comunitária dentro de Itabuna que faz essas cobranças. O curso de medicina da Uesc aconteceu dessa forma, sempre com ligações de um ou outro integrante, com cobranças. Sempre que algum representante do governo vem até aqui... O corpo de bombeiros também foi conquistado assim, o 15º Batalhão foi assim, sempre com manifestações públicas de cobrança da população. Eu acho que qualquer iniciativa que venha a beneficiar não somente aos artesãos, com quem você trabalha especificamente, seja com um local para que eles possam trabalhar, além daquele no Calçadão, que eu acho muito restrito, as pessoas não se lembram muito daquela casa do artesão, mas um local maior perto de uma praça, um local em que eles possam estar colocando em exposição, todos os finais de semana, o que é produzido em Itabuna... Eu acho muito importante, principalmente a divulgação dos artesãos como divulgação da nossa cultura! Não é só um resgate do artesanato, mas através dele, a cultura do cacau, a cultura da nossa região. Outro dia eu vi numa empresa um cacau de cerâmica que era um porta papel, porta-cartão de visita. Isso gera renda para a pessoa que produziu a peça e também está simbolizando a arte, está representando o cacau que é a nossa principal atividade de agricultura... Então estamos juntando o útil ao agradável, estamos gerando renda e preservando a nossa cultura.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Entrevistado (a): Adriana Moura Bonifácio – Coordenadora regional Sebrae.

Local: Av. Francisco Ribeiro Júnior, 198, Centro. Edifício Atlanta Center, Térreo. Itabuna

Data: 19 de janeiro de 2007 **Horário:** 11h00minh

Há quanto tempo o Sebrae Itabuna existe?

Eu acho que tem uns dez anos que o Sebrae tem um espaço de atendimento aqui em Itabuna.

Qual o objetivo do Sebrae em Itabuna?

Aqui nós fazemos a orientação empresarial para aqueles que estão iniciando o seu próprio negócio ou para os empresários que já estão no mercado e enfrentam alguma dificuldade nas suas atividades na sua empresa e precisa de apoio ou orientação. Aqui a gente oferece informações e capacitações, treinamento e uma série de produtos e eventos que o Sebrae tem para disponibilizar.

Há quanto tempo você está na coordenação dessa unidade?

Há um ano.

O Sebrae Itabuna apóia projetos culturais no município?

A Andréia Muniz está aqui desde a gestão anterior e conhece esse histórico. Mas ela está de férias. Como eu estou somente há um ano na gestão eu não tenho como te dar informações anteriores e esse período, somente se você tivesse deixado o questionário comigo antes. No momento o Sebrae não apóia projetos culturais em Itabuna, porque, normalmente, a instituição trabalha a partir de uma demanda concreta. Feita essa solicitação ao Sebrae, através do público-alvo mesmo, que está interessado que seja desenvolvido um projeto assim, ou algum parceiro que verifica essa necessidade, pode ser a prefeitura municipal, pode ser uma entidade empresarial, pode ser uma associação, a universidade, pode ser um agente

financeiro enfim, que venha a demandar que o Sebrae desenvolva um projeto específico. Então, no momento, não tem realmente.

O Sebrae Itabuna apóia o turismo em Itabuna?

Nós trabalhamos o turismo na região dentro da proposta do Governo Federal do Programa de Regionalização do Turismo, em parceria com o órgão oficial do turismo no Estado, a Bahiatursa. Como eles escolheram trabalhar nessa região da Costa do Cacau, Ilhéus, Canavieiras e Itacaré, nós estamos trabalhando esses municípios dentro do princípio da Regionalização. Mas nós também somos parceiros do Banco do Nordeste no trabalho de capacitação do Conselho de Turismo do Pólo Litoral Sul, e dentro desse conselho Itabuna tem representação pela Fundação Jupará. Então, de alguma forma, Itabuna também está participando. Pelo menos no que se refere ao Conselho do Pólo Litoral Sul.

Promove algum tipo de ação junto aos artesãos do município?

Nós temos um prêmio nacional, chamado Top Cem de Artesanato, no qual o Sebrae nacional mapeou, no ano passado, em verdade, colocou à disposição um prêmio, que qualquer artesão, ou associação ou grupo poderia se inscrever pela *internet* e aqui em Itabuna nós disponibilizamos essa oportunidade para a associação daqui também se inscrever. Eu não tenho certeza, mas eu acho que eles se inscreveram, sim. Andréia Muniz poderia confirmar isso. A idéia é mapear as cem melhores unidades produtivas do Brasil e com mais características mesmo de artesanato, que traz a cultura por trás, que é diferenciado... Então houve vários grupos de artesanato daqui que se inscreveram, e quando eu falo da região, estou falando de Itabuna, São José da Vitória, artesão de Ilhéus, mas só a unidade de Ibirataia, da Selma Calheira, ficou entre as cem melhores do Brasil. A gente não sabe ainda se esse ano vai haver um outro prêmio, outro trabalho nesse sentido. Acredito que o Sebrae deve sim continuar incentivando porque tem um projeto Estadual de Artesanato que trabalha algumas novidades do Estado da Bahia e aqui próximo a Itabuna, em São José da Vitória nós trabalhamos com um grupo de artesãos que trabalha com a fibra da bananeira. Eles já participaram de uma série de eventos, viabilizados pelo Sebrae, não só em Salvador e na região, mas também no Mãos de Minas, um evento nacional que acontece em Belo Horizonte...

E porque Itabuna não participa também?

Porque nós trabalhamos com projetos de três anos. Esse projeto de São José da Vitória termina este ano. E eu acho que precisa ter o envolvimento da Associação, porque nós trabalhamos não com o artesão individual, nós trabalhamos com associações de artesãos, e esse trabalho tem que envolver a vontade da associação, ela tem que estar organizada e tem que existir outros parceiros. Se a associação estiver querendo mesmo o trabalho e estiver buscando os parceiros, como, por exemplo, a movelaria, que nós não tínhamos aqui, e começou uma articulação. O presidente da associação de moveleiros de Itabuna começou a envolver Banco do Brasil, Caixa Econômica, Banco do Nordeste, Universidades, prefeituras, chamaram então o Sebrae e começamos a conversar, a nos articular e oferecer alguns eventos, palestras... Até construir realmente um projeto. Os projetos nascem muito mais da vontade das pessoas, das associações que querem acontecer e buscando as parcerias. A gente não trabalha projetos individuais, a gente tem o atendimento individual, sim, que é feito aqui nesse ponto de atendimento, que se chama demanda espontânea e é uma ação mais pontual, mas no caso de um projeto, que envolve uma ação mais complexa, envolve um coletivo, com uma proposta composta por um conjunto de ações, afinal, não é uma ação só que vai resolver o problema da associação de artesanato de Itabuna. Trabalhar com artesanato envolve uma série de coisas, envolve a capacitação do artesão, não só na parte de desenvolver novos

produtos e melhorar o que eles já fazem, mas envolve também desenvolver uma cultura de associativismo, trabalhar com eles cultura empreendedora, porque o que acontece é que, quem trabalha com artesanato tem criatividade, domina a técnica, mas para ter acesso ao mercado, para funcionar como fonte de renda é preciso desenvolver características empreendedoras. Na própria associação, é preciso identificar aquele que em o perfil de sair para vender, buscar mercados... Então tem que desenvolver no grupo essas características, essa parte de negócios mesmo que eles precisam.

Uma das grandes dificuldades que o presidente da Aiart me relatou foi o acesso à informação. O SAG não possui computadores, portanto não se acessa à *internet* nesse espaço. Eles só contam com telefone, então acabam deixando de participar de ações como essa, deixando também de se articular... Mas também tem há “distância” entre a associação e outras instituições. Me foi relatado um contato da Aiart com o Sebrae, no ano de 2006, e, após entregar um cadastro, solicitado pelo Sebrae, não houve mais contato, de ambas as partes. Você já coordenava essa unidade quando houve essa demanda?

Não. Quem poderia esclarecer essa situação é a Andréia, nossa técnica, mas nesse momento ela está de férias.

Possui projetos futuros para a cultura e o turismo no município?

A proposta do projeto de turismo para esse ano de 2007 é integrar realmente cultura com turismo e artesanato. O que vai acontecer é a reunião de todo o *trade* turístico, que devia acontecer ainda este mês [janeiro], mas, em função deste ser um mês em que os empresários trabalham para ganhar dinheiro extra, nos foi solicitado o adiamento dessa reunião, mas o envolvimento de outros municípios vai depender também de uma articulação do próprio município de Itabuna com os órgãos oficiais de turismo, porque nós vamos trabalhar dentro da proposta do Ministério do Turismo e o Governo do Estado da Bahia. Então o envolvimento de Itabuna vai depender também dessa articulação para que ele possa participar. Claro que o Sebrae, sempre que houver esse envolvimento da associação, vai buscar opções. O artesanato que eu já vi, não sei se você se refere a um que fica exposto numa loja da Rua Rui Barbosa...

Sim, no *Shopping* do Artesanato Grapiúna

Eu achei que, dentro da questão do artesanato, há uma diferenciação entre trabalho manual e artesanato mesmo e ainda industriano. Pelo que eu vi lá, predominam os trabalhos manuais, então precisaria aproveitar a criatividade deles para desenvolver coisas que tenham a ver com a cidade mesmo. Os trabalhos manuais costumam ser muito parecidos com o que já existe em vários lugares e o cliente procura coisa novas, que tenham a cara da cidade. Quem vem a Itabuna quer ver coisas que tenham a cara de Itabuna, que pareçam com Itabuna, que tem a ver com a cultura local. Você vai lá, você vai ver muita coisa, coisas bonitas até, criativas, mas muita coisa comum com o que você vê em outros lugares. Se você comprar alguma coisa lá, viaja e alguém lhe pergunta: “de onde é?” Você poderia dizer que é de qualquer lugar! Tem muita coisa comum com o que já existe aí.

Eu também estou aplicando questionários com os turistas que visitam o SAG e os resultados parciais desse material apontam como motivações principais para o consumo do artesanato local a diferença, a autenticidade e a beleza. Outro dado importante é o perfil do turista: 100% dos entrevistados até o momento fazem turismo de base comunitária em Itabuna e contribuem para a sustentabilidade de aproximadamente 90 famílias que integram a Aiart. O que eu quero dizer é que há um fenômeno que, no meu olhar de pesquisadora, não pode ser ignorado pelo poder público, pelo setor privado e

mesmo, pelo terceiro setor. Acredito que, se você visitar novamente o SAG, vai perceber o quanto o Sebrae pode contribuir para melhorar estes aspectos que você apontou.

Sim, agora me lembro de uma senhora que produz aqui um licor de cacau. Não sei se ela também comercializa lá no SAG, porque quando eu fui, uma vez só, olhei muito rapidamente. Eu precisaria retornar e olhar com mais detalhes, com mais cuidado, mas tem realmente uma pessoa daqui que faz um licor de cacau maravilhoso. Nós já a levamos para participar de eventos promovidos pelo Sebrae... O que eu vi lá foram coisas feitas em madeira, cerâmica, coisas parecidas com outras que eu já tinha visto em outros lugares.

Há também outro ponto que diferencia o SAG de outros mercados de artesanato que é a venda feita diretamente pelo artesão, e não por revendedores, atravessadores. Então é possível conversar com o próprio fabricante, ouvir sua história de vida, a história daquele artesanato.... Diferente dos mercados de capitais nordestinas em que existem produtos com o nome da cidade que, em verdade, é fabricado em São Paulo. A abordagem que eu estou dando à minha pesquisa perpassa por essas questões, por exemplo, Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?

O Sebrae está trabalhando dentro da perspectiva regional. Claro que Itabuna tem projetos específicos também, mas essa ação de articular turismo, cultura e artesanato é uma meta a ser trabalhada esse ano e a nossa expectativa é de que a gente possa incluir sim grupos de Itabuna. A gente vai trabalhar para isso. Não sei será possível, porque o Sebrae não resolve tudo. Ele não tem a solução para todos os problemas. O Sebrae é uma entidade que trabalha com foco no empreendedorismo, mas as associações, os empresários precisam de outros parceiros para promover esse desenvolvimento econômico, que tem que estar integrado com o social, com o ambiental, com a cultura, o que a gente chama de “desenvolvimento sustentável”, tem que haver essa integração. É preciso unir diversos parceiros, não basta só o Sebrae, tem unir diversos parceiros. Então a gente tem a intenção sim, nós vamos trabalhar esse ano, integrando cultura, turismo e artesanato e a nossa expectativa é também envolver os grupos de Itabuna. Eu não posso dizer com certeza que serão incluídos, porque vai depender desses outros parceiros também quererem que isso aconteça e a própria associação. Se a associação souber utilizar e aproveitar esse momento, que é bastante favorável para Itabuna e para a região, hoje temos três secretários de Itabuna no Governo do Estado, para essa articulação... tem que buscar fazer com que as coisas aconteçam. Para algumas coisas eles não precisam dos parceiros, eles mesmos podem fazer, e eu acho que é isso que eles estão fazendo, usando a criatividade deles, fazendo coisas interessantes. Mas tem que ver se realmente eles querem desenvolver um projeto sustentável para desenvolver ainda mais e fazer com que as pessoas da região conheçam e vejam o valor que tem o produto e a cultura desses artesãos eles vão ter que buscar se articular. Não pode desistir porque veio uma vez aqui no Sebrae, apresentou um cadastro e fiquei esperando, mas o Sebrae não retornou... Porque não veio de novo? Porque não pediu para falar com o gerente, comigo, com um agente regional? Porque não insistiu, não foi persistente? A persistência é uma característica do empreendedor. Então, se eles querem fazer a coisa acontecer, não é por uma porta que se fecha que eles vão ter que desistir. Eles têm que buscar isso. Pode ser que alguém despreparado atendeu e não deu continuidade ao atendimento. Isso acontece em algumas instituições. Não deveria, mas infelizmente, acontece e a gente tem que procurar corrigir,

dentro de uma postura proativa, empreendedora, tem que buscar as parcerias para fazer acontecer o sonho deles.

Antes de iniciar a gravação você me falava sobre o projeto da Rua Paulino Vieira. Você pode me falar um pouco mais sobre ele?

A Paulino Vieira já sofreu intervenções até do governo municipal anterior. Foi feito um trabalho de melhoria do acesso, da estrutura da Rua Paulino Vieira. No ano passado a gente deu continuidade a esse trabalho buscando parcerias, principalmente entre alguns lojistas da área que quiseram e fizeram com que fosse desenvolvido um projeto novo para dar continuidade a isso. Então tem a Apemi, a Associação de Pequenas e Micro empresas, com pessoas que tem lojas na Paulino Vieira, a Associação Comercial de Itabuna, o Sindicato do Comércio, a Câmara de Dirigentes Lojistas, o Sebrae e buscando o apoio da prefeitura atual, foi desenvolvido um projeto conceitual para a Paulino Vieira. Nós trouxemos uma equipe formada por historiador, urbanista, arquiteto, e eles ficaram uma semana aqui no município, observando a Paulino Vieira, conversando com pessoas que passavam na rua, com pessoas antigas da cidade, observando as lojas, as vitrines até achegarem a um projeto conceitual para a Paulino Vieira, no qual se traduz a questão de um espaço de elegância, em que se tem, nas esquinas da Paulino Vieira, prédios antigos muito bonitos, que o projeto destaca, esse ar do chique, do elegante, do tradicional. A proposta é realmente transformar a rua num calçadão. A idéia do projeto inicial era fechar a rua, não ter nenhuma passagem de veículos, no entanto, alguns lojistas preferiram que se mantivesse a passagem de veículos nas transversais. Vai ter uma iluminação diferenciada, dando esse ar de elegância, conforto. Está proposto também a criação de uma associação específica de lojistas da Paulino Vieira, para, em parceria com a prefeitura municipal, ter uma espécie de Condomínio, onde serão divididos os custos de segurança, limpeza, enfim, é uma parceria público-privada, na qual os empresários vão ter que melhorar as fachadas de suas lojas e isso muitos já fizeram, colocar ar condicionado... Então a Paulino Vieira está sofrendo cada vez mais transformações a partir dessa participação dos empresários da área, que estão vendo realmente que essa é uma forma deles conseguirem ganhos e já estão tendo: tem dados do cartão de crédito *Visa*, que datam da primeira intervenção feita na Paulino Vieira, que apontam 40% de aumento nas vendas, enquanto o restante da cidade teve somente 15% de aumento nesse ano. Isso sem falar na melhoria das fachadas que mudou também o aspecto, deu mais beleza à Paulino Vieira e aumentou o fluxo de pessoas nessa rua. O projeto está pronto e ao que a gente está discutindo com o grupo é como captar recursos para a parte de infra-estrutura. Pode ser que se consiga com o Ministério do Turismo, colocando Itabuna na perspectiva do turismo de negócios. O coordenador estadual desse projeto, Adriano Câmara, já levou esse projeto para Brasília, mostrou ao representante do Ministério do Turismo, que gostou do projeto e deu uma certa abertura para negociação. A gente está aguardando a vinda dele até a região na próxima semana, visitar, porque em Ilhéus também tem o projeto do Quarteirão Jorge Amado, para o qual já foi liberada a primeira parcela de recursos pelo Ministério do Turismo e quando eles vierem visitar Ilhéus a gente vai trazê-los aqui a Itabuna para sensibilizá-los em relação ao projeto da Paulino Vieira. Esse programa se chama “Varejo Vivo” e dentro desse programa há uma parceria com o Sebrae, com a Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas, com a Associação Comercial e dentro desse programa maior há um projeto específico que se chama “*Shopping a céu aberto*” [projeto da rua Paulino Vieira, especificamente] e a proposta envolve a capacitação dos empresários, desenvolver cultura de cooperação, de participação e também a parte de infra-estrutura, que é responsabilidade da prefeitura, mas que esses parceiros tem que colaborar também.

FUNDAÇÃO JUPARÁ DE ECOLOGIA E CULTURA

Entrevistado (a): Marcel Leal – Presidente da Fundação Jupará de Ecologia e Cultura

Local: Avenida Buerarema, 819, bairro Conceição, CEP 45605-275, Itabuna, BA

Data: 22 de janeiro de 2007

Horário: 17h10minh

Há quanto tempo a Fundação Jupará existe?

Desde 2002

Qual o objetivo da Fundação Jupará?

Fomentar a cultura, em todas as formas, e a educação ambiental. Fomentar a cultura inclui a parte de história, tudo que tenha ligação direta ou indireta com a cultura, incluindo o turismo cultural e tudo que possa levar a cultura daqui para fora e fomentar aqui também. Então inclui o Troféu Jupará, inclui apoio a artesãos, apoio a grupos de teatro e toda essa parte que ajude a desenvolver a cultura, cursos, seminários.

Você pode me falar um pouco mais sobre as formas de apoio aos artesãos?

Por enquanto o nosso apoio aos artesãos é de divulgação. A gente pretende ter depois projetos para fomentar a atividade do artesão, talvez uma venda de artesanato daqui pra fora, um projeto para vender o artesanato daqui para fora via *internet*. Estamos estudando uma maneira de fazer isso.

Esse projeto será desenvolvido com apoio de alguma parceria?

Quando ele estiver formatado a gente vai procurar as associações de artesãos para firmar parcerias.

E você tem alguma previsão e quando esse projeto será implementado?

Não sei. Não sei por que não achei ainda a forma ideal de fazê-lo, porque o problema está na logística. A parte fácil é vender na *internet*, mas a parte difícil é entregar. Tem que ter uma maneira segura de garantir que o cara vai receber o artesanato na casa dele e que vai chegar inteiro, não vai chegar quebrado... Isso envolve uma série de problemas de logística. A parte da *internet* é a parte mais fácil, é só montar uma loja virtual e colocar os produtos à venda.

E o que chamou a sua atenção para o artesanato local?

É só porque ele faz parte de um todo. Como a gente quer trabalhar com todas as formas de cultura, a gente sempre tenta achar algum projeto em todas as áreas.

Que fatores levaram a Fundação a apoiar a Cultura no município?

A *Morena Fm* e o jornal *A Região* [empreendimentos do atual presidente e criador da Fundação Jupará] já faziam isso desde que nasceram. Sempre apoiaram a cultura, em todas as formas. E a Fundação Jupará foi criada porque a gente precisava ter um guarda-chuva maior. Todas as atividades de cultura da *Morena Fm* e jornal *A Região* passaram a ser feitas pela Fundação. E a gente escolheu a Fundação porque facilita a captação de verbas, facilita a busca por patrocínio, facilita coisas institucionais, por exemplo, a Fundação hoje tem uma cadeira no Conselho de Turismo do Pólo Litoral Sul, a rádio *Morena* ou o jornal *A Região* não poderiam ter essa cadeira. Então precisávamos ter uma entidade desse tipo, tipo fundação para poder participar de certas coisas, como o núcleo do Conselho de Turismo.

Esse trabalho de fomento da Fundação acontece com incentivo da Lei Rouanet?

Até agora não. A gente ainda não criou um projeto para trabalhar com a Lei Rouanet porque nos nossos projetos culturais, os próprios patrocinadores não demonstram interesse, preferem

patrocinar direto e pronto. Então a gente, até agora, não usou a Lei Rouanet. Mas a gente pretende.

Você saberia me explicar o porquê dos patrocinadores não terem interesse pela Lei Rouanet?

Não sei... Algumas porque aqui é difícil achar empresas que declaram imposto pelo lucro real. A Lei Rouanet só é realmente boa para quem declara pelo lucro real. E a maioria das empresas locais trabalha com o simples ou lucro presumido e a Lei Rouanet não contempla essas categorias. Quando mudar a Lei Rouanet, quando incluir essas categorias aí sim, a participação vai aumentar bastante. Trabalhando só com lucro real temos pouquíssimas empresas, aqui na região deve ter meia dúzia somente. E mesmo essas preferem patrocinar direto. Porque, eu não sei.

A Fundação Jupará também apóia ações para o turismo em Itabuna?

A gente fez uma ação com o turismo em 2000. A Fundação nem existia ainda, como eu te disse, a gente já fomentava coisas desse tipo. A gente fez um fórum de turismo em Ilhéus para montar um plano estratégico para que Ilhéus entrasse em nível zero. Foi um fórum que reuniu umas setenta pessoas. Todos os seguimentos de turismo de Ilhéus. E desse fórum saiu uma montanha de sugestões. Montamos uma equipe de três pessoas e essas sugestões viraram um projeto técnico, para três anos. Metas, objetivos... Não executaram nada! Nós entregamos à prefeitura, à Bahiatursa, Governo do Estado, todo mundo, mas não fizeram nada. E de lá pra cá a gente vem cobrando que se faça coisas que estão lá no PET, como a gente chamou ele, Plano Estratégico de Turismo, só que não adianta. A gente mantém uma cópia dele na *internet*, outras cidades acabaram usando ele, várias pessoas do Brasil afora usaram como trabalho de mestrado, coisas desse tipo, mas aqui, ninguém se interessou, nem o prefeito anterior nem o atual, nem a câmara anterior, nem a atual, ninguém se mexeu. E não era um projeto para o crescimento do turismo, não, era para chegar em zero e a partir daí fazer outro projeto para o turismo crescer. Ilhéus hoje está abaixo de zero, não dá nem para ter a base para crescer. O PET foi um programa feito para Ilhéus. Nós identificamos todos os problemas de Ilhéus junto aos empresários do turismo, ouvimos todas as sugestões dos participantes para cada um dos problemas de Ilhéus. Disso foi formada uma equipe que eram eu, João Vissirini, que é um consultor de projetos e Afonso Maria Zeni, que tem uma loja de artesanato lá em Ilhéus. A gente gastou dois meses, transformando a montanha de sugestões num projeto técnico, com metas, objetivos, datas, quem vai fazer o quê, onde, quando... Todo mundo elogiou, mas ninguém fez nada. Aí a prefeitura, depois, contratou uma empresa para copiar esse projeto, mais recentemente contrataram outra empresa, que apresentou outro projeto, que é cópia desse mesmo, então o pessoal fica copiando o nosso projeto e ninguém faz nada. Depois disso a gente continuou divulgando Ilhéus do jeito que pode, com uma página chamada verão.com, onde a gente divulga as atrações turísticas da região... Veio agora o Pólo litoral Sul, abriu eleições para o Conselho de Turismo. Nós nos candidatamos e conseguimos uma cadeira no [Conselho de Turismo do] *Pólo litoral Sul*, que inclui a *Costa do Cacau* e a *Costa do Dendê*. E também temos uma cadeira de suplente no *Fórum Estadual de Turismo*. Esses fóruns são a instância que decide para onde os recursos do *Prodetur* vão ser usados. Então é bem importante para atrair coisas para cá.

E que avaliação o senhor faz do acompanhamento dessas cadeiras?

Muito trabalho, pouco resultado. Esse *Conselho de Turismo do Pólo Litoral Sul* eu acho que vai dar bem mais resultados, porque é uma coisa institucional. A gente já entrou no meio do processo, quer dizer, já tem projetos aprovados, então, na verdade, a nossa participação vai ser

maior a partir da segunda metade desse ano, quando se abre espaço para avaliação de novos projetos. A gente vai sugerir alguns e apoiar outros.

O senhor pode me falar um pouco sobre esses projetos?

Não porque a gente não formatou ainda. Mas são todos ligados ao sul da Bahia. Ilhéus, Itacaré, Itabuna e outros pontos dessa área aqui. Vão ser bem interessantes. Nós estamos também nos integrando a um grupo que está formando um *cluster* de turismo no litoral sul. Aí já é outra história. Existe um *cluster* de turismo na Bahia, que é uma rede de entidades, empresas, ligadas ao turismo, atuam em conjunto para o turismo e agente propôs, e foi aprovado, que a gente faça uma subdivisão do *cluster* da Bahia, montando o *cluster* do Litoral Sul. Então a gente vai ter essa instância institucional junto ao Prodetur e essa outra instância que já é uma iniciativa privada. Aí a gente vai estar congregando empresas para trabalhar juntas.

Pelo que eu vejo, há bastantes projetos futuros. Como esses projetos vêm/fazem o link entre a cultura e o turismo no município?

A cultura está sempre no meio disso. Porque, por exemplo, o turismo em Ilhéus tem alta carga de turismo cultural. Através da história de Jorge Amado, a própria saga do cacau, a parte histórica de Ilhéus que tem quase quinhentos anos, tudo isso aí está enfiado no turismo. Aqui em Itabuna o turismo cultural também é forte. Temos muitos grupos de teatro, temos muitos músicos, muita música de qualidade, tudo isso está inserido no turismo. Porque o turismo, na nossa ótica, não é só praia. Aliás, praia é o menos componente, praia qualquer um tem. Na nossa ótica o turismo aqui é muito mais cultural do que de praia. Aqui você tem o turismo de aventura, o turismo ecológico, histórico, que também é cultural e toda essa área de música, artesanato, teatro, dança... Tudo isso se relaciona com o turismo também. A gente vai tentar trabalhar para esse lado então. A gente acha mais produtivo do que só falar em praia, porque se o cara vai para Porto Seguro, é capaz de ele pagar até menos do que em Ilhéus!

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?

A gente tem um projeto parecido. Nós temos um projeto para gerar renda para os quilombolas, numa área acima de Itacaré, perto já de Barra Grande. Tem uma área de quilombolas por lá. Nós temos um projeto de transformar aquela área numa área turística, usando a vila quilombola e tem também um projeto de artesanato solidário, que é a venda do artesanato desses quilombolas. Isso ainda está em gestação, mas está caminhando. Já tem artesanato sendo produzido e algumas peças já estão sendo vendidas para o exterior, mas a gente está determinando ainda o local, vai ter um galpão grande para fazer isso.

E o senhor tem a intenção de ampliar esse projeto para Itabuna?

Para Itabuna a gente precisaria achar um gancho ainda. Por que lá tem o gancho do quilombola, é um artesanato tipicamente quilombola etc. Pra cá dá pra fazer em cima da cultura do cacau. É uma coisa que dá pra trazer depois também. Por enquanto a gente está fomentando esse lá. Mas é um negócio que dá pra fazer em qualquer lugar que tenha uma cultura por trás, porque sobre artesanato genérico hoje em dia não se fala muita coisa. O nosso

aqui é ligado ao cacau, que também é um gancho forte que pode ser usado, como esse tem de ser quilombola. O gancho do cacau é ótimo, dá para fazer um monte de coisas, só não usa, mas dá para fazer um milhão de coisas para o turismo. É o diferencial daqui.

E esse projeto é exclusivo da Fundação Jupará ou tem parcerias envolvidas?

É um projeto com parcerias de lá e a gente está tentando firmar parcerias com a Novopasso e aquela exploradora de petróleo lá de Camamu, tem umas empresas da área de turismo que a gente está fechando parceria, tem um pessoal que tem veleiros e lanchas e a Associação dos municípios do baixo sul. A gente está conversando com esse pessoal todo. As coisas estão bem encaminhadas, bem formatadas.

E como o senhor vê o turismo em Itabuna?

Itabuna já tem um turismo forte de negócios, de comércio, de educação e de saúde. Já tem, mas isso não está formatado. A gente anda falando aqui sobre a formação de um *cluster* de saúde, para ser formatado. Porque não está formatado, mas existe. Nós temos um turismo ligado à saúde. E a gente está conversando com algumas pessoas, como Edson Dantas, por exemplo, que é médico e presidente da Câmara de Vereadores, para formar um *cluster* de saúde. Então são dois *clusters* que a gente quer montar aqui: o de saúde e o de turismo. O de turismo é um filhote do da Bahia e o de saúde está ainda bem no começo. A gente quer formatar o de saúde e depois o de educação. Porque tudo isso é turismo, que já existe e não está sendo bem aproveitado. A região inteirinha vem comprar no comércio de Itabuna, é turismo doméstico. É como em São Paulo, que as pessoas vão para lá para ir ao *Shopping*, aqui também vem gente de outras cidades visitarem nosso *Shopping*. E Itabuna recebe bem ao visitante. É uma cidade que nasceu de um pequeno comércio, então o itabunense está acostumado a servir, a receber bem as pessoas.

ASSOCIAÇÃO ITABUNENSE DE ARTESÃOS

Entrevistado (a): Rubens de Jesus – Presidente da Associação Itabunense de Artesãos (Aiart)

Local: *Shopping* do Artesanato Grapiúna, Calçadão da Rui Barbosa, 171, Centro, Itabuna

Data: 12 de janeiro de 2007

Horário: 17h00minh

Há quanto tempo a Aiart existe?

A Aiart foi fundada em 8 de dezembro de 1988. Então temos aí 19 anos.

Qual o objetivo da entidade?

È realmente resgatar a auto-estima do associado. Existe realmente, a vontade da Aiart de levar o conhecimento dele, de trazer a realidade de cada um deles à instituição, ou seja, aquele artesão, que, porventura, está no anonimato, está no fundo de quintal e se sente às vezes até desprestigiado, não pode pensar assim porque a Aiart é realmente voltada para a sustentabilidade. Ela traz o artesão às feiras de arte, ela traz o artesão a esse espaço físico, o *Shopping* do Artesanato Grapiúna, como também faz um trabalho de conscientização. Cada vez que é preciso estimular um artesão a gente procura levar a realidade dele: ele existe, tem capacidade, tem potencial. Ele nunca pode achar que o trabalho dele é muito simples, não vai ser vendido ou culturalmente ele não existe, ele existe, sim. O objetivo da instituição é esse.

Qual o número atual de associados?

Hoje nós temos o número de 90 associados, mas ativamente, dentro da Aiart, nós temos uma média de 50 associados, que estão ativos, produzindo, vendendo seus produtos, participando de feiras de arte.

E quantos participam desse revezamento no atendimento ao cliente aqui no SAG?

Hoje nós temos mais ou menos 20% desse número, o que é lamentável, não é? Alguns não entendem ainda a necessidade de estar interagindo aqui na casa, o que seria muito bom para eles, para a Aiart e até para o próprio cliente, para as pessoas que nos visitam saberem que eles fazem aquele produto. Eles não estão comprando um produto na mão de terceiros, estão comprando um produto da mão do associado da Aiart. Quer dizer, olha onde está o valor, a importância dele, o cliente saber que está comprando um produto direto do artista. Se houver necessidade de comprar a varejo, ele vai comprar, a atacado, ele vai comprar, porque está lidando direto com o artista.

Quantas localidades estão envolvidas com a associação?

A cada feira que nós participamos, há uma adesão muito grande de pessoas que são artesãos, mas não são associados da Aiart. Mas eles precisam, eles querem conhecer, eles procuram estar interligados à Aiart. Por quê? A Aiart existe há 19 anos e com todo esse objetivo, realmente ela tem uma grande referência na região. E aí vem uma questão: quando termina a feira, onde encontrar o produto daquele artesão, que porventura um cliente gostou, mas tem como única referência a feira de arte? A feira acaba e nós utilizamos desse nosso expediente aqui para expor os *folders*, passamos para todas as pessoas que nos visitam, levando o conhecimento dele, que ele existe, aqui no *Shopping* do Artesanato. Então vem aí a necessidade da gente pegar esse produto, mesmo sem ser sócio, desde que a gente possa estar fazendo esse intercâmbio, porque nós não temos o nosso associado com o produto dele, ele não está entrando como atravessador, não! Ele não está tirando a oportunidade do associado da Aiart, porque, uma vez que um associado não está produzindo o seu produto, nós temos autonomia para requisitar de um outro artesão aquele produto que o cliente gostou, mas não vai encontrar na nossa casa. Então, para evitar esse problema a gente requisita esse serviço dele, que seja em doce ou que seja outro artesanato, sempre tentando conquistá-lo para que ele se torne um associado da Aiart.

Existe algum tipo de capacitação para o associado atendendo aos aspectos da:

- a) Qualidade do produto**
- b) Relação do produto com a cultura local**
- c) Empreendedorismo**
- d) Atendimento ao cliente/turista**
- e) Direitos autorais sobre produção cultural**

Existe. Ela vem através do Instituto Mauá, que é parceira nossa, através do Sebrae, através da Ame, a Agência Municipal de Empregos ou através da Ficc. Por incrível que pareça, nós fomos contemplados com quatro cursos: técnicas de vendas, relações interpessoais, cooperativismo e associativismo, mas, para nossa insatisfação, a gente sente que o nosso associado não é empreendedor, ele é apenas artesão. Para mudar essa metodologia de raciocínio, é muito difícil. Eu não sei se dá para observar que uma grande parte de artesãos se limitam apenas a fazer uma pequena produção e ganhar o suficiente e por ali ele pára. Ele acha suficiente ou, às vezes, ele se sente impotente por que não tem recursos. Alguns deles se recusam a fazer até um cartão de visitas. Alguns deles não entendem quando a gente os

convoca para uma reunião, o que é muito interessante. Esses cursos que nós fomos contemplados, começaram com 60 candidatos e terminaram com 30 ou até 15 alunos, porque no meio do curso eles desistiram. Alguns acharam que já sabiam tudo; outros que não havia importância alguma no curso, porque ele já fazia como o pai fez o trabalho anteriormente, como o avô fez aquele mesmo trabalho, então, por sua vez, não achavam necessidade em participar daquilo. E foi um erro grave, não é? E continua sendo. Quando o Instituto Mauá nos contemplou com o curso, ele teve um gasto muito alto. O pessoal veio de Salvador. Tanto o Sebrae, a Ficc também e depois a Ame, que é a Agência Municipal de Empregos, mas como não houve realmente um interesse muito grande, não continuaram passando esses cursos. E a gente tenta mudar esse pensamento do associado, mas ele resiste bastante.

A AME foi criada pela gestão municipal de 2000 a 2004. O senhor conseguiria precisar quando esses cursos aconteceram?

Posso até tentar, mas agora mesmo eu não tenho esse dado, mas todos esses cursos foram durante a gestão passada. Todos foram na gestão passada.

O senhor se lembra se os cursos foram iniciativas do município ou se partiram das outras instituições parceiras citadas?

Foi uma iniciativa do município, através da Ame, na pessoa de Marcos Andrade, que é professor da Uesc também, então foi uma iniciativa do município, do setor público, como também havia o pedido da nossa instituição. A Aiart solicitou que houvessem os cursos para capacitar o nosso pessoal. Houve iniciativa pública e privada, por conta da Aiart.

E sobre estes outros assuntos [listados nas questões A a E], não aconteceu, não houve nenhum tipo de esclarecimento?

Só a questão “Atendimento ao cliente” foi contemplada, no curso de Técnicas de vendas. “Direitos autorais sobre a produção cultural”, não. Isso aqui nós não tivemos.

E sobre a qualidade do produto?

A qualidade do produto sempre foi muito questionada. O próprio Sebrae questionava, porque nós tínhamos muito associados que perguntavam por que nós não estávamos exportando os produtos. A exportação era interessante, deveríamos estar exportando... E quando nos reuníamos, questionavam sobre a qualidade do produto tanto o Sebrae quanto o Instituto Mauá. Falou-se sobre isso várias e várias vezes. Não basta apenas o produto ser bonitinho, não! Ele tem que ter peso, ele tem que ter medida, ele tem que ter embalagem, ele tem que ter a referência, quem está utilizando [certificando, garantindo] ele para ter aquela qualidade? Qual o órgão competente que analisou o produto para que ele tenha qualidade em nível de exportação? Nós sabemos que é muito mais uma questão de exigência, em qualquer setor, com qualquer produto, existe uma exigência muito maior quando o produto sai do nosso país. Então esse ponto foi muito questionado, muito discutido e não chegamos a uma conclusão. Até porque eu, particularmente, não achava que nós estávamos preparados para ter um produto em nível de exportação. Aí vem outra questão: a quantidade do produto, que traz também o preço para exportar. Só a partir de uma tonelada é que cai o preço. Menos que isso fica caríssimo, então para colocar um produto fora do país em pequena quantidade é inviável. Estaríamos pagando mais do que ganhando. A oferta era menor do que a procura e até hoje está sendo, pelo menos no nosso caso. Então não havia equidade para que esse produto saísse do país. Então se discutiu muito isso, a qualidade. Até não chegarmos a um denominador comum não teremos a chance de estar com esse produto fora do país.

E no caso da relação do produto com a cultura local? O uso do tema regional é incentivado pela Aiart?

É incentivado, mas existem algumas barreiras. Através do Instituto Mauá, eu participei de um seminário, onde nós entendemos o seguinte: o perfil do Instituto Mauá é de trabalhar três tipos de artesanato, ou seja, o contemporâneo, o *souvenir* e o tradicional. Porque nós estamos falando exatamente da cultura, estamos buscando nossas raízes. O tradicional é todo seguimento cultural que passa de geração para geração. O contemporâneo é todo o seguimento cultural que seja personalizado e o *souvenir* é toda linha de produtos temáticos trabalhados em série. Houve uma barreira, uma resistência muito grande porque tudo o que o artesão achava que estava fazendo bem, bonito, ele queria colocar na casa e o que aconteceu? Quando eu vim de Salvador, convoquei todos os associados para uma assembléia geral e passei para eles essas informações, que a gente ia mudar um pouco a nossa metodologia de trabalho. A gente ia realmente implantar uma nova metodologia porque estaríamos trabalhando tanto a cultura quanto o comércio. A questão logística é interessante, mas a cultura tem que ser preservada. Então o que aconteceu? Alguns associados não ficaram de acordo porque já tinham uma linha de trabalho e não queriam mudar. O que nós conseguimos conciliar foi: qualquer linha de trabalho que ele produzisse poderia ser trabalhada com a feira e *stands*, mas dentro do *Shopping* do Artesanato, que já é uma referência na cidade e também pelo nosso compromisso com o Instituto Mauá, que entendemos como a maior autoridade em artesanato, respeitosamente a gente ia seguir essa conduta. Por que a cultura existe e, de maneira contrária a isto nós estaríamos matando a cultura da nossa região. O contemporâneo, o tradicional e o *souvenir* existem e é preciso preservar porque a gente está perdendo a nossa identidade a cada dia. Então, alguns deles, atendendo a esse apelo, atendendo a essa necessidade e até uma obrigação nossa, se estamos trabalhando com cultura, temos que ver as coisas por esse lado e eles se conscientizaram e passaram a mudar seus trabalhos. Por exemplo, os brincos. Eles usavam miçangas e passaram a usar sementes, raízes... Porque realmente fala da nossa cultura. O produto indígena tem aqui dentro, trabalhado com penas de pássaros, casca de coco... Todo esse trabalho foi modificado para atender a essa dificuldade e ao mesmo tempo fazer com que as pessoas entendam a cultura da região.

A Aiart recebe recursos de outras instituições? Quais? Com que frequência? Os recursos são solicitados ou oferecidos?

Infelizmente o recurso de que a Aiart dispõe é muito pouco e vem do nosso próprio sócio. Ou seja, o nosso sócio paga três por cento referente ao salário mínimo. Então, todas as vezes que vence o mês, a Aiart cobra dele esse valor que hoje custa R\$ 10,50. O único valor em números que a Aiart tem, vem do próprio artesão e é repassado para ela.

E no caso das despesas de água, energia, telefone, manutenção etc., não há subsídios?

Aí vem a questão do poder público. O poder público disponibilizou esta casa, a antiga biblioteca Bernadete Sinai, para que a Aiart fizesse esse trabalho. Então hoje o poder público não cobra nem aluguel, nem água, nem luz. Nós temos custo zero nesta questão. É o que nos sustenta nesta questão porque, do contrário, não teríamos chance de estar com as portas abertas. Os valores que nós recebemos dos associados são irrisórios, até porque alguns são inadimplentes. Se os produtos deles não atingem uma meta de vendas satisfatória, a gente não tem como exigir que ele pague esses valores. Então a gente continua segurando o associado, mantendo os produtos desse artesão aqui, considerando o fato de que ele é parte importante, é fundamental na casa e ele vai continuar colocando o produto. Infelizmente, temos que entender dessa forma, porque as vendas são insuficientes para ele manter esses valores em dia.

O senhor poderia informar a receita da Aiart nos últimos anos?

De uma forma arredondada, eu diria que a Aiart tem entre R\$450 a R\$600,00 por mês¹¹. Essa é uma média. O que nos permite pagar a contabilidade, comprar produtos de limpeza, de escritório, algumas despesas extra, como troca de fechaduras, quebra de um vidro...

E no caso das vendas?

Paralelo à Aiart, existe o *Shopping* do Artesanato Grapiúna. Então 85% dessas vendas é repassada ao associado e 15% fica retido em conta para essa manutenção. Juntando Aiart e o *Shopping* é que permite à gente fechar esses débitos.

O senhor poderia dizer aproximadamente qual foi a receita, em 100%, do ano de 2006?

O *Shopping* do artesanato movimentou, no ano passado, o valor aproximado de R\$52.000,00. Esse ano nós estamos vendo as coisas um pouco devagar. Por vários motivos. O primeiro é que apareceram alguns concorrentes, algumas pessoas comprando, não produzindo, comprando produtos e tentando fazer o que a gente faz. Hoje as pessoas estão mais esclarecidas, essas pessoas não estão tendo êxito e a gente está tentando retomar esse espaço, esse comércio. Então eu tenho a impressão de que este ano, a partir dessa consciência do nosso cliente a coisa pode mudar, eles vão voltar à casa, vão ver que nós produzimos, nós não compramos produtos. Então eu tenho a impressão de que a partir desta data nós vamos estar reequilibrando esse processo.

A Aiart é parceira de outras instituições?

Não oficialmente. Hoje nós somos parceiros do Talher, de Itajuípe. O Talher é uma ação do Governo Federal que não tem a função de promover feiras e sim cursos. Mas quando eles começaram a participar dos nossos encontros, das nossas reuniões, começaram a entender que a feira era importante e hoje nós somos parceiros. Mesmo que involuntariamente, acontecem as reuniões e nós participamos, nos tornamos parceiros. Hoje a Ceplac é uma das maiores parceiras. A Ceplac tem dado à gente um espaço muito grande, todo evento que acontece, principalmente cultural, a Aiart participa junto com a Ceplac. Nós somos convidados, como no caso de Uruçuca com a Semana do Agricultor e todos os eventos que acontecem nos municípios circunvizinhos, feiras, palestras, apresentações de atores, cantores regionais.

Quem organiza essas feiras?

Há uma direção de Doutora Marli, daqui de Itabuna, Edvaldo, Jonas, todos participam da organização. Eles são da Ceplac, todos são ceplaqueanos. Inclusive tem um projeto que está em andamento e nós estamos tentando consolidar as feiras itinerantes. Ela é abrangente a todas essas cidades da região e é provável que nós recomecemos esses trabalhos agora. Já tivemos participação em Itajuípe, em Almadina, em Aurelino Leal, provavelmente eles vão dar continuidade a esse trabalho.

Como a Aiart se relaciona com:

a) Ficc

b) Secretaria de Agricultura e Turismo

c) Secretaria de Educação e Cultura

Apenas cordialmente. Porque há uma distância entre nós. Eu não entendo, mas acho que não é só com a Ficc, mas também com a Secretaria de [Educação e] Cultura, com a Secretaria de [Agricultura e] Turismo... Eu, por exemplo, ainda sou membro do Conselho Municipal de Turismo de Itabuna. E de repente a gente vê uma distância muito grande entre nós. Por que?

¹¹ Neste dia, a receita superou R\$680,00 e a equipe diretora comemorou o sucesso das vendas.

Algumas coisas que acontecem a gente não sabe na cidade. As informações teriam que ser direcionadas à Aiart, como a Aiart direcionada à Secretaria de Cultura, como de Turismo e à Ficc e essas coisas não acontecem. Então nossa relação é apenas cordial.

d) Sebrae

O Sebrae é outra instituição que deixou a desejar. O último encontro que nós tivemos com o Sebrae não foi tão bom porque existia uma distância muito grande dos nossos objetivos com os deles. Por exemplo, nós solicitamos do Sebrae que ele identificasse um dos nossos produtos e passasse a nos dar um suporte. Então nos exigiram que fizéssemos uma relação de artesãos e seus produtos e passássemos para eles. Fizemos o trabalho. A partir dessa data as coisas ficaram mais difíceis porque nem retorno dessa conversa tivemos. Eles receberam o documento, através da Ame, e, na minha opinião, o produto que poderia ser trabalhado pelo Sebrae era de aproveitamento de tecidos, feito pelas mulheres, são panos de prato, porta guardanapo, puxa-sacos, toalhas, caminhos de mesa, todos esses produtos. Eles ficaram de dar resposta e nunca deram. Parecia que estávamos em outro país, em outra cidade, porque não havia um relacionamento entre nós, não falávamos a mesma língua.

e) IES

No caso...

A FTC, a FacSul, a UESC....

A FTC. Sempre atendemos aos pedidos dela, de pesquisas, tanto da FTC como da Uesc. Sempre atendemos. Nossa relação acontece apenas dessa maneira. Quando aconteceu o primeiro seminário de artesanato e qualidade, solicitamos da FTC o espaço, eles nos atenderam muito bem, nos receberam muito bem e realizamos o seminário lá, no auditório da FTC. Na Uesc apenas participamos de seminários.

E, nesse caso, vocês participaram como expositores, palestrantes ou ouvintes?

Eu participei do seminário de artesanato, que a Aiart promoveu junto com os parceiros do setor público e o privado...

E quem são esses parceiros?

A prefeitura, alguns empreendedores da região e através da FTC. O Sebrae disponibilizou o *coofe break*... Foi um trabalho feito através da Ame, que possibilitou a realização desse evento. Eu entrei como “Caso de sucesso”. Naquele momento eu não estava como diretor, e sim como artesão, contando minha história, de quando eu vim de Salvador com um trabalho totalmente reciclado de lapidação em vidro. Foi um grande exemplo para a região porque eu estou aqui desde 1977 e continuo até hoje fazendo artesanato e sobrevivendo de artesanato, só com artesanato.

E como a Aiart se relaciona com outras ONGs? Existe parceria ou contato, por exemplo, entre a Fundação Jupará ou a Fundação Chaves?

Não, não. Nunca fizeram contato.

E com a iniciativa privada?

Também não há contato com empresa nenhuma.

E com os meios de comunicação?

Para a gente foi um verdadeiro prêmio, tanto o jornal, o Jornal Agora, a revista. Todavia, daqui de Itabuna, publicaram matérias nossas com eles. Inclusive eu tenho as matérias. A TV

Santa Cruz, a TV Cabrália, a TVI, que é a TV Itabuna a cabo... Todas essas empresas sempre nos deram oportunidades. Sempre! Eu tenho uma matéria com a TV Salvador, eu tenho esse material inclusive em DVD, que também foi exibido em UHF, pela NET, na ocasião, quer dizer, uma matéria em nível nacional. Eu estive em Brasília, no encontro Nacional de Empreendimento da Economia Solidária, eu fui reconhecido por uma senhora que tinha assistido a essa matéria. Eu fiquei surpreso quando ela me disse: “eu lhe conheço da televisão!”. Pra mim foi muito gratificante, foi como ganhar o prêmio Nobel (risos). Você ser reconhecido por um trabalho, que é como eu digo, o artesão, principalmente de Itabuna, não deve se sentir inferior, porque ele tem capacidade. Para você ter uma idéia, eu aprendi minha profissão em um bairro periférico de Salvador, praticamente em cima da maré, em um barraco de tábuas. Esse barraco não tinha nem seis metros quadrados. E eu aprendi essa profissão lá.

Você aprendeu com seu pai ou algum parente?

Eu aprendi com uma pessoa que conhecia minha família. Eu era *office boy* num banco e quando eu saí desse emprego eu bati na porta dele e ele me atendeu. Alguns colegas me apontavam na rua dizendo: “olha o homem que aprendeu a profissão dentro de uma semana!”. E realmente eu tive uma felicidade muito grande, porque primeiro precisa ter a vontade olhar aquilo com bons olhos, de aprender a todo custo e depois a capacidade de se expandir. Foi o que me aconteceu. Quando eu fechei uma matéria com o jornal daqui, eu levei pra ele, eu falei exatamente do meu mestre. Ele não sabia do que se tratava e quando ele leu o jornal ele chorou. Então eu disse a ele: “tem ainda outra matéria que vai ser exibida pela TV Salvador. Não chore muito agora, não, guarde um pouquinho pra chorar depois, quando ouvir eu falar seu nome na televisão” (risos). Porque a coisa mais importante não é você ficar agradecendo eternamente, mas você reconhecer que aquela pessoa foi alguém na sua vida. O primeiro pontapé, quem deu foi aquele ali, então foi o que eu fiz, o reconhecimento ao mestre. Eu tomei a iniciativa, mas ele me adotou. Era muito difícil alguém querer ensinar e ele me ensinou. E eu aprendi realmente. Eu modifiquei algumas coisas, criei algumas coisas, modernizei e a surpresa dele foi essa. Ele disse: “mas Rubens, como é que você chegou a esse ponto? Hoje você é o presidente de uma instituição?”. E eu disse: “Sou!”. E ele disse: “E você lembrou de mim...”. Lembrei dele na mídia porque ele foi o primeiro passo para mim, até chegar à quilos que sou hoje. Para mim foi gratificante demais, quase uma página inteira de jornal.

A Aiart promove ou participa de eventos?

Já promoveu a Feira de Arte e o Seminário de artesanato e qualidade. Agora, participa de quase todos os eventos em que ela é convidada.

Quais as potencialidades que o mercado artesanal apresenta em Itabuna?

A partir do momento que o artesão procura se qualificar, procura se orientar antes de lançar seu produto dentro do mercado, ele tem todas as chances, porque a qualidade, o preço é interessante demais e o mercado absorve. E através dessa orientação, tendo preço, qualidade e tendo disponibilidade para estar atento às opiniões, críticas, às vezes são mesmo críticas, mas construtivas, ele passa a observar que está faltando alguma coisa nele, no produto dele, então ele vai melhorando e o mercado vai absorver. Com certeza, sem dúvida alguma.

Quais as dificuldades e ameaças do setor no município?

As dificuldades são ainda muitas. O artesão não acreditar nele mesmo, como eu já falei... Mas eu acho que não existe ameaça do setor no município. Uma prova está em nós, aqui. Desde que nós estamos aqui, desde o dia 8 de dezembro 2003 [inauguração do espaço *Shopping* do Artesanato Grapiúna], se falava muita coisa. Para você ter uma idéia, falavam até que

ficaríamos com as portas abertas somente por um mês, um ano, no máximo. Estamos chegando a quatro anos porque nós acreditamos no potencial dos nossos associados. Nós acreditamos que estaríamos conquistando esse mercado através dos nossos esforços, então, pra mim, não existem ameaças. Existe uma coisa que nossos associados não entenderam: que eles existem, eles têm potencial, eles têm que acreditar nisso. Aí acaba de uma vez com a idéia de que existem ameaças, para mim não existem. A prova está aqui. Nós estamos de portas abertas, trabalhando feito loucos para dar conta dos produtos, pra dar conta dos nossos visitantes, quando eles chegam, informações sobre os produtos, na maneira que a gente atende, pra que se sintam satisfeitos, que seja uma venda prazerosa, para que eles vejam realmente que Itabuna existe e tem potencial com artesanato. Sempre que eu recebo um visitante de fora, eu faço questão de contar a história da casa, de contar a história da Aiart e contar que ele está comprando um produto de um artesão de Itabuna ou de uma cidade circunvizinha, mas não de um atravessador. Então assim, acabam de uma vez por todas essas ameaças.

Além do *Shopping do Artesanato Grapiúna*, como acontece a distribuição da produção?

O SAG, que está paralelo à Aiart, não tem autonomia para exigir que todos produtos fiquem dentro do SAG. Como eu falei anteriormente, alguns produtos não vendem, não rodam dentro da casa. Então eles próprios têm autonomia para estar transferindo esses produtos para outros lugares, outras cidades, como Porto Seguro, Itacaré, Ilhéus, Eunápolis, qualquer município pode comprar esses produtos na mão do nosso associado. Então o que acontece? A Aiart não tem autonomia pra dizer: “Esse produto só vai ficar aqui dentro”. Ele tem como estar aqui dentro e como estar nas cidades circunvizinhas. Não é proibido, pelo contrário, o artesão tem livre-arbítrio para estar comercializando o trabalho dele em qualquer lugar. Essa produção não é limitada apenas à nossa casa. Nós temos produtos da Aiart em Porto Seguro, em Ilhéus. A Exemplo de Adonias [Borges], [José de] Souza, Merivaldo, Valfrido, Márcia, todos esses produtos estão também no Mercado de Artesanato de Ilhéus, no Aeroporto de Ilhéus, em lojas de Itacaré, em Canavieiras... Muitos produtos nossos estão nessas regiões.

Existem incentivos para os iniciantes?

Infelizmente nós não temos nenhum mecanismo que possa incentivá-los. Por exemplo, eu gostaria que estivessem à disposição, aqui, cursos que pudessem dar suporte a essas pessoas ou que a Aiart recebesse uma verba ou qualquer subsídio que pudesse dar suporte, por exemplo, na questão da matéria-prima. O artesão, quando começa, ele gosta, ele procura até um curso, mas ele não tem renda para comprar matéria-prima. Então se a Aiart tivesse à disposição uma verba ou recurso que pudesse estar fazendo esse trabalho, seria muito interessante. Créditos, bolsas ou até que a gente tivesse um trabalho em parceria com outra instituição, vamos dizer, uma Ong, que pudesse fazer isso junto. À Aiart, beneficiando essas pessoas que estão começando e querem se tornar um artista. Eles teriam aí um bom incentivo com a questão da matéria-prima, do curso, do transporte, porque espaço para exposição nós garantimos, mas eles precisam produzir e sem renda nenhuma eles não conseguem. Alguns deles deixam um curso pela metade, eles param exatamente porque já sabem que não vão conseguir produzir. Às vezes, eles não têm sequer um espaço em suas residências para montar uma oficina, porque o recurso é zero.

Há muitos iniciantes na Aiart?

Alguns. Hoje nós temos muito mais profissionais do que iniciantes. São bem poucos.

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas

com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. Há algum tipo de ação ou projeto futuro desta instituição fundamentada na EC em Itabuna?

Não. Não conheço, nem a Aiart nunca participou de algo semelhante.

E fora de Itabuna, a Aiart já participou de alguma ação integrada?

Não, nunca participou.

O senhor acredita que Itabuna está preparada para receber que tipo de turista/visitante?

Com toda honestidade, eu diria que todo tipo de turista, a partir do momento que existe uma política cultural. Quando a Aiart foi convidada para participar do Conselho Municipal de Turismo, eu dei a idéia de que a gente devia trabalhar muito essa questão. Intercâmbios entre as instituições, secretarias, a Ficc etc. Esclarecer, através de *out door*, na entrada da cidade, o que nós temos de cultura, de atrativo, de ponto turístico ou qualquer outro tipo de atrativo que viesse a facilitar a vinda do turista. Alguns locais em que não existe nenhuma sinalização, é preciso ter. A questão da culinária grapiúna, já foi discutida, questionada e não se tem solução. Se hoje você me perguntar: “qual é a culinária de Itabuna?” Eu não sei. Um prato típico da culinária de Itabuna, eu não sei. Tivemos essa dificuldade com uma Caravana que veio do Rio Grande do Sul querendo conhecer a cultura de Itabuna. Foi uma situação muito delicada porque ninguém sabia informar. Nem os restaurantes tinham conhecimento. Para você ter uma idéia, nem os restaurantes, que é a área deles, não tinham conhecimento. Ofereceram churrasco, feijão tropeiro ou pizza, coisas que eles já têm. Não é a prática de Itabuna. Churrasco vem do sul, pizza de São Paulo... Então ficamos a ver navios e foi um transtorno. Então, a partir de uma política cultural, uma coisa que pudesse esclarecer e viabilizar essa linha de hotelaria, para oferecer apenas dormidas, comidas e bebidas, não! Entretenimento, sempre colocando a questão da cultura, a cultura em primeiro lugar. Sempre ações voltadas para atores, compositores, cantores, bailarinos, artesãos, todo o cenário montado com esse tipo de cultura, porque nós estamos devendo isso ao nosso turista. Então a partir de uma política cultural bem estruturada, bem organizada eu acho que nós temos condições de alcançar todo tipo de turista. Não basta apenas ter praias, não, de jeito nenhum! Nós temos igrejas, temos museu, faculdades, Universidades, nós temos tudo a ver. O que não conseguimos é vender a cultura da nossa cidade. Não temos uma política consistente. Isso é realidade. Não temos uma política cultural consistente. Quando a tivermos nós vamos ver que a coisa realmente funciona, tanto para o turista local, que está em cidades próximas, quanto o nacional ou o internacional. Hoje eu não sei, por exemplo, qual o restaurante que está capacitado para receber o turista internacional. Porque teria que ter um recepcionista que falasse pelo menos dois idiomas. Eu não sei se isso existe aqui no município. Eu participei de uma reunião, não é a minha área, mas, tivemos o Primeiro Festival Gastronômico aqui em Itabuna, que pelo menos os coordenadores acharam um grande feito dentro de Itabuna. O Conselho Municipal de Turismo foi convidado para ouvir o relato em reunião e comentou-se que foi muito bom, ótimo, mas poderia ser melhor. Questionaram que os garçons não estavam realmente preparados, devidamente qualificados para estar trabalhando nesse evento. E eu disse que talvez a culpa não seja do garçom e sim desse empreendedor que convocou o garçom. Porque se o garçom precisa de emprego ele bate na porta para pedir. Mas tem que ver se o currículo desse garçom tem a referência de alguma empresa que garanta que ele foi preparado, um Senac, por exemplo. Às vezes ele não tem. Mas isso também não basta. O empreendedor dessa área tem que investir. Será que ele tem condições ou quer investir? Às

vezes ele não quer. O garçom sozinho não é culpado, mas também o empreendedor que convocou o serviço dele. E realmente, o evento não tomou uma dimensão melhor porque a qualidade dos serviços não era bom, mas não quer dizer que o garçom seja culpado. E as pessoas ficaram assim, porque não é minha área e eu dei opinião... Eu penso que não basta apenas querer, tem que investir. E isso faz parte do cenário cultural. Se nós não temos pessoas educadas, qualificadas, é a nossa cultura também que não permite. A gente quer ganhar o dinheiro, mas não quer investir. Teve também um seminário na Uesc em que o palestrante disse: “a partir de algum tempo vamos deixar de ser palestrante para ser historiadores”. Quando o turista chega na nossa região ele quer saber exatamente o que é que nós temos de cultura, não só comer, beber, dormir e ir embora. Não. Ele quer conhecer a cultura da região, quer saber o que deu origem aos nomes das casas importantes, quer saber por que existe esse encontro de senhores e senhoras? É uma cultura da região. Então é preciso que a gente faça renascer tudo isso através de um trabalho bem feito. Ele disse: “ nós estamos dentro de uma região rica em frutas e quando há um seminário ou qualquer outro evento desse porte, a gente toma coca-cola ou outro refrigerante!”. Quer dizer, nós realmente não vendemos a nossa cultura. Qual é o restaurante que oferece chocolate gelado? Quente? Nós temos o “fruto dos deuses”, mas a gente não vende! A pergunta do ouvinte era a respeito do seu não crescimento na área de turismo, e a resposta foi essa: “porque ele não vende a cultura da região!” E ele precisa vender porque o turista está saturado de ver sempre as mesmas coisas, ele quer conhecer as coisas diferentes da região e isso só acontece através da cultura. Se o turista não é informado da nossa cultura, ele não fica sabendo, não vê, ele vai comer feijoada e tomar coca-cola, mas isso pode acontecer em qualquer lugar. E a cultura daquela cidade, onde está? Quem conta aquilo ali? Não tem ninguém. Daí que talvez seja mais interessante deixar de ser palestrante para ser historiador. Nós não crescemos porque não vendemos a nossa cultura. A prova está aí. Quando acontece um evento, oferecemos as mesmas coisas que todos os lugares têm, mas nós não oferecemos o suco de cupuaçu, de cacau, que nós temos em quantidade, temos uma universidade tão grande e nós não colocamos em prática, estamos sempre copiando as coisas. É muito ruim isso. Para mim, hoje, Itabuna pode estar preparada? Pode. A partir de uma política cultural consistente, que vá fundo na descoberta de nossas raízes, que trabalhe exatamente com os colégios, porque tem que começar no colégio, fazendo aquilo valer como ponto, na sala de aula, para que o aluno comece a tomar consciência daquilo ali enquanto ele está no primário: “Existe isso na minha cidade, eu estudei isso!”. Tudo isso pode ser interessante, mas fundamentado em uma política cultural. Fora disso eu não vejo muita chance. Nós estamos nos esforçando para tentar atender a essa necessidade, mas está um pouco difícil. A nossa casa é praticamente a única com trabalhos de artistas da nossa região, caracterizada por artesão de Itabuna e cidades circunvizinhas. As casas que estão se formando estão comprando produtos e essa não é a meta da Aiart. A Aiart quer exatamente trabalhar com o artesão, quer conhecer o artesão, seu trabalho, suas origens, dar espaço a ele, elevar seus conhecimentos. É difícil, não temos recursos, mas esse é o caminho.

O senhor gostaria de falar mais sobre suas sugestões para favorecer ao turismo em Itabuna?

Sim. Eu queria, por exemplo, que as secretarias fossem mais participativas, que elas se envolvessem diretamente com as ações, todas as ações que envolvem arte e cultura. Eu gostaria que elas fossem mais participativas realmente, que procurassem promover encontros de artistas em locais estratégicos, acompanhado pela sociedade de um modo geral. Que a sociedade tivesse conhecimento de pessoas que vivem dentro da nossa região e passam despercebidas e são grandes talentos. Eles só aparecem se houver um trabalho de resgate mesmo e tem que resgatar principalmente a auto-estima dessas pessoas. Muitos deles perdem o estímulo porque não tem um órgão competente que tenha essa política. Isso aqui não chega

até a gente. Eu me sinto um privilegiado quando eu vejo que ganhei medalha de honra ao mérito, ganhei duas matérias com jornais, ganhei três matérias com a televisão, então eu me sinto um privilegiado. Você vê que eu sou um artesão como muitos, mas que, às vezes, não tiveram as mesmas oportunidades. Às vezes um crítico não lhe vê com bons olhos e você passa despercebido. A partir do momento que esses órgãos, que tem realmente essa função, fizerem seu dever de casa, eu acho que a sugestão é essa. Eu não posso admitir que uma secretaria de cultura não tenha conhecimento de setores que trabalham a cultura, que procuram pelo menos alguma coisa para se sustentar. Eu não posso admitir porque eu vejo que a função deles é aquela, é resgatar auto-estima, é dar uma força, pelo menos, para que aquela possa voltar a dizer: “eu sou um artista, eu tenho o apoio de tal instituição”. Que coloque em prática as ações e trabalhos, porque vem aí a questão da sustentabilidade. Quando a Ficc foi fundada, ela descobriu cantores, atores, alguns que não podiam nem mais fazer o seu trabalho. E a Ficc procurou tratar dessas pessoas. Um trabalho muito difícil... Atores, compositores, poetas doentes porque perderam o estímulo e, por sua vez, começam a beber e a declinar. Teve quem perdeu tudo, até os laços de família porque ele perdeu a identidade profissional dele. Ele acreditava muito no seu potencial, mas alguém acabou por diminuir muito essas chances e ele se tornou um zero. De repente, essas pessoas foram resgatadas, mas esse trabalho não teve continuidade. Outro dia eu estive com certo cantor e perguntei a ele: tal instituição te passa algum subsídio? Ele disse: “Não”. Você recebeu alguma carteira que seja sua identidade profissional que você possa exibir com orgulho e dizer assim: “eu represento essa instituição”? Ele disse: “Rubens, nós não temos nada disso em Itabuna”. Se você ficar doente, se por algum motivo ficar impossibilitado de exercer sua profissão, como você vai sobreviver? Ele disse: “eu não sei”. Não existe nem na Lei Orgânica do município alguma coisa que possa beneficiar um artista? Então é uma tristeza muito grande. Eu chamo a atenção para isso porque a gente vê um ator, uma atriz se acabando aos poucos. Não seria uma proposta hoje, para a Ficc, fazer um intercâmbio, trazendo artistas do sul e lavando nossos artistas para se apresentarem lá? Não precisava ganhar dinheiro, não, mas um cachê, com as despesas pagas pela instituição de lá e a instituição daqui convocasse as pessoas para mostrarem seu trabalho aqui. Não seria interessante? Um encontro de valores, de cultura?! O que pode acontecer daqui por diante, para mudar esse raciocínio.

Sobre essa questão do raciocínio. Há, nesse momento, artesãos de Itabuna que levaram seus produtos para uma feira de arte na Praça da Catedral de São Sebastião, em Ilhéus. Qual a avaliação que a Aiart faz dessa feira?

Elas estão tomando muito prejuízo. A coordenação não tomou conhecimento das necessidades básicas, de infra-estrutura ou existe um boicote para que realmente não tenha êxito. Nós [o grupo da Aiart que está instalado na feira de arte, em Ilhéus] estamos diante de três agências bancárias, mas só funciona uma. Faz uma semana que o Bradesco não está funcionando. E o turista se revolta porque não tem como sacar dinheiro para comprar na feira de arte. Nós não temos sanitários químicos. É um absurdo! Uma quantidade grande de pessoas circulando naquela área e não há onde usar um banheiro para suas necessidades fisiológicas. Em hotéis, restaurantes, barzinhos? Nem todo mundo deixa. A organização da feira teria que providenciar sanitários químicos. Nós não temos um palco, nem uma entrada da feira, que de longe se pudesse ver que ela existe. Essas pessoas estão em Ilhéus e o ponto mais alto é Jorge Amado, uma pessoa conceituada no mundo todo... Não tem nem uma estudante de balé, uma estudante de teatro recepcionando essas pessoas, caracterizada de Gabriela, oferecendo às pessoas um boletim informativo do que está acontecendo na cidade. Por exemplo, a igreja tem uma programação, essas feiras deveriam receber um boletim informando sobre a programação da igreja e dos eventos que acontecem na cidade. Afinal de contas, até fevereiro, estamos com essas pessoas dentro da nossa casa, então, por que não trata bem? Se nós dependemos deles,

eles vêm ver a nossa cultura, vem ver os atrativos, que são as praias, mas eles precisam ser bem tratados ou, pelo menos, bem informados. Nesse palco, deveria ser exibido todas as noites um artista de Ilhéus, da região, dentro da feira, como um atrativo. O candomblé, que é uma cultura também, mostrando a dança, o folclore, é muito bonito, atrativo. Tudo isso nós teríamos que ter nessa feira.

De um modo geral, seria mais vantagem se o artesão apostasse mais em Itabuna?

As coisas estão ficando mais difíceis em todo lugar, mas, particularmente, eu acho que seria bem melhor se eles estivessem apostando na nossa casa. Eu não sou contra, mas eu tento mudar essa metodologia de trabalho de rua, oferecer o produto em qualquer esquina. Eu acho que ele deveria estar dentro da nossa casa, trabalhando, mostrando seu produto e se ele tivesse a necessidade de sair da cidade para mostrar esse produto, que ele tivesse a consciência de valor que esse produto tem, de como ele pode ser comercializado e quais são as chances que ele tem, para ter retorno. Muita gente investiu nessa feira e não estão tendo retorno. As pessoas têm a ilusão de que, saindo daqui de Itabuna, vão chegar em outra cidade, como Ilhéus, na certeza de que os navios que vão chegar, como ontem, que chegou um navio trazendo três mil e quinhentas pessoas, mas esse turista apenas olha e vai embora sem consumir nada. Então é um trauma realmente. Você está com a barraca cheia de produtos e não consegue vender nada... Alguns foram até imprudentes. Pagaram caro, apostaram alto demais. Já aqui, dentro da própria cidade, nós estamos recebendo uma média, por dia, de setenta, oitenta, cem pessoas. Teve dia em que recebemos até cento e cinquenta pessoas aqui no SAG. Não são números registrados, mas, pelo volume de vendas, nós conseguimos chegar a esse dão. Então, se esse artesão estivesse com seu produto aqui dentro, talvez tivesse mais chances. Temos colegas que estão lá sem vender nada e nós estamos vendendo o produto dele aqui. Dez, doze peças por dia! Veja o contraste das coisas: o lugar que tem o maior número de visitantes, não tem o público-alvo desse produto. É um público que vai apenas para se distrair. Então a demanda está muito mais aqui, nesse momento. Pode ser até que, um dia, já que a feira vai até o dia 5 de fevereiro, seja bem melhor e eu pague um preço caro por isso, mas muita gente já está desistindo. Um exemplo disso é minha esposa, que já está retornando amanhã porque as coisas não estão satisfatórias.

JOSÉ DE SOUZA

Entrevistado (a): José de Souza – Artesão

Local: *Shopping* do Artesanato Grapiúna, Calçada da Rui Barbosa, 171, Centro, Itabuna

Data: 12 de janeiro de 2007 **Horário:** 17h00minh

Bloco 1: Dados pessoais

Nome completo: José de Souza

Endereço/Contato: Rua Santa Clara, nº. 274, bairro São Pedro, Itabuna - BA

Data de Nascimento: não informou

Escolaridade: fundamental incompleto

Bloco 2: Iniciação

Como descobriu sua habilidade para fazer artesanato?

Eu morava na roça... Eu morava aqui na região, porque eu sou filho de Feira de Santana. A primeira vez que eu vi uma roça de cacau, com aquele “bate folha”, que é como chamam aquelas partes falhadas, onde quase não nasce mato, eu tive uma inspiração de fazer arte. O meu primeiro trabalho eu fiz com um cacauzinho, peguei um bilrro de cacau [fruto ainda em formação, com até cinco centímetros, aproximadamente] e fiz uma escultura, fiz um rosto. Assim, por nada, eu fui cavando, desenhando e fiz um rosto. Mas eu já desenhava. Foi assim que eu comecei, fazendo escultura nos bilrrinhos de cacau. Daí um rapaz que trabalhava na fazenda me disse: “rapaz, se o dono souber que você está fazendo isso com os bilrro de cacau, vai botar vocês tudo pra fora!”. O Administrador me disse isso. Mas aí ele mostrou à filha do dono da fazenda, porque mulher é sempre mais boazinha. Não mostrou o cacau, mostrou um desenho que fiz. Ela disse: “Ah, esse menino tem futuro, esse menino é um artista! É diferente dos outros...”. Daí ela me trouxe uma aquarela, cadernos de desenho, depois me trouxe para a cidade. Eu vim para Ilhéus e depois voltei para Itabuna. Eu não sabia o que é que eu queria bem... Eu via os caras fazendo letreiros e ficava olhando. Mandavam eu comprar carne, porque eu trabalhava de doméstico, e quando eu via alguém fazendo um letreiro, ficava lá olhando, com a compra na mão [risos]... Ficava um tempão só olhando eles fazendo o letreiro. Eu esboçava a letra, desenhava, eu sempre gostei muito de desenho. Eu mesmo não sabia que eu era artesão. Quando eu tinha mais ou menos uns quinze anos eu comecei a trabalhar com o cara, pintando aquelas paisagens de lameira de caminhão. Eu não me lembro bem, só lembro que eu era pequeno e o pessoal não queria me entregar o trabalho, diziam “Ah, eu não gosto de entregar trabalho a menino, não!”. Mas tinha um pintor que me dava força, dizia: “não, pode entregar que ele sabe fazer...”. Nesse tempo eu estava sempre desenhando. Mas aí eu vim para a cidade e comecei a trabalhar em casa de família e continuei sempre fazendo arte. Trabalhei em casa de peças de automóveis também, mas sempre desenhando. Quando eu fiquei rapazinho eu fiz um teste numa firma, eu já tinha aí uns dezoito anos, e passei. Eu fiquei trabalhando como desenhista amador numa firma de desenho artístico e publicitário. O dono da firma pintava e também trabalhava com publicidade. Foi aí que eu aprendi a fazer um desenho publicitário, cartaz, *layout*, essas coisas, e aí eu fui me desenvolvendo. Depois eu montei uma firma pra mim de desenho e serigrafia. O nome era “Art Souza”. Eu fazia artesanato nas horas vagas. Eu comecei a fazer uns bonequinhos assim e colocava dentro de um baú. Eu pensava que aquilo não prestava pra nada... Eu fazia e achava bonitinho, pintava e depois guardava nesse baú. Um dia eu precisei de um dinheiro para pagar uma prestação e um cara me falou: “mas rapaz, você com tanta coisa aí, se eu soubesse fazer essas coisas eu não ficava sem dinheiro!”. Eu disse é mesmo! E fui vender na Cinquentenário. Naquela época Ubaldo era prefeito. Eu fui vender com uma vergonha danada... Um cara viu uma série, uma de mulheres com fecho de lenha, outras com cabaças, mulher com lata d’água, mulher de barriga, como menino, todas eram estatuetas pequenas, e o cara me perguntou o preço. Eu perguntei quanto ele pagaria e ele me mandou pensar bem no preço. Eu falei o preço e ele comprou uma coleção e me mandou ir na prefeitura, que tinha um pessoal também artista. Eu fui. Quando cheguei lá eu conversei com a primeira-dama e ela fez uma exposição pra mim. Minha primeira exposição foi no Grupo Escolar São Caetano, hoje se chama Eraldo Cardoso. Eles fizeram convites, chamaram os professores, pessoas que trabalhavam com cultura, que trabalhavam com cultura na prefeitura e deu muita gente. Saiu nos jornais, tudo direitinho! Quer dizer, não teve divulgação mais... E aí eu não parei mais, fiquei trabalhando com artesanato.

O senhor tem o artesanato como ocupação principal? Há quanto tempo?

Eu só trabalho com artesanato, tem uma faixa de trinta anos. Eu não me lembro quando foi, porque eu já fazia antes disso, não para vender, só para fazer, mas já tinha uma produção.

Que outras atividades profissionais o senhor exerceu? Como elas influenciaram seu artesanato?

Eu já trabalhei em roça, mas era menino ainda. Eu carregava cacau, colhia, só não fazia quebrar, que minha mãe não deixava porque eu podia me cortar. Mas eu fazia “roçagem”, tudo em trabalho de cacau eu já fiz. Nunca trabalhei em barcaça também porque era um trabalho muito pesado, de pegar os caçuás cheios, carregar saca de cacau, eu não agüentava. Mas o que eu pude fazer em cacau eu fiz. Eu também trabalhei em garagem coletiva, em auto-escola, em casa de peças de automóveis, então arrumei uma profissão e comecei a trabalhar em loja. Conhecer peças de automóvel é igual a uma farmacêutico, igual a trabalhar em farmácia. Vamos dizer que um carro quebra na estrada, se você vender uma peça errada, é como vender um remédio errado. Eu aprendi essa profissão, de vender peças. Quando eu já conhecia quase tudo, que a gente nunca conhece tudo, o dono da loja falou para eu trabalhar representando, vendendo peças de automóveis, já que eu conhecia muito, mas eu disse não, eu não quis. Meu negócio era fazer artesanato. Me disseram: “mas você vai ganhar algum dinheiro? Esse negócio de arte não dá dinheiro!”. Eu disse: mas eu gosto de fazer é arte! Aí eu realizei meu sonho. Meu sonho era ser artista. Eu nunca pensei em dinheiro, não, nunca tive sonho assim, nem casa, comida, nem carro, nada assim, eu sempre pensei em ser artista, não sabia se eu ia ganhar dinheiro ou não.

Porque você escolheu o trabalhado rural como tema para as suas estatuetas?

Porque me inspirou muito. Eu comecei assim... Realmente, quando eu vi a primeira roça de cacau, que eu nunca tinha visto lá em Feira de Santana, eu me inspirei muito e comecei a fazer. Até hoje eu trabalho baseado no cacau, não nos coronéis, não, eu tenho foco mesmo no trabalhador. Foi uma fase que eu passei também, então eu foco muito nos burrinhos, no barçaçeiro, no cara colhendo o cacau, a bandeira, a bongá, eu sou apaixonado por esse trabalho...

Por que escolheu Itabuna para viver e vender sua produção?

Porque eu gosto de Itabuna. Eu adoro Itabuna. Não consigo ficar nem um ano longe de Itabuna. Eu fiz exposições no Rio de Janeiro e queria que eu ficasse por lá, mas não consegui ficar lá. Eu morei no estado de Minas também, Governador Valadares. Eu estava gostando de lá, mas depois me deu saudade e eu vim me embora. Lá eu levei coisas de cacau e foi novidade. Porque um artista quando chega numa cidade com trabalhos diferentes, de outra região, o pessoal começa a comprar, mas depois que descobre que o cara já mora ali, então muda um pouco essa rotina. Eu já estava morando lá, então tive que mudar o estilo. Comecei a basear o tema nos trabalhos de lá. Fiz uma pesquisa pra saber qual era o tema mais forte de Valadares e comecei a ver qual era os negócios dos mineiros. Fui fazendo essas pesquisas e fui fazendo coisas de Valadares. Até que os artesãos de lá achavam que eu estava trabalhando melhor do que eles, mas não era, era porque eu estava fazendo coisas da região e então ficou fácil de vender. Quando você faz peças sobre a região, tanto você vende para o pessoal da região, quanto para o pessoal de fora. No caso, eu trabalhei com o tema de lá da região. Hoje eu trabalho com cacau, mas eu me adapto fácil a qualquer outra coisa. Se eu for morar em Vitória da Conquista, eu poso mudar tudo. Faço uma pesquisa e vou ver o novo tema. Faço essa pesquisa e começo a fazer tudo sobre o café, que é o forte de lá. Em vez de fazer saca de cacau, vou fazer saca de café. Vou fazendo uma pesquisa primeiro e vou entrando na área deles, vou invadindo e chego lá.

Bloco 3: Criação – memória, imaginário e identidade

Como surgiram as esculturas “gente grapiúna”?

Pelo que eu já respondi até aqui, acho que já deu pra entender o porquê...

O que o senhor sente quando vê seu trabalho pronto?

Quando eu crio um trabalho, mesmo eu já tendo o meu estilo próprio, a gente sempre está criando, quando a gente modifica um pouco está criando, então quando eu crio algum trabalho eu fico muito alegre. Mas depois ele vai ficando como um ano novo e um ano velho. Eu já vou encontrando defeitos naquele trabalho. Eu acho que o artista sempre encontra defeito. Daí eu parto para outra criação. É sempre assim, sempre nessa luta e nunca vai chegar o dia de dar o ponto final, de dizer que está pronto e não preciso criar mais nada. O que eu procurei eu encontrei, que era ao meu estilo, minha marca. Eu acho que o artista só é artista quando ele tem um estilo próprio. Em cima desse estilo eu só vou modificando algumas coisas, sem perder o padrão de cores, as características, a expressão. Quando eu faço um trabalho de coronel, o dono ou patrão, quase não tem definição. O patrão não tem nem estilo... Quando eu faço o meu estilo, daqui da região, eu me sinto bem. Quando eu faço de outra região eu também me sinto bem, mas tentando me adaptar. O tema é o mesmo, sempre o trabalhador, mas não é uma coisa minha mesmo. Eu acho que o que eu tenho de melhor no meu trabalho é o tema regional, da minha região, com tema de cacau, aí eu me sinto bem fazendo o meu trabalho. Os outros trabalhos é uma questão de não ficar sem dinheiro. Eu vou e faço porque não estou vendendo mais o tema de cacau. Em Valadares eu estava vendendo bem porque eu era de fora, tinha um trabalho de fora, mas depois tive que fazer uma adaptação, já não era mais novidade. Mas eu fazia mais pelo dinheiro, não era tanto por prazer. E eu não modifiquei muita coisa, não. Eu continuei com as mesmas características, fisionomias, só mudei os instrumentos que eles usavam para trabalhar, diferentes dos daqui. Aqui se usa caixa de cacau, caçua, podão, lá eu usava aquelas lanterninhas de chapéu, galiota de quatro rodas, coisas de garimpeiros mesmo. Eu fazia pelo dinheiro, mas não me sentia assim tão legal. Quando eu voltei para cá eu me senti melhor.

Bloco 4: Produção, distribuição e promoção

Gente Grapiúna são esculturas à base de massa epóxi. O senhor se preocupa em utilizar recursos que não prejudiquem o meio ambiente? Já trabalhou com alguma matéria-prima natural?

Eu já trabalhei com restos sim, com orelha de pau, como a gente fala por aqui, não sei o nome certo, mas já usei orelha de pau. Eu não gosto de trabalhar com madeira. Já fiz algumas esculturas assim, mas não me encontrei muito, não.

O senhor identifica alguma matéria-prima típica da região Sul-baiana?

A folha do cacau. Eu já usei muito a folha seca do cacau. A gente usa para fazer [plano de] fundo, pode enrolar para fazer detalhes, pode combinar com eucatex ou usar para fazer peça tipo um troféu. Também pode combinar ela com epóxi. Eu já fiz alguns trabalhos assim, até com sementes de cacau eu já fiz. Mas eu gosto mesmo de trabalhar com argila e epóxi.

Quanto o senhor produz por mês, aproximadamente?

Depende. Eu tenho peça que envolve alumínio, papelão... Essas demoram mais. Mas as minhas peças pequenas, essas estatuetas, trabalhando tranqüilo, eu faço umas cinquenta por semana. Já fiz até mais.

Esse total é alterado nos meses de maior visitação turística?

Eu trabalho no inverno e vou guardando. Quando chega a época de turismo a gente não tem muito tempo para trabalhar, é só sair para vender. Então eu vou fazendo antes, me preparando.

O senhor interage com o público-alvo do seu produto?

Eu gosto de colocar as peças na loja, mas eu gosto, pelo menos um dia na semana, de vir vender, conversar com o turista. Eu venho pra cá [*Shopping* do Artesanato Grapiúna, em Itabuna], vou no Canabrava, vou no Transamérica, nas praias de Ilhéus... Coloco as coisas na mochila e vou vender. Ilhéus e Itacaré... Não estou mais indo pra longe porque agora não preciso mais. Mas antes eu ia vender até em Porto Seguro. Agora não, só em Ilhéus mesmo.

O senhor participa de eventos (feiras, exposições, mostras, concursos etc.) no município?

Já participei. De concurso foi só o Terra à vista. Aliás, dois. O Terra à vista é um concurso em nível baiano e qualquer pessoa pode participar. Não me lembro bem, mas tem gente de Ilhéus, de Salvador, de Itabuna... Sempre tem premiação. Mas tem muito tempo. Eu ganhei dois troféus do Terra à vista, em dois anos seguidos.

E em outras cidades?

Eu participei em Governador Valadares. Lá tinha duas feiras. Uma era chamada Feira *Hippie*, era uma feira mais comum, onde entra todo tipo de artesanato e tinha também a Feira de Arte. E por sorte minha, eu participava das duas! Teve também um concurso e não queriam me convidar porquê eu era de fora, de outro Estado, mas eu consegui provar que morava lá há mais de seis meses e então pude participar. Então eu participei e ganhei um prêmio. Ultimamente eu não tenho participado de nenhum.

Como o senhor divulga o seu trabalho? Possui *website*, *folder*, cartão de visitas, álbum com portfólio?

Eu não uso nada, só um telefone mesmo, em celular e às vezes um cartão de visitas. De vez em quando o turista quer saber onde encontrar minhas peças, então eu dou um cartãozinho da loja ou com o meu endereço, de minha casa. Pessoas que vêm passar férias por aqui... Vão lá em casa. Ano passado eu recebi dois rapazes de Itacaré, eram estrangeiros. Disseram que iam lá eu nem acreditei, mas foram mesmo. Eu tenho um cliente que tem pousada em Itacaré e somos muito amigos. Então ele recomenda às pessoas que me visitem. Ele mesmo me visita, traz os amigos...

Com que frequência aparece em jornais, programas de rádio e TV?

Eu já apareci na televisão várias vezes. Tive muitas reportagens. A última vez foi no ano passado, se não me engano.

O senhor recebe patrocínio de alguma personalidade, empresa ou organização não governamental?

Já tive. Já tive patrocínio da Prefeitura de Itabuna, da Ceplac, da Funarte (Fundação Nacional de Arte)... De ONG nunca, nem de empresário nenhum. Só do governo, sempre através da política.

Bloco 4: Processo – Integração com os setores público, privado e terceiro setor**Como é a sua relação com a Associação de Artesãos de Itabuna (Aiant)?**

Minha relação é expor aqui, participo dos eventos, sempre quando eu quero... Ultimamente eu tenho participado muito pouco dos eventos da Aiant. Muito pouco mesmo. A Aiant sempre participa de feiras, aqui pela região, em Una, Almadina, essa eu só fui um dia. Eu gostava muito de feira, ainda gosto, mas de uns tempos pra cá eu fiquei assim, sem tempo. A feira é

realmente para divulgar o trabalho, então quando a gente vai trabalhando, vai ficando conhecido, de um jeito que se eu for na feira eu vendo, se não for, eu também vendo.

O senhor faz parte de outras ONGs (municipais, estaduais ou nacionais)?

Eu faço parte também do Instituto Mauá, tenho até carteira. Mas depois que eu recebi a carteira eu não fui mais lá. Eu trabalhei com o Instituto Mauá, depois eu mesmo deixei, saí de lá. Eu sei que eu posso levar minhas peças para a loja deles, lá na Barra, mas eu não levo.

E quais os resultados dessa parceria?

O Instituto era muito forte. Mas na época, quando eu comecei a trabalhar com eles, já não estava assim. No início eu ganhei um dinheirinho, mas depois ele entrou em reforma, e aí todo mundo sobrou. Depois dessa reforma eu não voltei mais lá.

E eles não entram em contato com o senhor?

Eles trabalham com associações. Nessa época era com pessoa física. Qualquer artesão que chegasse lá podia se integrar, fazer carterinha. Minha carteira foi feita através da associação, da Aiart, mas se eu quiser participar de uma feira de arte em Salvador é só eu aparecer por lá. Eu até estou precisando andar um pouquinho, visitar lá, porque eu fiquei muito em Itabuna...

Como é a sua relação com a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania (Ficc)?

È difícil. Eu não estive lá na Ficc ainda.

Mas a Ficc faz contato com vocês artesãos, com o senhor?

Eles buscam, eu é que sou desleixado, que não vou lá. Lá dá curso, conheço várias pessoas que começaram a trabalhar com a Ficc, mas eu mesmo... Nunca procurei. A gente é que tem que correr atrás, não é? Mas eu nunca fui lá procurar: "Tem alguma coisa aí pra eu fazer?". Nunca fui, não.

E com o Sebrae?

Também não. O pessoal daqui já tomou alguns cursos com o Sebrae, curso de vendas, mas eu nunca tomei, não.

O senhor já teve algum contato com a Secretaria de Agricultura e Turismo do município?

Não. Que eu me lembre, não.

Já participou de algum curso profissionalizante oferecido pela Secretaria de Educação e Cultura do município?

Não. Teve uma época, aquela época de Ritinha Dantas, que eu ia tomar um curso de cerâmica. Ela ia me mandar, mas eu não quis. Eu não tinha vontade de aprender a fazer aquele tipo de cerâmica. Era muito bonita, sim, mas era um tipo que me interessava. Eram potes, coisas assim, se fossem estatuetas eu faria. Depois eu disse a ela que preferia aprender a fazer fundição. Ela mandou eu procurar saber onde esse curso existia. Eu fui em Salvador e descobri um curso muito bom, mas não tava mais tendo novas turmas. O professor disse que eu só ia encontrar em São Paulo. Mesmo assim, Ritinha disse que podia procurar que a prefeitura ia liberar os recurso pra eu fazer, mas eu não me importei. Era muito longe.

Como é a sua relação com os empresários locais?

Não. Que tipo de relação você fala, de feira de arte?

Bem, os empresários de Itabuna, junto com a CDL, a Associação Comercial etc. estão incentivando o turismo de negócios em Itabuna, um tipo de turismo em que as pessoas são motivadas a fazer compras no município. O senhor participa de algum evento que eles promovem na cidade, com as promoções, exposições...?

Não, nunca recebi convite nenhum.

Como é a sua relação com os turistas?

Minha relação com os turistas é de vender a eles. Eu gosto de conversar com eles, mas, eu não sei porquê, eu dou mais sorte de vender para estrangeiros, com quem eu não sei conversar. Só através de sinais mesmo. Eles perguntam o preço e eu digo assim, com sinais. Eu gosto de conversar muito é com o pessoal de Brasília. Mas tem turista de Salvador, Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais que gosta muito do meu trabalho.

O senhor participa de alguma atividade junto às IES regionais?

Teve um encontro Brasil e África na Uesc e eu participei da feirinha que fizeram lá. Eu gostei muito. Depois teve outra, da Aiart, lá na Uesc também, mas eu não participei.

O senhor ensina aos colegas as técnicas que aprende/desenvolve?

Ensino. Às vezes ensino. Eu não ensino tudo, entende? Eu não ensino o cara a copiar o meu trabalho, mas quando me pedem umas dicas eu gosto de dar. Eu gosto de ensinar a criança ou a profissional porque profissional pega rápido. Eu gosto quando a pessoal aprende rápido. A criança eu tenho mais facilidade de ensinar. Quando eu faço curso com crianças eu gosto mais até do que com pessoas adultas. Não sei por que, mas acho que criança tem a mente mais aberta, pega mais fácil e mais rápido. Aqui me Itabuna, no sítio do menor [atual Fundação Marimbeta], tinha um menino, o pai dele tinha problemas com alcoolismo, ele tinha 14 anos, hoje quando eu vejo ele sustentar os pais eu sinto a maior felicidade de ter ensinado ele. Na época ele tinha 14 anos e eu perguntei se ele sabia fazer artesanato. Ele ficava na janela olhando. Como o curso era da prefeitura, não tinha problema com o número de vagas e eu mandei ele entrar na minha aula. Ele nunca tinha pegado em barro, mas gostava de desenhar. A base de tudo é o desenho... Eu vi os desenhos dele, analisei, depois mandei ele fazer o que quisesse, lá eu botava uma peça em produção e as pessoas iam fazendo também, mas com ele eu deixei fazer o que quisesse. Foi aí que eu vi que ele tinha jeito! Eu não sei se ele ainda está trabalhando no Mercado Modelo [Salvador], mas eu sei que ele mora em Salvador. A última vez que eu encontrei com ele, ele estava fazendo trabalhos muito bonitos, vendendo no mercado Modelo.

Bloco 5: Direitos de autor

Gente grapiúna é uma criação sua. O senhor já pensou em proteger esse trabalho?

Registrar, tipo com patente? Já, sim. Já pensei, mas não sei como fazer isso. Me disseram que o Sebrae fazia isso, mas eu não acredito nesse negócio que falam... Até hoje nunca nos ensinaram, não. Eu não sei porquê, talvez, porque o artesão gosta de fazer coisas mais fáceis, mais fáceis até de copiar. Se for fácil, ele vai embora. Todas as peças que eu criei foram copiadas! Hoje eu não quero ser melhor do que ninguém, mas eu sou responsável pela maior criação sobre cacau da região. Quando eu comecei a trabalhar na carreira de artista, eu me lembro bem, o pessoal fazia chaveirinho de cacau e pé de cacau, só isso. Só tinha isso e eu acho que todo mundo se lembra disso. Aí eu comecei fazendo a mesma coisa. Eu já tinha aquelas estatuetas, mas tinha que ter mais alguma coisa. Eu fazia pé de cacau, com galhas, com cacau, depois fui desenvolvendo. Na altura que fui fazendo um pezinho de cacau eu já coloquei um cara colhendo, outro quebrando os cocos, fui fazendo assim... Aí o pessoal foi

me seguindo também. Aquele coco com canudinho, eu criei quando estava trabalhando no Mercado Modelo, em Salvador. Eu criei pra lá, era coisa de lá. Quando pessoal descobriu, tanto os de lá copiaram quanto os daqui também. Aí eu fui deixando pra eles. Muitas coisas eu fui deixando, deixando... Fiquei mesmo com as minhas estatuetas.

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, o Iphan, classifica o artesanato como patrimônio imaterial. Algumas manifestações no Brasil já foram protegidas com leis específicas de proteção ao patrimônio imaterial. Os acarajés, as cuias paraenses, já entraram par aos livros de registro do patrimônio imaterial brasileiro. Não é como patente, mas é um tipo de proteção legal. O senhor imagina o seu trabalho registrado e protegido como patrimônio imaterial brasileiro?

Ah, eu acho difícil... Eu acho que não. Alguns trabalhos eu criei eu vejo, sim, mas acho que uma pessoa só fazendo uma coisa, mesmo que muita gente faça parecido, copie, eu acho que não. Claro que eu gostaria! Mas eu acho que não. Eu gostaria também de dar curso de estatuetas, mas teria que ter algum respaldo. Se for só pra passar o trabalho e depois vir a concorrência e me prejudicar... Se eu tivesse pelo menos uma aposentadoria, eu já começava a passar, se eu tivesse algum meio de vida, eu começava a passar, sim. Eu vou morrer e não vou levar o meu trabalho, não é mesmo? Quando se morre, não se leva nada. Mas vivo a gente e precisa de uma garantia de trabalho.

O senhor concorda que a produção cultural deve ser protegida ou acredita que ela deve circular livremente?

Eu acho que a arte deve ser protegida. Algumas coisas devem ser protegidas. Veja só, quando você cria um trabalho, vamos supor, uma arvorezinha, e aquela árvore não está dando comércio. Então você modifica aquela árvore, torna a modificar até chegar a um tamanho, diminui, aumenta, muda, até criar um estilo, um produto. Depois que ela está prontinha, que você já consegue vender e ganhar dinheiro, aí todo mundo vem e copia, do jeito certinho que você demorou, trabalhou para desenvolver. O artista sofre muito até chegar à venda. As dificuldades hoje estão no mercado. Essa estatueta já teve quatro tamanhos, até chegar ao tamanho que vende, ao tamanho que o pessoal quer e dá comércio. Eu tenho trabalhos grandes também, tenho um trabalho de trezentos reais e quando eu vendo eu fico alegre. Mas o trabalho ativo mesmo são essas coisas pequenas, que tem produção, que vende mais fácil e me dá mais sustento.

Bloco 6: Economia

Quais as potencialidades que o município oferece para o seu trabalho?

É difícil, viu? O cara tem que correr atrás. Encontrar uma oportunidade é muito difícil.

Então o senhor vê mais ameaças que oportunidades por aqui?

Eu não vejo oportunidade nenhuma, a gente que é artesão é que corre atrás mesmo.

O senhor obtém com o artesanato uma renda à altura do desejável ou desenvolve alguma atividade complementar?

Não está, não. Porque a riqueza do artista é só a criatividade mesmo. Ele tem que considerar mesmo como um sonho é o momento que ele faz, que ele vive de arte. Mas se a gente for olhar por outro ângulo, se for olhar o trabalho por dinheiro, muitos enceram sua carreira e vão ganhar mais, até ganhar menos em outros trabalhos. Mas a renda com arte não é lá essas coisas, não. Geralmente quem ganha dinheiro com arte hoje é quem não faz arte. Quem não faz arte ganha dinheiro com arte.

Mas hoje o senhor não desenvolve nenhuma outra atividade complementar?

Não, só vivo do artesanato. Hoje eu não sei fazer mais nada a não ser isso. Eu sei sim, fazer outras coisas, mas não me adapto mais, não. Largar a arte novamente e começar tudo de novo, já pensou? Eu só gosto de fazer isso mesmo.

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. O senhor participa ou já participou de algum tipo de ação ou projeto fundamentado na EC em Itabuna?

Não, nem dentro nem fora de Itabuna. Todo mundo reunido assim, não. Que eu me lembre, não.

ADONIAS BORGES

Entrevistado (a): Adonias Borges – Artesão

Local: *Shopping* do Artesanato Grapiúna, Calçada da Rui Barbosa, 171, Centro, Itabuna

Data: 18 de janeiro de 2007 **Horário:** 13h10minh

Bloco 1: Dados pessoais

Nome completo: Adonias Borges Santos

Endereço/Contato: Rua Gabriela, nº. 123, bairro Nossa Senhora da Vitória, Ilhéus - BA

Data de Nascimento: 18/07/1961

Escolaridade: ensino médio completo

Bloco 2: Iniciação**Como descobriu sua habilidade para fazer artesanato?**

Desde os sete anos de idade, eu já trabalhava com couro, que o meu pai curtia, ele matava porco e curtia pele de porco para fazer pandeiro e eu descobri alguma coisa, mas eu era criança... Meus irmãos ficaram fazendo aquilo e eu comecei a trabalhar com madeira. Eu comecei com badoque. Gostava de fazer badoque, meus primeiros artesanatos foram estilingues. Meu irmão vinha fazer feira, montado num burro com caçuás e trazia também borracha de canapu pra gente na roça. Daí eu pegava ganho de madeira e amarrava essas borrachas, fazia estilingues. Mas assim que a borracha acabava eu pegava uma faquinha e começava a entalhar os cabos dos estilingues. Achei pouco e fui fazer o badoque, que é de índio, com arco, maior, passei a fazer aquele também, para decorar. Tinha também a bala que eu usava com o badoque, pra matar passarinho. Eu fazia de argila mesmo. Inconscientemente eu queimava e ficava mais duro, mas eu não sabia que se queimava mesmo qualquer coisa de argila. Esses foram os meus primeiros artesanatos.

Onde o senhor vivia nessa época?

Na roça. Eu vivia na fazenda aliança, chamava-se Bizarria da Fazenda Aliança, que a Fazenda Aliança é uma fazenda grande. Olha só a história: João Agripino era espanhol, ele é pai da minha mãe e minha avó era índia, pegada de laço. Entre esses dois nasceu minha mãe. O meu pai é índio da Índia, é hindu. Era cabo verde, negro do cabelo liso. E daí nasceu um sarará, tem uma loira, tem branco, tem irmão negro, irmã negra, todos filhos do mesmo pai e mesma mãe. Essa fazenda fica no município que hoje se chama Arataca, onde antigamente era Una. Meu pai tinha uma roça de cacau. Como era um pedaço da Fazenda Aliança, minha mãe botou o nome de fazenda Bizarria. Essa é a minha história. Eu tenho o desenho dessa fazenda, eu fiz com sete anos de idade. Eu comecei desenhando... Esse nome foi meu pai quem colocou. Ele tinha um lapso de loucura. Meu pai era serrador, fazia cadeira, mesa, fazia tábua, pranchão, fazia secador de cacau, barcaça, cancelas, fazia de tudo. Era um carpinteiro o meu pai, era um artesão. Meus irmãos começaram a fazer violão, artesanato de coco, depois desistiram, foram trabalhar, naquela época era muito difícil, então tiveram que trocar de área. Mas meu pai era muito valente... Ela dava um tapa num animal e o animal morria. Ele agredia minha mãe e ela tinha que fugir dele, ele já estava débil mental e foi aí que começou a perseguição da polícia atrás dele, porque ele batia em todo mundo que atravessava na frente. Aquela era uma época de ditadura militar... Foram na roça, amarraram ele, foi uma perseguição horrível. Uma covardia. Dezoito homens para prender meu pai, mas quem podia com ele? Era uma época de repetição de papo amarelo! Ou fuzilavam o homem ou o traziam amarrado. Então amarraram meu pai e levaram. Prenderam ele em Arataca. Ele quebrou a cadeia. Levaram para Una, a mesma coisa... Aqueles que ele conhecia, ele voltou para se vingar. Todo mundo se escondia dele, era um terror. Então ele foi perseguido e também perseguiu alguns policiais, chegou até a bater em alguns. Como naquela época tudo era motivo de vingança, um xingamento qualquer que a gente diz hoje, naquela época era uma agressão à família do outro. Então meu pai fez muitas inimizades até que a rixa dele foi aumentando e todo mundo queria a cabeça dele. Tinham que dar um jeito nele. Em Una, ele arrancou uma roça de seringa todinha e foi plantar na roça dele. Ele roubou essa roça. Saiu da cadeia e saiu com raiva! Carregou duzentas mudas de seringa nas costas, imagine o que ele era forte! Ele arrancou duzentos pés de seringa, com terra, e foi plantar lá na roça. E até hoje tem esses pés de seringa lá na roça, na fazenda Bizarria. Mas não é da minha família mais... E foi aí que a polícia foi atrás dele mesmo, um monte de gente. Amarraram ele como se amarra um porco. Você já viu se amarrar um porco no quintal? Pois trouxeram ele assim. Colocaram num Jipe e quando chegaram aqui [Itabuna], ali onde hoje é a Ficc, a antiga Casa do artesão e onde foi a Cadeia Pública, colocaram ele numa cela e foi ali que a coisa aconteceu. Torturaram meu pai... Ali no meio da Casa do artesão, naquele pátio, tinha uma cisterna, chamar-se calabouço, ele jogavam sal, caldo de limão e xixi. Depois do cara apanhar muito, vinha o sal e o limão para curar as feridas. Então desciam o cara nesse lugar, amarrado e mergulhavam ele lá dentro. O xixi da cadeia toda caía ali. Quando tiravam dali, o cara tinha até bicho. E eu nem conheço muito essa história daqui. Sei que tinha uma cela, uma cela mesmo e o cara tinha que entrar ali. Eles desciam o cara e ele ficava ali, por meses! Aqui existiu isso, e meu pai passou por aqui, mas eu não tenho mais informação porque minha mãe nunca quis me contar. Então, nessa época, minha mãe deixou a roça e veio para aqui. Tinha umas irmãs lá no bairro Conceição que se compadeceu da minha mãe e foi aí que conseguiram dinheiro pra minha mãe ir pra São Paulo e levar a gente. Fomos embora para São Paulo. Eu tinha entre cinco e seis anos de idade. Minha mãe tentou ver meu pai na cadeia, mas o policial olhou pra ela e disse: “minha senhora, olhe pros seus filhos, volte pra casa com seus filhos, vá embora daqui, ele não tem como receber visitas, vá criar seus filhos”. Minha mãe não entendeu nada. Ela brigou para entrar e então ele disse: “se a senhora quiser ficar no lugar dele, eu lhe deixo lá”. Minha mãe voltou com nós. De pé. Naquela ponte da Conceição, ela chorou, ela chorava... Foi então que o pessoal agilizou para gente ir pra São Paulo. Dizem que

jogaram meu pai da pedra preta. Você conhece esse lugar, chamado Pedra Preta? Dizem que fica ali por Bom Despacho, como quem vai pra Salvador, era onde jogavam os presos políticos... Outra hora botavam dentro de um avião, um teco-teco e soltavam no meio do Amazonas. Era assim... e aí começou minha história, minha história de artesanato. Porque o tempo passou e um dia, por nada, lá em São Paulo, eu peguei minha mãe conversando com uma cunhada, minha tia, eu fui chegando em casa e escutei o zunzum, escutei ela contar essa história, como foi... Quando minha tia saiu, elas estavam no quarto, então na ala eu perguntei: Minha mãe, então aconteceu tudo isso e meus irmãos não sabem? Ela disse: “sabem, mas que interessa, isso é passado!” Eu disse: é minha, mãe, mas o pai é meu e eu vou atrás. E saí de casa. Aos nove anos de idade, começou minha andada. Chamei meus irmãos, naquela noite e disse: vocês não fizeram nada, agora eu vou atrás e o dia em que eu descobrir o cara que matou meu pai e trago a língua e os dedos dele aqui para vocês verem. Eu saí possuído por mil diabos nas costas. Peguei um saco, desses de estopa, joguei tudo que eu tinha dentro, peguei também um pedaço de mortadela com farinha e fui embora. Sabe Deus pra onde... A primeira estação de trem que eu entrei, fui sair no Brás, em São Paulo. Entrei num vagão de trem, trem de carga, desses de 25 a 30 vagões, e fui embora. Quando trem parou, uns dois ou três dias depois, eu estava com uma fome louca! Estava no Paraná, em Curitiba. Lá eu desci na praça, pedi comida na lanchonete e me deram, fui nas padarias, trabalhei em padaria... Um dia eu estava andando pela rua e um cara me chamou para eu separar umas miçangas que se espalharam na calçada. Era um desses *hippies*. Ele me perguntou: “você quer quanto pra juntar essas miçangas?”. Eu disse que estava com fome, e ele disse que era pra eu buscar dois cachorros-quentes e um pedaço de chouriça, que é um pedaço de porco que servia por lá. Eu fiquei feliz, estava com fome! Então ele me perguntou se eu sabia mexer com alicate, me mandou enrolar uns arames, foi me ensinando, ficou meu parceiro. Chama-se Alex Aravenga. Um chileno. Eu acompanhei esse cara por dois anos.

Foi até o Chile também?

Fui. Fomos parar no Chile [risos]. Fugimos das Malvinas, naquela época de guerras... Dali eu corri o Brasil de novo. Com onze anos eu voltei para o Brasil. Fui crescendo então vim me criar no Rio de Janeiro, vim para Minas Gerais, fiz uns cursos lá, me aproveitaram, me pegaram como moleque de rua, comecei a aprender a fazer trabalhos de madeira, acabamentos... Tinha violões, que fabricavam lá no **Salão do Encontro**, lá em Betim. Isso tem uma história grande, você conhece? Betim tem um projeto que recolhe meninos de rua e ensina a fazer trabalhos, é um projeto muito grande... Ali eu comecei a ver que artesanato tem mais valor, que o *hippie* é outra coisa, comecei a separar artesanato de bijuteria, comecei a conhecer artes e artesanatos, lá eu fui descobrir essas coisas. Eu sei que eu saí dali tão bem encaminhado que fui trabalhar em Vila Velha, Espírito Santo, eles tinham uma linha de trabalho para encaminhar os que terminavam o curso. E eu vim pra Gianninni. A fábrica de eletrônicos era em São Paulo e a de violões era em Vila Velha, acho que ainda é, até hoje. Eles tinham uma grande loja de instrumentos que ficava em Vila Rubim, na Grande Vitória. Passei a trabalhar aí e desenrolei minha vida. Um dia eu me estressei e falei: vou conhecer a Bahia! Isso não saía da minha cabeça. Eu tinha que comprar uma arma pra vim descobrir quem matou meu pai na Bahia. Lá eu consegui com os caras do morro, comprar uma arma. E voltei pra Bahia, com dezesseis, dezessete anos. Vim conhecer Porto Seguro, de lá vim pra Ilhéus e fui dormi lá na Conquista. Aluguei um quarto com mais três colegas na Conquista. Ficamos aí dois meses. Depois eles estressaram e queriam ir pra Itacaré, mas não tinha acesso naquela época. Eles voltaram pra Porto Seguro e eu fui pra Salvador. Cheguei em Itabuna e tinha um carro pra Salvador. Fui embora. Em Salvador, rodei, rodei, rodei... Tinha uns *hippies* que ficavam ali pela Lagoa do Abaeté, Boca do Rio, Farol da Barra... Eu comprei aquela turma, mas era muito fechado e eu tinha meus amigos de fora, principalmente os capixabas,

eles achavam que eu era capixaba também... Eu não dava mole. Eu consegui comprar peças de fogão e vender. Me tornei Técnico de fogão, na Comgás, que tinha em Ilhéus, Salvador e essa vaga era em São Paulo. O meu tio trabalhava na Comgás, o meu irmão também trabalhou, lá em São Paulo. Eu fiquei um tempo trabalhando aqui e depois mudou nome para Tecgás. E lá eu virei técnico de fogão, fui consertar fogão. Um dia eu estava deitado na rede - eu carregava tudo que eu tinha nas costas, numa mochila e a minha rede estava sempre comigo, tinha também um dinheiro, uns dezesseis mil cruzeiros, guardados num fundo falso da mochila, eu guardava todo o dinheiro que eu ganhava, não gastava com nada! Eu pedia comida, improvisava, lavava banheiro, limpava restaurante, em troca de comida, mas o meu dinheiro eu não gastava. Tinha até dinheiro perdendo a validade... E osso, espinha de peixe caveira de cachorro, tudo que eu pegava eu fazia arte. Então eu comecei a conhecer as mulheres, fazia amigos, cheguei a usar droga, nesse tempo era erva, maconha... Aí eu vi que não era o meu barco, muitos amigos morreram por causa do uso de droga... Eu caí fora desse lance. Mas foi quando eu comecei a usar droga que eu comecei a perseguir o cara que matou meu pai, busquei de verdade. Fui procurar saber quem era o comandante da polícia militar que servia em Itabuna naqueles tempos, acabaram me cadastrando lá e eu fui servir ao Exército. Eu fui pro Exército... Como eu não tinha família, não me quiseram por lá e me mandaram para o tiro de guerra. E assim eu voltei para Itabuna, vim servir aqui, direitinho... Eu comecei em Salvador e vim para aqui. Aqui tinha o tenente Vilas e o sargento Mauro, sargento Arnaldo. E foi aí que eu fiquei sabendo de toda a história do meu pai, de novo! Eu me hospedei no Hotel Suez. Servia de dia e de noite ficava lá. Eu comprei umas cordas e comecei a trançar para ocupar as noites. Mas naquela época *hippie* era tudo vagabundo, não é? Um dia eu pendurei minhas cordas num pé de cacau, em frente à Rádio Jornal e foi aí que eu apanhei. Eu apanhei da polícia porque pendurei minhas cordas para vender na rua. Foi aí que minha vontade de vingança voltou total. O cara falou: “tira isso daí senão você apanha”. Eu não acreditei. Então ele voltou com mais dois homens e me desceu a ripa. Eu voltei injuriado para dentro do hotel. Fui pegar minha arma. Quando eu voltei, ele não estavam lá, não. Dei tiro no olho do tenente Sena. Era o tenente Sena. Um cara muito famoso por aqui, muito carrasco. Depois sumi!!! Mas eu voltei para perseguir quem matou meu pai porque eu queria vingança. Eu sabia que aqui era terra de coronel e eu não tinha nada mesmo, já tinha corrido o Brasil, sem nada e do nada... Eu voltei e me escondi em ilhéus, no morro da Conquista. Arrumei um coió e fui morar. Lá eu me equilibrei de novo e mais tarde eu voltei aqui. Aqui, no banco Raso, Dona Iraci e Berenice me deram uma força também. Eu fiquei com elas um tempão, trabalhava direitinho... Eu aprendi a cozinhar, passar um café. Aprimorei muita coisa. Eu virei artesão assim, com as necessidades da vida.

Foi então que o senhor teve o artesanato como ocupação principal?

Foi a minha base de vida. E até hoje é. Eu nunca fui dependente. Aqui eu me empreguei no Itão, na padaria Que delícia, que depois virou Super quente, na Mabel, na Cinderela... [...] Também no Caçuá. Sabe o espaço Caçuá? Quem deu esse nome fui eu. Era de Almério e Ana Lúcia. Eu trabalhava como garçom. Ele me chamou e falou: “rapaz, você que é metido a artista, me dê uma sugestão de que nome eu coloco aqui?”. Eu disse: Caçuá. Não é da região? não é o negócio de amarrar no jégue? Então, bota o nome Caçuá, bem bonito aí. E pegou! Eu já dei nome a um monte de coisa. O Centro de Cultura Adonias Filho, restaurante Panela de Barro... Meu amigo Helenilson Chaves, do Grupo Chaves, que ele é rico e eu sou pobre, mas somos amigos, quer fazer uma homenagem a essa história minha. Ele me incentivou muito, me arrumou até emprego no armazém de cacau, mas eu não quis, recomendei meu irmão mais novo. Nós conhecemos tudo isso, do trapicheiro, da planta do cacau, da polpa do cacau, do mel do cacau, do chocolate, pisado no pilão, eu gosto é dessas coisas. É isso que eu faço! Ser artesão pra mim é isso.

Me fala como foi que você criou a Aiart.

A Aiart nasceu no seguinte contexto. Como eu já trabalhei e já apanhei, um dia, eu saí com as cordas nas costas e fui vender numa loja no Centro Comercial, a única loja de artesanato de Itabuna ficava ali. Vendia alguma coisa, do tipo esteira, candeeiro, fifo, tralha de pescador... Eu ofereci meu trabalho de cordas para o cara da loja e ele deu risada de mim. Eu voltei injuriado porque ele não quis comprar meu trabalho de artesanato. Eu fazia o quê? Chaveiro, essas coisas... Quando eu voltei, numa esquina, estava abrindo a Casa das louças... Quando eu entrei lá, quem vejo? Dona Iraci! Queria que eu vendesse meu trabalho de corda lá. Ela disse: “mas você vem vender trabalho de corda aqui? Aqui só vende corda pra amarar burro! Mas é bonito o seu trabalho... Quanto custa?”. Então eu dei um preço e vendi tudo e ela ainda me encomendou três peças para ela. Eu não tinha dinheiro para comprar mais material porque precisava comer com o que ela me pagou. Aí ela me arranhou. Também um cantinho pra morar. E eu passei a trabalhar nessa loja. Conheci também os *hippies* daqui, só tinha *hippie* mesmo, artesão era uma coisa que quase ninguém falava. Conheci Manacés, que foi quem montou a primeira barraca de artesanato aqui, com os surdos, onde fica hoje o Marabá. Ali tinha um cinema e eu não perdia um. Foi ali que eu conheci Manacés. Foi o primeiro artista que eu conheci aqui. Hoje ele está em Nova York. Manacés passou a me dizer que artes plásticas não era artesanato e eu entrei em atrito com ele. Porque ele pintava os quadros dele, botava ali pra vender... Pintava uns cacaus... Pintava as telas dele na rua! Não tinha grampeador ele prendia com brocha, martelinho brocha, serrava com um serrotinho... nem lâmina de aço tinha por aqui, era difícil encontrar. O pessoal usava lima. Ô mão-de-obra braba! Mas aí manacés queria me explicar o que era arte. Ele vendia os quadrinhos dele para o pessoal que saía do cinema e eu não perdia um filme do Bruce Lee, *Chao Lin*... E aí eu disse para ele: eu também sou artista! Eu faço uns trabalhos de corda. Ele perguntou: “você faz o quê?” Eu faço porta-caqueiro, uns *abajours*... “E você vende pra quem?” Eu vendo na loja, vamos lá ver. Eu acabei indo com ele lá. Ele gostou. Passado um tempo eu vim vender aqui nesta esquina. Ela botou essa uma loja grande ali e eu comecei a fornecer para ela. Depois ela e mudou para Porto Seguro e continuou comprando meus produtos. Assim eu comecei a ampliar de novo meu negócio. Descobri uns colegas fazendo algumas coisas, trouxe trabalhos de lá pra cá, outros levei daqui para lá... Um dia, a gente estava na feira e passou Consuelo, Socorro Magda Simões e Ritinha Porto Coelho Dantas! Me conheceram aqui na Praça do Pontalzinho. Elas quiseram montar um negócio. Eu dei meu endereço, já no bairro Califórnia, e elas foram lá. Acharam bonito o meu trabalho e deram a idéia de cadastrar o pessoal do ramo. Aí eu vim conhecer a prefeitura e consegui um trabalho na então biblioteca pública. Foi onde eu consegui descobrir uma foto do assassino do meu pai. Aí eu me interessei pela história e comecei a trabalhar no grupo. Foi aí que eu vim saber o que era a minha história real. Aí eu descobri quem foi Adonias Filho... Adonias Filho era primo da minha mãe... Eu sou primo segundo, sou dessa raiz de Itajuípe... Conheci José Borges, tio Temístocles, também sou parente deles... Descobri essa raiz toda. Minha mãe escondeu muita coisa, mas eu descobri. E a Aiart estava para nascer nessa época. Nós montamos uma feira de artesanato na Praça dos Capuchinhos, no bairro Conceição. O pessoal passava, olhava, só comia doce e bebia licor e mais nada! Não compravam nada. Crochê, fuxico, trabalhos de madeira, essas coisas ninguém nem olhava! Eu comecei então a fazer cacau de madeira nos cabos de vassoura. Pegava no lixo, usava uma faquinha e mandava ver. Fui fazendo umas coisas diferentes e comecei a vender na feira. Depois chamaram a gente para fazer uma feira de colégio em colégio. A segunda feira foi no colégio Firmino Alves, no bairro de Fátima. Deu uma chuva com vento, trovoadas, derrubou as barracas... Foi aquela bagunça no meio da feira, mas eu dizia: não

vamos desistir, não, vamos fazer outra feira! A terceira feira foi no São Caetano, em frente à igreja. De lá fomos, na quarta feira, para o bairro Santo Antônio. Fizemos a quinta feira em Ferradas e aquele grupo de artesãos foi se fortalecendo, acompanhando a Secretaria de Cultura, que naquela época era de Ritinha, quando Ubaldo Dantas foi prefeito pela primeira vez.

Quando isso aconteceu?

Em 1984. Eu já tinha um nome! Comecei a namorar, já tinha filhos... Já tinha a Débora, minha menina mais velha, que hoje é modelo na Alemanha. Eu estava criando meus meninos e então Ritinha me disse: “vamos fundar uma associação?”. Então juntamos aqui eu, Souza, Walfrido, Aurenice, Genny Xavier, Lena, Conceição, um monte de gente... Fomos lutando. Qual era a idéia? Cadastrar todos os outros que fazem algum tipo de artesanato! Ou então, em todos os bairros, passar em uma quantidade de ruas e aí vai trazendo a informação e chamando todo mundo pra cá. Fizemos isso. Montamos uma feira grande na Praça da Igreja São José. Foi um sucesso! Muita gente, botamos uma capoeira pelo meio, os músicos vinham, José Delmo, Ramón Vane, que naquela época eram daqui, muito barulho, muito samba... Tinham muita gente boa, Sabará, na bateria... Aí eu fui conhecendo muita gente, tipo Genny Xavier, que fazia licores e depois conseguiu de formar professora, Magda Simões... Foi assim que nasceu a Diretoria de Cultura, mudou um pouco da Secretaria e a coisa foi se esticando. Então montamos uma associação. Primeira presidente: Magda Simões. Eu era da Diretoria. Eu conheci Charles Henri. Ah, ele jogava todo mundo lá pra cima, botava a maior pilha! Conheci Gica, que também é uma pessoa muito boa, começou a chamar o pessoal do teatro, o pessoal da música, fazer uns eventos... E aí a associação dos artesãos vai lá pra frente! Daí veio o segundo mandato. Presidente: Souza. Souza não queria aceitar porque não tinha conhecimento sobre o cargo e aí me chamou para assumir a diretoria dele, foi aquele barulho. Como eu já estava muito dedicado à Associação, eu fazia de tudo, subia em porta, montava gambiarra, montava barraca, costurava barraca, eu achava um canto, ajeitava sempre pra alguém. O “ajeitador” da feira era eu. Então começaram a me indicar para presidente. Eu gostava muito de mexer com som, eletrônica, era apaixonado por eletrônica e tinha um som. Eu levei esse som para a feira. Daí a pouco pegava o microfone e começava a dizer uns versos, uns poemas, piadas para os colegas. O pessoal do teatro gostou e começou a dizer verso também. Aí comprei um som de verdade e comecei a lugar, já ganhava um dinheiro com ele... Comecei a investir daí. Então a Aiart cresceu e virou Casa do Artesão. Foi aí que me chamaram para contar minha história, quando eu dei a primeira entrevista sobre o assunto. Vieram me chamar. Saí corrido daqui. Fernando Gomes mandou me perseguir porque eu falei que ele não gostava de arte. Ele era muito valente, matador... Mas não vou mais falar desses detalhes para não me complicar [risos]. Então eu saí corrido daqui. Ele dizia: “esse artesãozinho de merda, artesão é tudo titica, tudo merda!”. Chegou em um caminhão e disse: “eu vou plantar um jardim de maconha aqui porque Itabuna agora só tem maconheiro. Esse negócio de artesanato é coisa para fresco, só tem viado”. Foi assim que ele falou. O nosso prefeito da época, que substituiu Ubaldo Dantas nas eleições seguintes! Isso gerou uma revolta muito grande nos aristas. Resultado: a Aiart cresceu, Ubaldo Dantas criou a Casa do Artesão, no espaço onde ficava a antiga cadeia pública, mas Fernando Gomes ganhou a prefeitura, começou a nos perseguir e eu não podia fazer mais nada. Como a Casa do artesão já existia, ficou abandonada por um tempo.. Eles achavam que eu tinha interesse em jornalismo e eu não tinha. Eu era também tipógrafo, limpava as ferramentas do jornal. Eu procurava uma coisa e fazia sempre outra. Ninguém sabia, era tudo segredo total, era uma caixinha de surpresas. Fui para Salvador e encontrei o assassino do meu pai. Eu já te contei essa história em *off*, mas agora não vou passar por esse lado... Então quando Fernando Gomes liberou a prefeitura, eu entrei numa campanha a favor de Ubaldo e Ritinha Dantas. Eu sacudi, sacudi, sacudi! Ele

[Fernando Gomes] pensou que a gente ia morrer em poucos dias. Fomos para a feira e começamos a fazer barulho. Aí veio o pessoal do teatro e o da música também já estava envolvido. O pessoal do teatro, Ramon Vane, descia o pau, mandava ver! E aí começamos a fazer um barulho, eram todos revolucionários, começamos a unir Buerarema, Itabuna e Itajuípe. Chegou ao ponto de que a gente se mudou. Para onde? Para a Praça! A Olinto Leone. Foi a maior briga! Mas não teve jeito, tivemos que fechar a Casa do Artesão. Decisão geral. Aí eu consegui com o gerente da casa forte aquele espaço que tinham fechado, da poupança. Procuramos o gerente do Banco Econômico e conseguimos, com um vereador, que eu esqueci o nome agora... Acho que Filemom Brandão e Edmundo Dourado, que deu a maior força também, eram amigos de alguém por lá, de Hermínio Moraes, lá em Salvador, e consegui montar esse espaço aqui para a gente. Foi o primeiro espaço do artesão que não era aquela Casa do Artesão. Para muita gente ela já tinha acabado porque os artesãos se afastaram e aí tinha muito “fernandista”, muito “ubaldista”, muito “oduquista”... Essa briga estava muito acesa. Foi aí que nasceu um grupo de senhoras. Abrimos uma loja com 84 artesãos! Desses, 68 eram mulheres. Homem de coragem e teimoso era eu. Aí veio Alberto, Geraldo Simões apareceu, conheci Jonas Nascimento, essa turma do PT, comecei a me ingressar, passei a conhecer Ramón Vane mais de perto, era estudante da Uesc... Fernando Caldas também... Mas um dia eu tive uma idéia de pegar quatro tábuas de madeira e escrevi “Casa do Artesão”, depois coloquei na calçada [deste novo espaço da Aiart]. Aí foi que a briga veio: chegou oito guardas de manhã, na hora que eu botei a placa, e levaram as nossas placas do nosso novo espaço, o do Banco Econômico. Disseram que eu não tinha autorização para botar a placa. Eu não tinha dinheiro para pagar um carro, paguei uma carroça para trazer essa placa... Ali foi onde aconteceu tudo. Começou a vir o grupo da polícia, então veio Meri, que tinha uma loja na praça, a Martinelli Calçados, veio Roberto, de Coaraci e começou a unir a cidade. Veio Dica, de Itajuípe, mandavam os grupos para cá também, de Itapé Dona Nalva, Dona Marilene também mandavam, o pessoal de Buerarema José Delmo mandava, aí fizemos um barulho. Durante a semana, era no espaço novo, no fim de semana, na praça. Quando ele [Fernando Gomes, então prefeito de Itabuna] viu que não tinha mais jeito começou a perseguição. Era um inferno, mas nós conseguimos e aí a Casa do Artesão voltou a toda! Isso foi em 1989... 90... Quando o banco pediu o espaço de volta, levamos seis meses para sair. Consegui com a Casa das Louças outro espaço, que era para usar por três meses: ficamos oito meses, era um espaço da família de Dona Iraci, que era minha amizade. Agora é onde fica o Bradesco... Dali voltamos para a Casa do Artesão com força total. Agora Adonias era presidente de base geral e a briga era total. Fui para Salvador, fui para Brasília, então voltei com apoio de lá e a associação ficou consolidada. Fiquei por dez anos como presidente, carregando a associação por toda a Bahia, até para o Rio de Janeiro, eu levei a associação lá. Tinha gente boa que não existe mais entre nós, como Zenaide, que foi embora, mas nós estamos aqui hoje. Quando voltou a Casa do Artesão eu já pensei em algo mais comercial. Mas teve problemas de administração entre a prefeitura e a Casa do Artesão, começou a ter muito atrito nessa relação, os funcionários dizia uma coisa e acontecia outra, chegava muito material estragado... Isso coagia os artesãos de modo que eles não se sentiam bem com os funcionários, então eu tive que dar um jeito. Propus que a prefeitura liberasse um funcionário para administrar a casa, cuidar das vendas, mas que seja artesão. Essa briga demorou dois anos e pouco. Dona Marilene nos mandou Márcia, já era Magda Simões a presidente [da Aiart], quando ela nos visitou e disse: “segurem a peteca porque não vai ser fácil... Essa briga aí...”. Essa briga durou dez anos! Ao sair dali, abandonaram a gente de um jeito que nós ficamos de um lado para outro, desorientados, o grupo já estava muito grande e precisava pensar numa coisa mais forte. Então eu comecei a movimentar esse grupo direto com a prefeitura. Eram prefeituras e grupo. Então as eiras começaram a crescer lá fora. Foi quando Buerarema jogou isso na televisão e Geraldo Simões começou a vir aqui. Ele começou a acordar a história, começou a

mudar a versão da história. Itajuípe fez a mesma coisa, Uruçuca também, a Emarc chegou lá e explodiu! Itapé foi a mesma coisa, Camacã, fizemos a festa do cacau lá em Camacã e explodiu! E lá vem a Aiart crescendo. Chegou ao ponto que o teatro já estava envolvido com a gente, fazia peça, a capoeira também estava envolvida com a gente, os músicos, até Marcelo Ganem, cantava música de graça! Um dia eu me revoltei e mandei um ofício para a Polícia Militar, pedindo a banda da polícia militar tocando na praça em que os artesãos estão expondo. E eles mandaram! Parece que dezoito homens, arrumados, bonitinhos. Aí provocou a revolta de muita gente. O pessoal de Salvador começou a pesquisar, chamaram a gente para Salvador, fizemos um intercâmbio lá, nos receberam com a maior pompa! O Instituto Mauá, nos ofereceu almoço, janta, cafezinho, tudo que a gente tinha direito mesmo. Até carro executivo mandaram para a gente em Salvador. Foi com esse intercâmbio que surgiu a idéia do seminário. Aí, quando já tinha então o pessoal do teatro, capoeira, músicos e artesãos, o artista plástico começou a ganhar a briga, então começamos e entrar na disputa pela Galeria Walker Moreira, onde Geraldo deixou a gente trabalhar. Quando Ritinha volta aqui e pergunta: “rapaz, como está a situação?” Eu comecei a contar e ela chorou... Ela disse: “Adonias, vamos sentar, reunir os mais próximos, vamos conversar, isso tem que acabar, a Aiart não pode morrer”. Aí foi novo fôlego. Eu tive algumas dificuldades na época, dificuldades de família... Eu achei o fim da picada, dez anos na presidência da Aiart, já estava arrastado... Então chamamos Rubens, trabalhamos um tempo aqui, mas não deu certo. Veio Walfrido... Trabalhou um bocado de gente aqui, mas não tinham a passagem que eu tinha e nem o jeito, jogo de cintura de conversar com as pessoas, mas eu já tinha programado minha demissão, eu já tinha meu programa de televisão, o Casa e companhia, com Charles Henri, aqui na TV Santa Cruz, eu ensinava modelagem. Fui também para a TV do Rio de Janeiro, de Feira de Santana, do espírito Santo, fiz um trabalho lá também, fui convidado para ir a Brasília... Aí os artistas plásticos e Geraldo Simões brigavam muito e nós não aceitávamos. Dissemos: “bom, se artista plástico é elite, eles têm recurso, que procurem o canto deles, agora esse espaço é nosso!”. Aí a feira já estava organizada nas praças. Nós tínhamos feiras organizadas a semana inteira, com organograma das barracas, hora de chegada e saída, tudo organizado e aí surgiu a Galeria Walker Moreira, que era meu amigo, artista plástico também. Ele tomou muito cafezinho comigo ali perto o Banco do Brasil. Um dia ele me disse: “olha Adonias, eu não quero nada, não, mas você, que é um cara guerreiro e bacana como eu, eu já estou no final da caminhada, mas você ainda tem gás pra lutar e tem que chegar junto, vocês tem que usar isso como ponto de informação para os turistas e fazer disso o ganha pão de vocês. O que eu plantei agora é de vocês”. Depois de tudo isso veio a idéia do Seminário de artesanato grapiúna, junto com Marcos Andrade, da AME, a Agencia Municipal de Empregos [programa da gestão municipal 2000-2004, dissolvida pela gestão atual]. Eu ainda tenho os cartazes lá em casa, foi na FTC, ano passado. Foi então que surgiu a marca Artesanato Grapiúna. Quando eu voltei lá no Instituto Mauá, com o pessoal em ônibus fretado, chegamos lá, olha o *banner*!!! Foi publicada no jornal de Salvador, a marca grapiúna de artesanato... Isso provocou muita gente aqui. Aí surgiu a história da Costa do Cacau. Eu fiquei de olho e procurei saber de quem era. Teve um evento lá, que era Arte Brasil, não sei se em 2000 ou 2001... Nós estávamos lá como convidados, foi um seminário organizado pelo professor Rui Póvoas e lá eu encontrei o tal Afonso Maria Zeni [empresário da marca Costa do Cacau]. Tinha também um chileno... Professor Vergara. Começamos a conversar. Eu já estava pensando comercialmente agora, como empresário. Ele me disse que queria montar um negócio, uma Costa do cacau ou coisa assim e sabia que eu tinha o melhor cacau queimado daqui [escultura do fruto feita em cerâmica, usada em chaveiros e outros tipos de artesanato]... Ele gostou de mim e de Souza, então fomos esticando a coisa. Hoje isso tem seis anos. Daí veio a decadência do cacau e Fernando Gomes tomou conta, veio com essa política.... Mas eu já tinha conseguido isso aqui [o Shopping do Artesanato Grapiúna] através de Vergara, Rui

Povoas, Sabará, Geraldo Simões, o Mauá deu uma força em Salvador e conseguimos isso aqui do jeito que está. Agora eu quero alienar isso de fato para a Aiart. Não tinha dinheiro para nada aqui e fizeram isso aqui a pão e água, pedindo material...

O Sebrae sugeriu que eu fosse registrar o estatuto da Aiart. Eu fui lá pedir informação. Me perguntaram: “qual o nome da sua instituição?”. Eu disse: Aiart! Mangaram de mim [emocionado]. “E o que significa Aiart?”. Eu então, com muito orgulho, naquela pose, falei: Associação Itabunense de Artesãos! Eles anotaram. Me indicaram primeiro procurar o fórum e lá me disseram que tinha que ir primeiro na prefeitura para regularizar. Me pediram uma papelada e eu voltei lá de novo. Andei, viu? Fórum, Sebrae, prefeitura até que um dia me mandaram para a Secretaria da Fazenda. Comecei a andar para lá e para cá com essas coisas embaixo do braço, comecei a andar e a ver as coisas politicamente. Eu parei tudo e voltei para os bairros. No colégio onde eu estudava, o Presidente Médici, eu fui líder de sala, ganhei as eleições do colegiado também, tinha também uma eleição no bairro que eu ganhei, eu fui presidente por quatro anos da associação do bairro Monte Cristo, que eu fundei também. Em 1986 eu estava nessa briga toda. Foi lá que eu criei todos os meus [sete] filhos, por dezenove anos. Agora foi que eu tive que vender minha casa lá e ir embora para Ilhéus... Infelizmente. É muita história [risos]. O bairro hoje é exemplo, é considerado um dos melhores bairros de Itabuna, fica atrás do Góes Calmon. Tem rua com um nome lá! Eu briguei por esgoto, briguei por calçada, poste, por lixo, eu brigava por tudo... Mas tá lá o resultado, não tem uma invasão! Então a Aiart também nasceu aqui... Então eu pensei comigo: eu criei isso aqui, eu lutei por isso aqui, eu vou agora me acomodar? Eu disse: não! Foi quando veio a Ficc e fizemos isso aqui [o SAG]. No dia que inauguraram isso aqui, essa placa aqui, eu não tinha um real no bolso para tomar um coletivo para vir pra aqui. Eu cheguei atrasado e meu vice [Rubens de Jesus, atual presidente da Aiart] tinha tomado posse em meu lugar. Mas eu vim me arrastando mesmo assim, com uma hérnia me sugando, mas eu fiz questão de estar presente... Mesmo operado eu vim para aqui feliz. Eu fui presidente de novo, por mais quatro anos, e agora estão me chamando para voltar. Hoje nós estamos em decadência. 156 artesãos! Eu abro a gaveta e penso que isso aqui é o apogeu porque no começo só tinha 36... E estamos em decadência... Só que nossos filhos estão pelo Brasil inteiro, no mundo todo! Tem artesão de Itabuna em todo canto, até em Portugal. Manacés está na Alemanha, minha filha também, tem gente daqui na França... Tem força nossa em todos os lugares.

Bloco 3: Criação – memória, imaginário e identidade

Que trabalho o senhor aponta como carro-chefe da sua produção?

Chaveiros de cacau. Primeiro sem segundo! Chaveirinhos... Foi com eles que eu consegui me equilibrar várias vezes. Nasceu com aquela idéia do cabo de vassoura. O próprio Souza, eu tiro o chapéu para ele, é meu amigo do peito. Um dia ele me viu sentado no banco da praça, cortando o cabo de vassoura, e me disse: “porque você não trabalha com argila? Eu trabalho com durepóxi mais fica muito caro, vou arrumar um barro pra você...”. Ele me arrumou mesmo e eu levei para casa. Nunca mais parei!!! Hoje eu faço panela de barro, faço caneca, jogo de chá [em formato de cacau], tudo que você imaginar eu faço em argila. Me deram de ser instrutor na Uesc [risos], me chamaram para dar aulas de escultura num projeto de extensão, em Ilhéus. O que tem de gente me chamando, modéstia à parte... A Coelba também me chamou para fazer um trabalho com os aposentados e eu estou fazendo um trabalho com eles, uma terapia. Me sugeriram fazer macramé [um tipo de trançado com fios]. E eu disse: eu faço! Tem uma associação em Ilhéus que está para nascer, estamos pensando no nome e eu já tenho uns três na minha cabeça. Então a Associação do Bairro Monte Cristo fui eu que criei, também o clube de futebol de lá, fui eu que criei, já tivemos vários campeonatos e essa é a terceira ONG que eu ajudo a nascer, essa de Ilhéus. Os nativos de lá querem tomar à frente.

Eu não vou tomar a história deles... Mas eles precisam também escrever a história deles... Marcos Andrade também está lá batalhando. Tem muita gente trabalhando nesse negócio. Geraldo Simões já esteve visitando lá e me disse: “Você não sossega, rapaz!” e eu disse: pra quê? Eu vou morrer um dia, tenho que deixar um legado! Lá tem muito trabalho. Não são tão politizados como aqui, mas são alcoólatras, a maioria deles, uns noventa por cento. Da menina de dez anos aos mais velhos, bebem. Tomam corote, as meninas de lá. Então para formar um núcleo não é brincadeira. Você está terminando uma reunião e os caras estão chegando, perguntando se vai começar. Está dando trabalho... Mas eu tenho coragem, sou paciente, então vamos lá [risos]. Então a atuação da Aiart é tudo isso que você viu.

A história regional esteve marcada pelas figuras do coronel, jagunço, trabalhador rural, o político etc. Por que, no seu trabalho, você prioriza o trabalhador rural?

Por eu ser um ruralista, de coração. Eu acho até uma grosseria muito grande quando alguém vai entrar numa roça e alguém diz: “não fale com peão”. Isso me machuca demais porque eu conversei com uma pessoa e, inocentemente, eu falei: não existe patrão sem peão, nem barriga cheia sem enxada no chão. Ele me disse que isso dava uma poesia. Eu não sabia, depois virou poesia, tem alguma coisa escrita assim, alguma coisa que Genny escreveu, José Delmo escreveu... Wellington Reis, um monte de gente escreveu para mim. Azulão também está cantando alguma coisa minha, já escrevi muito com Azulão... E não pareci até agora, não quero aparecer, não sou poeta nem escritor. Então eu penso: pôxa, quando vocês falam do peão, falem com carinho porque quando você planta um pé de cacau ele é eterno. Quem seria o homem para viver metade da vida de um pé de cacau? Chocolate é delícia nos Estados Unidos, na Europa? É. E o chocolate, quem foi que plantou? Quem sustentou essa região? Quem construiu o Pólo Petroquímico de Camaçari? Então eu valorizo o meu peão, valorizo os meus jegues, minhas mulas, valorizo o meu vira-lata, o cachorrinho que Souza trabalha tanto... Ramón Vane deu nome a uma peça pra mim que chama “A falsa riqueza ofuscada de um povo pobre nordestino”. A peça é o quê? Um homem, cansado, já envergado, com uma saca nas costas e um saco pendurado, cotó de uma perna e tudo o que ele esperava era o cabo de um podão que também vinha pendurado nas costas. Era de madeira isso. Essa peça eu vendi para um goiano. A peça mais cara que eu já vendi até hoje por causa desse título que foi colocado nela, lá na Uesc mesmo. Chamei Ramón e pedi: Ramón, me fale aí, o rapaz quer o nome da peça! Ramón já estava cheio de troço, já tinha tomado umas... Me disse: “rapaz, isso é falso! A riqueza não é de quem fica arranjado, é de quem trabalha! A falsa riqueza do povo nordestino... Mas eu disse: não... Essa está ofuscada! E então ficou esse nome, que chama a atenção até hoje. Eu gostava de misturar os nomes das coisas nas peças, do tipo jacau, catimbau, catimbalada... Saiu daqui o nome Timbalada, daquela banda de Salvador. Pouca gente sabe, mas saiu daqui, da Aiart, do grupo de Itabuna, os negões da capoeira cantavam “catimba aqui, catimbalá, saiu catimbalada. Quando viu, tava lá em Salvador a Timbalada. Hoje é banda grande. O trabalhador rural é nós, nossa gente!!!

E o que o senhor sente quando vê o seu trabalho pronto?

Nossa, é a sensação de um filho nascido! É meu filho! A arte é meu filho!

Bloco 4: Produção, distribuição e promoção

O senhor se preocupa em utilizar recursos que não prejudiquem o meio ambiente?

Claro, essa é minha base. E eu não gosto de nada vivo. Eu gosto de tudo que já morreu porque aí eu vejo que aquilo tem uma história e eu vou trabalhar em cima daquilo. Hoje eu trabalho com conchas de ostras, resto de ossos, continuo fazendo arte com espinha de peixe, tocos, unhas de animais, dentes, eu uso tudo isso em minhas peças, mas não sou hippie...

Identifica alguma matéria-prima típica da região Sul-baiana?

Tranqüilo. Daqui, a principal mesmo é o olho-de-boi [um tipo de semente]. Mucunã. Tem a mucunã preta, que cai na beira de rios, ela tem um pêlo e agride bastante a pele, e o olho-de-boi que vem de uma árvore típica daqui da região, do sertão, mas no sertão não tem mais, só tem aqui nessa região. Ela é boa para fazer esses enfeites em trabalhos com corda. Essa é uma das matérias-primas principais do meu trabalho. A madeira que eu gosto de trabalhar daqui é chamada roxinho, mas já está em extinção. A bomba d'água, também é típica da Mata Atlântica também... mas hoje, a maioria dos meus trabalhos é mesmo de reciclagem e argila.

Quanto o senhor produz por mês?

Eu não tenho hora para produzir. Meu dia tem mais ou menos dezesseis, dezoito horas. É isso. Tem dias em que eu paro, vou pra rua resolver alguma coisa. Aí eu não trabalho, mas quando eu entro em casa para trabalhar... Em meia hora sai coisa que você nem imagina. Eu produzo num dia uns trezentos chaveirinhos. Se eu for montar desse cacau aí [cofres de argila em formato de cacau, com aproximadamente 20 cm], eu faço trinta por dia, na mão. No torno, faço cento e cinquenta.

Esse total é alterado nos meses de maior visitação turística?

Aí eu não produzo. Nos meses de junho, julho eu não trabalho tanto. Dezembro, janeiro eu não trabalho tanto. Mas fora desses meses aí eu trabalho pesado. Vê aquele pé de cacau ali. Num dia eu produzo três mil. Eu produzo e jogo num canto. Uma hora eu começo a montar. Depois de ver fruir a semente do artesanato aqui, eu acho que eu tenho segurança para montar uma empresa de artesanato. Eu tenho muita mão-de-obra preparada por mim aqui e bons amigos, que precisam ganhar [renda]. Eu vejo muitas meninas que não sabem fazer nada e que de repente podia estar vendendo artesanato na praia... Trabalhando, ganhando um trocado. Tinha uma garota que eu estava paquerando. Ela tinha uma filha de quatro anos e vivia de favor na casa de uma tia. Eu descobri que ela não gostava de mim, mas ela não podia voltar para o pai do filho dela porque não tinham como sobreviver. Eu disse a ela: você vem fazer artesanato comigo e depois vai vender na praça. Nós tínhamos uma produção de cento e cinquenta cinzeiros e eu propus dobrar para trezentos, para vender na praia. Ela achava que não ia dar certo, mas eu motivei ela, disse: volte para ele, sua filha vai viver junto com você, não vá para a casa de seus parentes, vá viver desse artesanato que você aprendeu a fazer comigo. Ela trouxe o cara de volta, voltaram e estão juntos até hoje. Eu botei os dois juntos. De repente, numa tarde, vai na praia e vende quarenta cinzeiros! A três reais cada um. Não é bom? Ele fazia tatuagem, mas se interessou pelo artesanato também. Agora a prima dela está comigo, produzindo, ganhando dinheiro. Na minha profissão o empregado vira patrão e vai viver sozinho e por aí vai! A minha alternativa agora é garrafa *pet* e casca de coco. Tudo se tem na mão, de graça, não precisa pagar nada e não fazem nada! Que é isso, gente? Palha de milho agora está dando dinheiro. Hoje eu já estou exportando, modéstia à parte, já exporto alguma coisa.

Por favor, me fala o que é essa “alguma coisa” que o senhor exporta.

Eu exporto chaveiros [muitos risos]. Amuleto da sorte eu também exporto. É uma miniatura de cacau que se dá ao passageiro quando entra no avião. Ele tem uns dizeres, uns versos explicando o que é o amuleto de cacau, lembrando do nosso cacau e do nosso chocolate delicioso... Não sabendo que essas miniaturas sustentam tanta gente do lado de lá, na ponta. De repente, se tem uma matéria-prima, se tem uma mercadoria e isso já se transforma numa cesta básica, o cara já tem sua vida, rodando sozinha. É melhor fazer isso do que ficar nas

esquinas, nas ruas, roubando alguém, cheirando droga, arrumando filho, engravidando nas esquinas, que hoje se faz muito isso. É uma loucura!

Você conhece, na Avenida Soares Lopes, cacau de pedra? Nós temos quatro exemplares daquele. Tem um em Jequié, não sei por que em Jequié, mas tem; tem um na Soares Lopes; nós temos outro no anexo da prefeitura e outro em, me parece, Camacã. Então eu digo para você: eu consegui imortalizar o meu trabalho dentro de Ilhéus, que nunca tiveram nada em cacau. Costa do Cacau, na esquina a galeria Bandeira, pode até tirar a placa com o nome da loja, mas na parede o meu trabalho está imortalizado [Adonias faz trabalhos em concreto, usando técnicas de alto relevo para desenhar temas do cacau em fachadas]. Se você entrar na churrascaria Recanto Gaúcho, no Pontal, está lá o meu trabalho também, o meu juguinho está lá na parede, meu tropeiro está lá, na pousada Praia Bela, você encontra o meu rastro lá, está lá a minha história. Então eu estou imortalizando a história por onde eu passo. Aqui [em Itabuna] tem o Shopping do Artesanato Grapiúna, Centro de Cultura Adonias Filho, leva o meu nome, meu rastrinho, ali na Praça Adami, tem um escritório com meus trabalhos de madeira, na padaria, perto da outra esquina também tem meu rastro, então, se eu não sou artesão aqui, não sou artista plástico, eu não sei mais o que eu sou. Quando eu vejo o trabalho de Souza, ele tem muitos bons trabalhos, mas ele não investiu na propagação do nome. Eu não sou cópia de Souza, nunca. Eu tiro o chapéu para ele. Walfrido também é um cara muito bom...

E como você propagou o seu nome?

Me envolvendo em movimentos sociais. Eu montei uma oficina de cerâmica para fazer fogareiro, tijolo, mexer com barro e as freiras ajudaram. O pessoal das igrejas foi lá. E eu estava na frente desse trabalho todo. Trabalhei no sítio do menor [atual Fundação Marimbeta], incentivando a fazer tijolo, modelagem com barro, nunca deixei de fazer, ensinar a meus filhos também. Eu acho isso legal e meu nome aparece!!! Sempre está lá um trabalho com meu nome, um convite com meu nome, já fui até jurado de arte aqui, eu tenho tudo isso documentado. Muitos ofícios, cadernetas, programações escritas...

O senhor conhece o público-alvo do seu produto?

Turistas! Os turistas gostam de cacau, de chocolate, querem saber da minha história, quem sou eu... [risos] Todo mundo que gosta de cacau é meu cliente. Pessoas que gostam de decorar uma loja ou imortalizar, contar a história, pela preservação dos costumes, da raiz do povo, gostam do meu trabalho. Eu gosto disso, até porque meu pai não viu o que ele plantou. Apesar de eu ter nove irmãos, oito estão fora do contexto Bahia e na Bahia só tem eu fazendo isso da minha família. E eu plantei, incentivei muita gente a trabalhar o cacau, Souza, um bocado de gente, uns trinta alunos bons, todos mundo faz cacau também, cada um na sua linha, cada um tem sua vida. Hoje eu exporto, modestamente, umas três vezes por ano eu faço uma exportaçãozinha. Minha base hoje é Turim, na Itália, que é onde fica uma das principais bases de produção de chocolate e também a França. O Convênio com a TAM está funcionando há dois anos. A TAM é praticamente minha exportadora natural de amuletos da sorte. Ela chegou até mim através de Afonso Zeni, da Costa do Cacau. Ele queria montar uma loja de artesanato no aeroporto de Ilhéus e pediu uma contrapartida. Conversando, a TAM começou a entrar no concurso da história. Entrou e hoje é meu cliente, via Costa do Cacau, a loja de Afonso. Nós até montamos a Revista Costa do Cacau. Você conhece? É uma revista com mapas de todos os pontos turísticos de Ilhéus. Com o conhecimento de Márcio Pinto, que é ilheense, e Afonso que tem muita força de vontade. Afonso é paulista. Eu comecei a dar dicas de pontos que eu conheço e nós botamos o pé na estrada. Chegando em um ponto, tinha informação de outro... Rio de Engenho é nosso projeto para 2007. Minha meta agora é vender Rio de Engenho, mas vender de uma forma diferente. É um patrimônio histórico enorme! Tem a história do Brasil.

O senhor ainda participa de eventos (feiras, exposições, mostras, concursos etc.) no município? E em outras cidades?

Por falta de tempo, no momento não. Eu gostaria muito, gosto de participar, conversar com as pessoas. Quando eu chego ali [em rio de Engenho] eu me delicio, gosto de ouvir histórias. A mula sem cabeça, o boitatá, o boi bumba... Quando eu vejo aqueles japoneses fazendo aquelas festas, com serpentes, roupas, danças, eu acho aquilo uma delícia!

Eu participei de um curso de Cooperativismo e outro de Associativismo. Fiz os dois. Depois também fiz Técnica de vendas, em 2000. Entre 2000 e 2003 eu fiz esses cursos. Então eu comecei a ganhar alguns incentivos. Comecei a formatar coisas e descobri que eu já era um empresário, só faltava me organizar como tal.

E como empresário o senhor recebeu patrocínio de alguma personalidade, empresa ou organização não governamental?

Não, não. Eu tive um primeiro financiamento, não foi aqui, foi com a LBA, Legião Brasileira de Assistência, quando o presidente era Fernando Collor de Melo. Naquela eu recebi 75 mil cruzeiro pelo Banco do Brasil e investi tudo em corda de sisal. Eu pagava esse financiamento com materiais feitos para instituições, que eram as creches. Fazia berços, estantes para colocar as coisas dos bebês. Foram oito anos trabalhando. Hoje eu trabalho com o Banco Popular e trabalho com dinheiro do Bradesco, com crédito pessoal. Eu nunca tive nenhum mecenas, meu parceiro é a Costa do Cacau, com o Afonso, ele é empresário, é administrador. Mas ele não responde às minhas necessidades, então eu tenho que buscar outros clientes.

Bloco 4: Processo – Integração com os setores público, privado e terceiro setor

Como é a sua relação com a Associação de Artesãos de Itabuna (Aiart)?

É sombria... Por que quem eu deixei no meu posto não administrou como eu gostaria que fosse e também eu não tinha maiores conhecimentos para aplicar. Eu tinha desconfiança de que alguém mais culto, mais estudado, pegasse a Aiart e transformasse em cabide político. Isso era justamente o que eu não queria. Eu estou satisfeito porque aqui não tem vínculo político, apesar de ter apoio do governo. Eu quero um apoio obrigatório, pela Lei, não apoio de acordo ou por que gosta de artesanato.

De que Lei o senhor fala?

A Lei Rouanet. Fernando Caldas me deu a dica dessa Lei em 2002. Foi quando eu passei a conhecer. Depois conheci o projeto Artesãos do Brasil. Depois teve o Encantarte também... Aí eu fui me desenrolando. Foi aí que eu me juntei com Marcos Andrade e fizemos o Seminário de Artesanato Grapiúna. Lá teve muita informação, mais de trinta entidades participando, chegaram mil e setecentas pessoas, em três dias de seminário. Ninguém nunca tinha feito uma proeza dessa aqui. Fui até Brasília, para a Câmara dos Deputados. Chegando lá, exibi logo o *banner* da Aiart! Primeira instituição de artesanato do Brasil que chegou até o Congresso! Levando projetos, ideais, artesanatos. Gilberto Gil nos abraçou e chorou.

E que projetos são esses?

Ih... Por enquanto ainda são segredo.

Mas sobre a minha relação com a Aiart ainda é muito difícil falar. Eu sou vice-presidente há seis anos. O meu presidente me chamou aqui para resolver uns pepinos. A primeira coisa que eu pedi foi que ele me trouxesse aqui um assessor jurídico e me mostrasse as contas da casa, para eu saber se o dinheiro que entrou foi bem aplicado. A Aiart tem despesas, mas também

tem renda e eu quis saber para onde ela está indo. Eu penso que tem coisa mal administrada aqui. Em novembro o mandato vence e eu estou com uma chapa preparada para me candidatar novamente. Eu quero dar o remédio ao filho que eu criei para que ele viva com mais saúde. De posse desses conhecimentos que eu adquiri quando me afastei, nestes quatro anos atrás, eu vou vim para cá mais forte. Vou ter mais apoio aqui dentro. A maioria quer que eu volte. Você conhece nossa carteira de artesão? Agora eu quero uma carteira de validade nacional, protegida pela Lei Rouanet. Gilberto Gil me garantiu isso, mas disse que está faltando recurso, não tem orçamento. Então eu queria voltar mais forte porque eu não queria aceitar como meu filho o que está, mas, se a minha família cresceu, é do meu sangue e eu não vou deixar sucumbir e eu estou vendo isso. Tem muita gente que se foi, que virou empresário e se esqueceu da daqui, mas também tem gente que ainda preserva essa relação. Então, quando eu vejo o tratamento da diretoria para com o associado, tem me machucado demais.

Como é a sua relação com a Fundação Itabunense de Cultura e Cidadania (Ficc)?

Eu não tenho relação com a Ficc. Desconheço a Ficc. Ficc aqui chama-se Márcia Leal, que foi balconista, foi zeladora, foi vendedora e hoje é a nossa gerente, confio muito, é o povo da Aiart. Se tirar a Márcia, cai tudo.

E com o Sebrae?

Hoje, não. Eu me afastei porque quando eu cheguei ao Sebrae eu briguei muito com eles. Eles falam que dão apoio, mas o apoio deles é só logístico, não apoio de fato, de verdade, o programa artesanato não tem, incentivo ao artesão não tem nenhum, então para mim não existe. Quer Sebrae? É cabide de empregos. Não dá para mim, não. Sebrae para mim não existe. É um órgão que eu condeno.

Há relação com a Secretaria de Agricultura e Turismo do município?

Essa foi a que mais ajudou o artesão aqui. O maior apoio veio deles. Apesar de ser diferenciado, mas a gente vê que foi apoio logístico. Inclusive com relação a Uruçuca, Itajuípe, Camacã, Ilhéus, Coaraci, Itapé e até Ibicaraí também. Ter o transporte já é muita coisa. Dar uma barraca já é muita coisa, dar alimentação já é muita coisa porque o artesão não tem nada. Ele tem só uma mercadoria que ele vai vender nas feiras desses municípios para levar para casa. Às vezes nem vende e tem que voltar com a ajuda dos colegas. Até há certo tempo, o artesão não tinha nem passagem para ir. Quantas vezes a gente bancou passagem de colega, levava tudo? Às vezes leva até a mulher e o bebê, que não podiam ficar sozinhos. Não tem hotel, dorme embaixo da barraca. Já fizemos isso várias vezes. É toda uma história de sofrimento mas que enriqueceu, essas pessoas não precisam mais disso hoje. Eles estão em um nível melhor. Eu podia te dar uma lista de quantos hoje são empresários... E continuam aqui.

A Secretaria de Educação e Cultura do município tem algum contato com o senhor?

Já tivemos, tivemos um contato bom. Fizemos o projeto Ser Grapiúna, que foi onde eu me enriqueci bastante como artesão. Eu já era artesão, mas quando você passa a ensinar, automaticamente você aprende, é uma troca. E eu captei essa troca, na zona rural. Isso foi em 2000... Quando Adeum Sauer era secretário. Foi um projeto tão bonito... Muito bem elaborado. Ele deu uma entrevista na rádio Sociedade de Salvador, ele está com gás, está preparado para trabalhar no cargo que recebeu no Estado. Ele me dizia: “Adonias, fazer cerâmica não é enrolar barro, não é fazer cacauzinho, uma panelinha... Fazer cerâmica é contar a história da humanidade. Pesquise os persas, os egípcios...”. Depois disso eu procurei Fernando Caldas, Genny Xavier, conversei com eles e passei a ver as coisas diferente. E quando eu fui mostrar cerâmica na zona rural foi um sucesso total. Eu trabalhei no caíque, no

bairro Jardim Primavera. Sucesso total. Depois fui para o Maria Pinheiro. Pegou fogo! Pedro Gerônimo também. Se empolgaram tanto que me jogaram para Ferradas. Topei com artesanato nato! Menino que pega o barro e faz! Depois fui para Itamaracá. Lá eu tomei um *show* de artesanato. Dentro da roça, menino que monta a cavalo em pêlo... Me deram um *show* de artesanato! Eu nunca vi trabalho de tampa de garrafas tão bem feitos. Tapetes com tiras de plástico... Eu me perguntei: o que eu vim fazer aqui? Tomar aulas? Eu dei aula de argila dentro de cocho de animais! Imagine! Mas o resultado foi dez vezes melhor do que dentro de Itabuna, na zona urbana. E esse material está com a Fundação, não sei se está no museu de Ferradas ou na Fundação Cultural [Ficc], mas tem alguém guardando porque isso deve ser preservado.

Bloco 5: Direitos de autor

O senhor já pensou em proteger legalmente o seu trabalho?

Eu tenho fome disso. Mas me falta um financeiro, um extra para fazer isso.

O senhor conhece as leis de proteção à propriedade intelectual?

Também me falta informação. Eu ainda não sei como se faz isso. Eu tenho até uma idéia, mas não tenho a informação básica. Hoje eu estou sendo cobaia da Costa do Cacau, porque ele está crescendo e eu não. Ele quer trocar de carro e eu estou de bicicleta. São seis anos, e eu estou no prejuízo. As não posso me esquecer que dois anos atrás eu estava na lona... e lá foi onde eu consegui me aprumar.

O senhor concorda que a produção cultural deve ser protegida ou acredita que ela deve circular livremente?

Ela deve ser protegida, preservada e memorizada. Ritinha [Dantas] há uns cinco ou seis anos, me deu essa idéia e eu comecei a pensar nisso, mas aqui tem pouca informação. Eu não sei se é o CORE... Eu estive no INPI, mas eu tive poucas conversas com a diretoria, foi quando eu quis registra a marca Artesanato Grapiúna. Mas foi uma época em que eu estava muito atarefado, então eu perdi muito por não ter aproveitado esse momento.

Bloco 6: Economia

Quais as potencialidades que o município oferece para o seu trabalho?

Tudo. Tudo que está perdido aí na natureza é fonte de renda desperdiçada. Por exemplo, palha de bananeira é de graça, taboa, também é nativo, dendê também é nativo, todo material do coco é nativo. E eu pergunto: porque não fazem nada com isso? Restos de animais... Ninguém aqui faz mais artesanato como se fazia antigamente. Porque não se aproveita os ossos de boi? O matadouro está aqui e o que se faz com os ossos? Pente? Palito de cabelo? Só isso? Porque se agride tanto o ambiente com *pet*? Você sabia que o *pet* é um material caríssimo, que só vende em dólar? Não conheço ninguém fazendo nada com isso por aqui. O lixo deve ser reciclado. Oficina de reciclagem de lixo, vamos produzir com lixo, fazer diferente...

E quais são as ameaças que o senhor aponta para o artesão aqui em Itabuna?

Bem, não se pode mexer com a Mata Atlântica, é uma ameaça. O extrativismo é uma ameaça. Até com argila, não se pode mais mexer... Se a produção continuar como está, não teremos como produzir. O nosso barro só pode ser trabalhado em cerâmica se for misturado ao de Itapetinga. Mas quando se fala em argila, se fala em Mata Atlântica... E então, o que vamos fazer amanhã? Isso é a nossa história. Se você fizer replantio da Mata Atlântica o barro vai

continuar a existir. Agora se vai fabricar o quê, se a indústria vem tomando espaço, fabricando tudo? Tudo é plástico, tudo é *pet*...

O senhor obtém com o artesanato uma renda à altura do desejável?

Eu diria que só em 30%.

Mas o senhor desenvolve alguma atividade complementar ou vive somente do artesanato?

Não. No máximo decoração, que está no mesmo ramo. Também dou aulas de vez em quando... Hoje são alternativas, mas elas acabam tirando o meu fluxo de renda porque eu coloco alunos para me seguir e lá na frente vai ser praticamente meu perseguidor [risos]. Eu até gostaria de ser superado pelos meus alunos, mas com trabalhos melhores.

Conceição das Crioulas, município do sertão pernambucano, desenvolveu um projeto para aperfeiçoar o artesanato em cerâmica produzido por remanescentes quilombolas com vistas à geração de renda através do turismo. O exemplo está fundamentado na Economia Criativa, tendência que envolve setor público, privado e terceiro setor para fomentar ações que reúnem produção cultural, economia e políticas culturais para o desenvolvimento local. O senhor participa de tipo de ação ou projeto fundamentada na EC em Itabuna?

Eu já ouvi falar mais ou menos em Economia criativa, mas eu quero mais informação, eu estou meio desligado... Até pelas questões de família, eu acabei de afastando muito das novidades, tive que deixar Itabuna, agora é que estou me recuperando de novo... Como é bom poder falar com você sobre essas coisas... Eu tenho essa visão, desse projeto que você falou. Adeum Sauer também tem essa visão, falava em Economia Solidária. Tanto ele como o próprio Geraldo Simões, têm essa visão... O que falta é mão-de-obra específica para isso. Até na Universidade a gente tem dificuldade em encontrar essa mão-de-obra. Porque que chamam a mim, Adonias, um mero artesão para dar um curso desses? Porque eu não vivo da minha renda, não vivo não. Eu tenho as minhas dificuldades, como qualquer um, mas se eu for olhar para quem está desempregado, eu me sinto no apogeu! O que acontece é que, por onde eu passo, eu cato isso. Eu sei que as comunidades daqui têm sua história, suas raízes, têm seus costumes, e eu não acho certo impor uma situação para elas. Eu mostro que eu tenho um meio, mas esse meio que eu estou mostrando, que é o meu pequeno conhecimento, tem que respeitar o que eu encontro pela frente. Eu vou descobrir que uma senhora dessas comunidades tem muito mais conhecimento e é ali que eu vou colher, é no saber dela que eu vou buscar uma raiz e de repente nós estamos fazendo coisas maravilhosas! Faz pouco tempo a Ceplac mandou aqui uns escultores de Brasília para dar uns cursos... Foi uma pena porque a maioria dos artesãos não pôde participar, estavam ocupados, mas eu tive o prazer de ir lá. Quando eu cheguei me perguntaram: “o que você, Adonias, está fazendo aqui no meu curso?”. Eu disse que tinha ido aprender a fazer cerâmica. Acabei expulso do curso, brincaram comigo [risos]. Participei bem, foi tranquilo... Mostrei para eles o meu cacau que é diferente e todos ficaram com vontade de fazer diferente também.

APÊNDICE II



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico llisis19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Itabuna, 17 de JANUÁRIO de 2007



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico ლისის19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Itabuna, 10 de fevereiro de 2007

Gisliane Lopes Rêgo da Silva



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico llisis19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Itabuna, 22 de 02 de 2007



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico ლისის19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Itabuna, 22 de junho de 2007



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico ლისის19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Itabuna, 19 de Janeiro de 2007

A. Costa
 SEBRAE



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico ლისის19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Itabuna, 12 de Jan de 2007

Rubens de Jesus



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico llisis19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

A handwritten signature in blue ink that reads 'José de Souza'.



Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC
Mestrado em Cultura & Turismo
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da economia criativa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O sr. (sr^a.) está sendo convidado (a) a participar como voluntário (a) desta pesquisa que tem como finalidade analisar o tratamento dado ao artesanato de José de Souza e Adonias Borges em relação a ações para a cultura e o turismo no município de Itabuna. Sua participação será referente à etapa exploratória do estudo, através de entrevistas semi-estruturadas, em que a pesquisadora lança mão de um guia com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, podendo, ao longo do depoimento, fazer novas questões com base nas informações concedidas.

A sua participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Nenhum dos procedimentos adotados oferece riscos à sua dignidade. Também lhe é garantida a liberdade de recusa ou retirada de consentimento a qualquer momento. O sr. (sr^a.) não terá nenhum tipo de despesa ou pagamento para participar desta pesquisa.

Somente a pesquisadora responsável e a orientadora terão conhecimento dos dados até o momento da divulgação dos resultados parciais em eventos científicos e da defesa da dissertação.

Ao participar desta pesquisa o sr. (sr^a.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo reúna informações importantes, de forma que o conhecimento a ser construído possa contribuir para o desenvolvimento dos setores cultural e turístico no município de Itabuna, onde o pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos ao final do curso.

Sempre que quiser, poderá solicitar informações adicionais sobre a pesquisa à pesquisadora responsável, Aline de Caldas Costa, através do telefone (73) 3689-1040 ou pelo endereço eletrônico ლისის19@yahoo.com.br.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa.

APÊNDICE III



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC
MESTRADO EM CULTURA & TURISMO
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da Economia Criativa

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Autorizo aos responsáveis pelo projeto Artesanato e turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da Economia Criativa a registrar em fotografia e veicular minha imagem e produção para fins didáticos, de pesquisa e divulgação de conhecimento científico sem quaisquer ônus e restrições.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação, não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Itabuna, 11 de janeiro de 2007

Yoriel Souza



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC
MESTRADO EM CULTURA & TURISMO
Artesanato e Turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da Economia Criativa

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Autorizo aos responsáveis pelo projeto Artesanato e turismo em Itabuna: uma abordagem à luz da Economia Criativa a registrar em fotografia e veicular minha imagem e produção para fins didáticos, de pesquisa e divulgação de conhecimento científico sem quaisquer ônus e restrições.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação, não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Itabuna, 18 de janeiro de 2007