

## QUARTEIRÃO JORGE AMADO – LITERATURA, CULTURA E TURISMO SUSTENTÁVEL NA CIDADE DE ILHÉUS, BA<sup>1</sup>

*Juliana Santos Menezes*

### RESUMO

O trabalho analisa a relação patrimônio-cultura-turismo, por meio do estudo de caso do Quarteirão Jorge Amado, roteiro turístico cultural localizado na cidade de Ilhéus, Bahia. Objetiva oferecer uma reflexão crítica sobre uma eficaz utilização do patrimônio cultural como atrativo turístico, desenvolvendo um turismo cultural sustentável com base na interpretação do patrimônio. Discute patrimônio, turismo cultural, cultura e literatura, conceitos que fundamentam a pesquisa. Examina a relevância de um planejamento interpretativo para que haja uma relação eficaz entre turismo e patrimônio cultural. A pesquisa parte do pressuposto de que a literatura influencia e é influenciada pela história; e de que o turismo cultural pode andar junto com a sustentabilidade na medida em que se busquem alternativas capazes de contribuir para a promoção do bem estar da comunidade, garantindo a valorização de sua identidade cultural e o fortalecimento da economia. Este estudo conclui que a formatação do Quarteirão Jorge Amado é uma importante iniciativa para a dinamização do turismo cultural. Um planejamento interpretativo que envolva a comunidade, assim como ações que valorizem a cultura do local e a experiência do turista são possíveis soluções para o desenvolvimento de um turismo cultural sustentável.

Palavras-chave: Literatura, cultura, turismo, interpretação do patrimônio.

### 1. Introdução

Este trabalho se propõe a oferecer um texto crítico capaz de gerar reflexões sobre a relação patrimônio-cultura-turismo, de maneira que contribua para uma eficaz utilização do patrimônio cultural como atrativo turístico, que desenvolva um turismo cultural sustentável, com base na interpretação do patrimônio, na cidade de Ilhéus.

Por possuir grandes potencialidades turísticas, políticas públicas têm sido traçadas na tentativa de dinamizar o turismo de Ilhéus, valorizando seu recursos naturais e culturais e, simultaneamente, erguer a economia da cidade que está em decadência desde 1940, quando a cacauicultura, que era o alicerce da economia da cidade, passou por crises cíclicas relacionadas ora ao empobrecimento dos produtores, ora ao esgotamento da terra ou a situações climáticas inadequadas. Por volta da década de 80, com o aparecimento da praga conhecida como podridão parda (*Citofora Palmivora*) e, mais tarde, da vassoura-de-bruxa (*Crinipelis Perniciosa*) a situação ficou incontrolável e desencadeou grave crise econômica sobre a cidade.

Situada na Região Sul do Estado da Bahia, Ilhéus é um dos destinos turísticos mais procurados da região por seu patrimônio natural, que engloba a variedade da

---

<sup>1</sup> Trabalho publicado nos anais do II CULTUR, realizado em novembro de 2008.

vegetação da Mata Atlântica, áreas de manguezais, praias, cachoeiras e lagoas, e por seu patrimônio cultural do qual fazem parte elementos ligados à história das Capitânicas Hereditárias, à saga do cacau e ao processo de hibridação cultural que configuraram a identidade da região.

Dentre as potencialidades culturais, aqui é dado destaque à Literatura da Região do Cacau, especificamente a ficção de Jorge Amado por fazer referência a questões culturais e identitária e por seu significativo lugar no panorama da Literatura Brasileira. A obra do escritor Jorge Amado tem sido responsável por boa parte da divulgação da cidade, por ter ficcionalizado muito da vida, dos costumes e da identidade da região. Por conta disso, Ilhéus é conhecida mundialmente como Terra de Jorge Amado, Terra da Gabriela e Terra dos Coronéis do Cacau.

Devido a essa projeção, o leitor amadiano tem especial interesse em conhecer a cidade e identificar locais históricos habitados pelas personagens ficcionais. Dentre outras razões, esse interesse tornou imprescindível a preservação do patrimônio cultural. O poder público, em função disso, formatou atrativos turísticos potencializando a imagem e a recepção do escritor grapiúna no cenário mundial.

Objetivando discutir a obra e a sua apropriação pelo turismo, este estudo destaca o Quarteirão Jorge Amado, roteiro turístico-cultural, localizado no centro da cidade de Ilhéus, que tem por base as imagens desta cidade ficcionalizadas na obra do escritor grapiúna. O Quarteirão reúne um manancial de elementos culturais, sociais e históricos que particularizam a região, corroborando para a compreensão de sua identidade e para a valorização da cultura local, além de servirem de atrativos intensificadores do turismo da cidade.

No entanto, tem-se observado que parte da comunidade local mal sabe localizar o Quarteirão e quase não conhece as histórias contadas por Jorge Amado, muito menos o seu valor cultural, social e histórico. Isto acaba dificultando a preservação do patrimônio e a valorização da cultura. A população não compreende o valor intrínseco que há na restauração e revitalização do patrimônio cultural e, portanto, não interage de forma a contribuir para preservação da sua cultura.

Fica por conta dos guias turísticos dar informações básicas sobre a história do local. Isso sinaliza que ainda não se tem dado muita atenção à maneira com que as informações culturais são fornecidas, o que dificulta a compreensão e apreensão do significado do lugar e do próprio patrimônio.

Considerando tal problemática, este estudo analisou como agregar valor e significado ao patrimônio cultural da cidade de Ilhéus, reunido no roteiro turístico-cultural Quarteirão Jorge Amado, de forma a que tanto moradores quanto visitantes tenham uma melhor compreensão e apreciação do lugar, incorporando atitudes para a sua valorização. A hipótese é que o envolvimento da comunidade no processo do planejamento turístico e a informação a respeito do valor cultural do Quarteirão Jorge Amado, assim como um planejamento interpretativo podem contribuir para a atribuição de valor e significado ao Quarteirão, evitando que a obra amadiana seja utilizada apenas para atender às solicitações de consumo, realizando, assim, um turismo cultural sustentável. Desta forma, a cidade de Ilhéus, rica em potencialidades culturais, poderá alcançar índices mais satisfatórios no desenvolvimento do turismo cultural, fenômeno que deverá aliar investimentos na preservação, desenvolvimento e promoção do patrimônio e constituir-se-á eficaz estratégia de sustentabilidade.

O patrimônio cultural (material e imaterial) e o patrimônio natural da cidade estão imortalizados através dos romances amadianos *Terras do Sem Fim*, *São Jorge dos Ilhéus*, *Gabriela*, *Cravo e Canela*, tomados como *corpus* basilar da análise por apresentarem imagens marcantes de referências culturais e identitárias da região Sul da Bahia e, mais especificamente, da cidade de Ilhéus.

Para a abordagem proposta, a pesquisa toma como base a concepção de patrimônio enquanto todo e qualquer fazer humano representativo da coletividade (BARRETO, 2000). O turismo é tratado na perspectiva da sustentabilidade e foco cultural (SWARBROOKE, 2000; SIMÕES, 2002).

Os romances amadianos corroboram para a relação que a pesquisa pretendeu entre patrimônio, cultura e turismo. O Quarteirão Jorge Amado é aqui entendido como um lugar de memória (NORA, 1993), cuja principal razão de ser é impedir o esquecimento e revestir os lugares de sentido, tornando-os apaixonantes.

A noção de cultura, assumida neste trabalho no sentido antropológico, que abarca todas as maneiras de existência humana e as características particulares de cada grupo social, nação ou povo, assim como as suas formas de expressão (SANTOS, 1994); uma concepção não hegemônica, que considera a diferença (BHABHA, 1998). As culturas possuem uma dinamicidade própria que as tornam susceptíveis a mudanças e influências que provocam a sua hibridação. O hibridismo é compreendido como as mesclas interculturais de abrangência maior que o sincretismo (misturas religiosas) e maior que a mestiçagem (mesclas raciais) (CANCLINI, 2000).

Dentre os elementos influenciadores das culturas, encontra-se o turismo, conceituado aqui como inter-relacionamentos entre produção e serviços, em que se integram uma prática social com base cultural e histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade e troca de informações interculturais (MOESCH, 2000). O turismo pode ser analisado de acordo com as motivações que impulsionam o indivíduo a viajar e conhecer lugares e culturas diferentes. O turista que viaja para conhecer pessoas, tradições, histórias e aprender sobre o passado de maneira viva e autêntica vai em busca do turismo cultural, compreendido aqui como o turismo cujo principal atrativo é algum aspecto da cultura humana, seja ele a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer outro que o conceito de cultura abranja. Este tipo de turismo vem adquirindo um crescimento considerável, atualmente, em consequência do grande interesse do turista em compreender a cultura e a história de lugares diferentes, assim como conhecer hábitos e costumes de outros povos (LAGE & MILONE, 2000). A esse conceito, é acrescentado o caráter de sustentabilidade na medida em que se busquem alternativas capazes de contribuir para o desenvolvimento, promovendo o bem estar das populações, gerando benefícios para a comunidade e afirmando a identidade local (BISSOLI, 1999).

Um dos caminhos para se chegar a um turismo cultural sustentável é a utilização das estratégias e técnicas da interpretação do patrimônio, pensada como o processo de acrescentar valor à experiência do visitante, por meio do fornecimento de informações e representações que realcem a história do lugar (MURTA & ALBANO, 2002).

O trabalho ainda tem por base a literatura, elemento cultural que influencia e é influenciado pela história (SIMÕES, 1998) e se constitui como uma realidade imaginada capturada do vivido e constituída em sentido. Enfocado na perspectiva antropológica, o texto literário é, portanto, uma duplicação da realidade que é integrada ao imaginário ficcional “como se” fosse (ISER, 1996). Como elemento que é influenciado pela história, a literatura expressa a cultura de um povo que passa a ser conhecida através do texto.

Nessa perspectiva, o leitor ao ter conhecimento da cultura, sente-se instigado a conhecer, na realidade, o que já foi visto na ficção. Assim, o turismo torna-se elo entre a ficção e a realidade. E é desta maneira que se estreita, neste trabalho, a relação entre cultura e turismo. No entanto, sabe-se que nem sempre o patrimônio é valorizado por seu valor cultural, mas apenas por suas implicações de consumo, o que provoca a banalização da cultura.

Assim, o estudo de caso do Quarteirão Jorge Amado foi desenvolvido com vistas a possibilitar a análise da atual situação do turismo com base na literatura amadiana e de como as imagens de Ilhéus ficcionalizadas pelo escritor de *Gabriela* têm sido utilizadas para a valorização da cidade como centro turístico. Tal estudo deu-se por um lado, através da análise do texto literário, considerando a visibilidade (CALVINO, 1995) do discurso amadiano; por outro lado, através da observação *in loco*, notícias em jornais e revistas e conteúdo dos folhetos e mapas turísticos produzidos pela Secretaria de Turismo de Ilhéus – SETUR.

Nessa perspectiva, o roteiro turístico cultural Quarteirão Jorge Amado é analisado observando como vem sendo aproveitado para a valorização do turismo cultural de Ilhéus e sugerindo ações para a aplicação de estratégias interpretativas que atribuam o valor de significado (MARTIN, 2001), fazendo com que turistas e comunidade compreendam a história e a formação de sua identidade através do patrimônio material construído e para que se desenvolva um turismo cultural sustentável.

## **2. Cultura e turismo – inter-relações**

No contexto deste mundo globalizado em que vivemos, as influências culturais são diversas, o que contribui para a formação de culturas particulares com características híbridas. Sobre o assunto, Canclini (1998) afirma que as importações e exportações de cultura nacional ajudam as relações interculturais. Esses cruzamentos culturais favorecem a hibridação da cultura através dos intercâmbios da simbologia tradicional com os circuitos internacionais de comunicação, com as indústrias culturais e as migrações.

As culturas são dinâmicas e recebem influências que podem provocar mudanças ou a sua hibridação. Essas transformações culturais estão associadas ao crescimento urbano, à interação da comunidade com as redes nacionais e transnacionais de comunicação, assim como à quebra e à mescla das coleções organizadas dos processos simbólicos e a expansão dos gêneros impuros que provocam a articulação de características culturais que antes eram vistas separadamente. As migrações, por exemplo, ampliam as relações interculturais, uma vez que a interação entre moradores e os migrantes incentiva a reprodução de hábitos e costumes uns dos outros (CANCLINI, 1998). Dentre os elementos influenciadores das culturas, encontra-se também o

turismo, fenômeno que está em constante desenvolvimento e tem adquirido crescente importância devido à sua capacidade de promover impactos (negativos e positivos) nas localidades receptoras de turistas, tanto sobre a cultura, as relações sociais e o meio ambiente, quanto sobre a economia.

Um dos impactos positivos do turismo que mais vem sendo evidenciado é a capacidade de contribuir para o desenvolvimento regional e o intercâmbio entre culturas. Segundo Beni (2000), o turismo é um elemento importante da vida social e econômica da comunidade regional, quando reflete as verdadeiras aspirações das pessoas no sentido de desfrutar de novos lugares, assimilar culturas diferentes, descansar e beneficiar-se com atividades de lazer. Além disso, da perspectiva da comunidade local, o turismo deve contribuir para o desenvolvimento econômico e ambiental, valorizando também a sua cultura.

Nesse foco, o turismo é compreendido como um processo amplo e complexo que envolve o deslocamento das pessoas, gerando relações socioculturais, econômicas e afetivas, assim como conseqüências tanto positivas quanto negativas para os moradores, turistas e as suas culturas.

Sendo um “fenômeno de caráter humano” (MOESCH, 2000, p.13) - porque são as pessoas que se deslocam e não as mercadorias - envolvendo a satisfação das necessidades do homem, o turismo pode ser analisado de acordo com as motivações que impulsionam o indivíduo a viajar e assim conhecer lugares e culturas diferentes. Neste caso, o turismo seria analisado tendo como base o critério da motivação. Desta forma, viajar para conhecer a cultura de uma localidade de maneira viva e autêntica tem sido uma tendência da atividade turística, colocando em evidência o turismo cultural.

Este tipo de turismo tem representado uma das mais amplas estratégias de desenvolvimento sustentável, já que há uma preocupação em aliar planejamento econômico e de infra-estrutura à procura por bens culturais e estilos de vida, buscando preservar os recursos naturais e culturais para as gerações futuras e desenvolver a economia. A respeito, Lucas (2003) afirma que pesquisas feitas pela indústria de viagens norte-americana apontam para o crescimento da importância do turismo cultural na economia nacional, beneficiando o desenvolvimento sustentável e garantindo um futuro econômico e social melhor para as comunidades receptoras de turismo. Além disso, este tipo de turismo tem sido encarado como importante para o desenvolvimento de uma região e tem contribuído para promover o envolvimento das comunidades com sua história, seus atrativos culturais e sua memória social.

Entretanto, nem sempre esta relação entre cultura e turismo tem sido vista de forma positiva por alguns estudiosos de cultura. Por um lado, esta união traz benefícios porque ajuda na dinamização da economia, incentiva a preservação e revitalização do patrimônio cultural e, se bem trabalhada, aproxima a comunidade de sua história ajudando a manter a memória do lugar e valorizando a identidade cultural. Entretanto, por outro lado, o uso do patrimônio cultural como atrativo turístico não é visto com bons olhos pela comunidade acadêmica porque nesta relação nem sempre a cultura, o patrimônio é valorizado pela sua significação na história e sim por suas implicações mercadológicas. Isso implica numa problemática cultural que é chamada de banalização da cultura, isto é, a cultura é usada apenas para atender às exigências do mercado. Como afirma Barretto:

A busca de elementos característicos e diferenciais de cada cultura aparece como uma necessidade de mercado, a cultura autóctone é a matéria prima para a criação de um produto turístico comercializável e competitivo internacionalmente. O legado cultural, assim transformado em produto para consumo, perde seu significado. A cultura deixa de ser importante por si mesma e passa a ser importante por suas implicações econômicas. A história não é importante porque mostra as raízes, mas porque traz dinheiro (BARRETTO,2000. p. 48).

Dentro desta perspectiva, o turismo cultural deve cumprir os critérios da sustentabilidade social, cultural, ecológica e econômica, sendo também um meio de desenvolvimento sustentável e transformando-se em turismo cultural sustentável, quando articulado com as três ecologias de Guattari (2001) - ecologia ambiental, ecologia social e ecologia mental - uma vez que as novas práticas ecológicas têm por objetivo reapreciar o trabalho humano em função de valores diferentes daqueles do rendimento e do lucro, tornando os Territórios existenciais “habitáveis” por um projeto humano. De acordo com Guattari, as três ecologias deveriam ser concebidas como sendo um processo contínuo de ressingularização, em que os indivíduos se tornariam, a um só tempo, mais solidários e cada vez mais diferentes. O mesmo processo de ressingularização deveria acontecer com as escolas, as prefeituras, o urbanismo e com o turismo.

As técnicas e estratégias da interpretação podem se tornar um meio para se alcançar a sustentabilidade, fazendo com que turistas e comunidade não só apreciem, mas também compreendam, aprendam e se encantem com um lugar, incentivando, com isso, a preservação. São diversas as estratégias e técnicas da interpretação, que podem ser usadas a depender do perfil cultural e ambiental do lugar, dos recursos humanos e financeiros disponíveis e do público alvo que se pretende atingir. As estratégias podem

incluir trilhas e roteiros sinalizados, cursos de treinamento de guias, publicações de mapas ilustrados e *folders* para que o turista possa se orientar durante a visita, montagem de centros de visitantes e de informação, e museus que oferecem objetos, acervos e podem contar a história do lugar. Estas estratégias são utilizadas por meio de um intérprete ou de técnicas que valorizam o patrimônio e a experiência do turista (MURTA & GOODEY, 1995).

As técnicas da interpretação dão "vida" ao patrimônio, pois se utilizam linguagens diferentes para a promoção do patrimônio. Os meios e técnicas da interpretação são divididos em três categorias distintas. A interpretação ao vivo é uma técnica que pressupõe um ator ou um guia preparado para apresentar a essência do lugar através de contação de histórias, casos, canções, demonstrações e representações, excursões a pé ou de qualquer outro meio de transporte, dependendo do objetivo e do tema da interpretação. Uma outra técnica de interpretação diz respeito aos textos impressos que incluem mapas ilustrados, guias e roteiros turísticos, *folders* e cartões postais. Deve-se ter cuidado com o conteúdo informativo do material impresso, que deve servir para a publicidade das atrações, despertar a curiosidade, dar informações verdadeiras sobre o lugar. Na última categoria, interpretação com base no design, estão incluídos as placas, painéis e letreiros que devem conter um texto curto, criativo e significativo com grafia legível e clara e ilustrações que facilitam a compreensão da história do lugar. Desenhos, fotografias, gravuras e pinturas são meios eficazes de comunicação. Ainda dentro desta categoria, encontram-se exposições de objetos e documentos, modelos e reconstruções que vão desde miniaturas e maquetes à cópias de figuras humanas em tamanho normal; reconstrução do passado para apreciação passiva, através de cenário de época e diversos meios interpretativos; meios animados de exibição que compreendem instrumentos mecânicos e eletro-eletrônicos, que introduzem som, luz, cheiro e movimento, tornando a exibição o mais real possível, despertando o interesse e facilitando a comunicação entre os visitantes (MURTA & GOODEY, 2002).

A utilização dessas estratégias e meios interpretativos, não só torna a comunicação eficaz, como também revela sentidos, provoca a curiosidade, valorizando, assim, o patrimônio e a experiência do turista. Conforme Murta & Goodey (1995) a interpretação do patrimônio cumpre a dupla função de valorização. Valoriza não só a experiência do visitante, ao conhecer patrimônios preservados e interpretados para a sua



melhor compreensão, valoriza, também, o próprio patrimônio, transformando-o em um recurso turístico.

Os estudos de turismo, dentro da perspectiva da interpretação do patrimônio, indicam que para que turismo e cultura tenham uma convivência eficaz é necessário que haja um plano interpretativo. O objetivo desse planejamento é ordenar as ações do homem sobre o ambiente, visando a minimizar a sua degradação e estimular a implantação adequada de serviços e equipamentos turísticos de forma que revelem a alma do lugar. Para a elaboração de um plano interpretativo é preciso seguir três etapas essenciais. A primeira delas conduz ao inventário e registro de recursos, temas e mercados. O desenho e a montagem da interpretação é o segundo passo e, por fim, faz-se a gestão e a promoção do bem patrimonial. Assim, é possível apresentá-lo, promovê-lo e atualizá-lo como marcos importantes e atrações turísticas (MURTA & GOODEY, 2002).

O planejamento interpretativo deve passar por uma vontade política e envolver a decisão de todos aqueles que estão empenhados no desenvolvimento desta atividade: empresas privadas, organizações públicas, representantes comunitários, agentes institucionais, gestores de turismo e o Estado. Sobre o assunto, Murta & Albano (2002) afirmam que o processo de interpretação baseado na comunidade responde à necessidade do planejamento municipal que é proteger e desenvolver um sentido de lugar, de transmitir seus valores, sua ecologia e sua história às novas gerações. O planejamento interpretativo estimula a capacitação adequada para assegurar o envolvimento local nos novos rumos da economia, estimulando a ação conjunta dos poderes públicos e da iniciativa privada.

Esse seria chamado de planejamento participativo, cuja finalidade é envolver toda a comunidade para determinar os objetivos e estabelecer a melhor forma para alcançar os resultados pretendidos. Desta maneira, a comunidade teria possibilidade de compreender o presente através do conhecimento de sua história, de suas lendas e origens. Para isso, poderiam ser promovidos encontros e reuniões junto às escolas, às associações de bairros, aos clubes de terceira idade e às associações comerciais e industriais, com o propósito de despertar sobre a importância da valorização do patrimônio cultural, dos hábitos, dos costumes e das tradições (MOLLETA & GOIDANICH, 2001).

A comunidade quando bem informada é capaz de valorizar a sua cultura e o seu patrimônio preservando-o para as gerações futuras. Lucas (2003) discute o assunto e

afirma que, quando os moradores locais percebem o valor que os turistas atribuem àquilo que estão indo visitar, em algum aspecto de suas tradições ou paisagens, passam a olhar de maneira diferente aquilo que normalmente passaria despercebido. Assim, esses moradores desenvolvem um sentimento de orgulho pelo legado e desejam passá-lo para as gerações futuras.

É nesse contexto que a idéia de desenvolvimento do turismo cultural sustentável reforça a necessidade de um planejamento baseado nos princípios da interpretação do patrimônio, visto que a interpretação investe no bom relacionamento entre morador e visitante, ampliando a participação da comunidade na atividade turística de forma que contribua para o desenvolvimento de um turismo no qual as paisagens naturais e culturais são usufruídas no lugar, ao invés de serem consumidas apressadamente, como algo descartável e substituível (MURTA & ALBANO, 2002). Com base na inter-relação discutida, o Quarteirão Jorge Amado será analisado.

### **3. O Quarteirão Jorge Amado**

Atraído pela notícia das belezas naturais e por conta do manancial cultural dos romances amadianos que revelam uma variedade de imagens que sinalizam tanto aspectos culturais quanto econômicos, naturais, históricos e arquitetônicos da região, além do sucesso de sua obra atestado nas inúmeras reedições e pelas transposições para cinema, televisão e teatro, o leitor-turista tem especial interesse em conhecer e identificar locais históricos habitados pelos personagens amadianos e, ao mesmo tempo, conhecer a história e a cultura da cidade e aqui aporta, transformando-se em turista-leitor (SIMÕES, 2002).

Caminhar pelo cenário onde viveram os personagens amadianos, sentar no Bar Vesúvio e experimentar o quibe do Nacib, visitar o Bataclan, conhecer cada pedacinho que conta a história de Ilhéus, é tudo que o turista quer. Desta forma, “se o turismo é um traço estável da vida moderna então representa um potencial para o qual se pode planejar, um movimento que pode ser guiado e a preservação poderá andar de mãos dadas com a criação” (FRY, 1976, p. 234). Assim, a literatura atesta a vocação da cidade para um turismo cultural, aquele que tem a cultura humana como o seu principal atrativo.

A ficção de Jorge Amado narra acontecimentos que, a partir da chegada do cacau e com a importância econômica que ele adquiriu, geraram uma multiplicidade de relações que acabaram promovendo o progresso na região. Juntamente com esse

progresso, a mentalidade, os hábitos e os costumes da população foram se modificando, contribuindo para a formação e configuração da região do cacau.

Nos romances, o escritor sinaliza o mapa cultural de natureza material de Ilhéus ao fazer referências a bairros, ruas, praças, casas e igrejas da cidade que serviram de cenário para o desenrolar de tais acontecimentos. Lugares como o Bar Vesúvio, a Igreja Matriz de São Jorge, a Catedral de São Sebastião, o Bataclan e o Antigo Porto saltam da realidade das ruas para as páginas do livro.

Por isso, é comum o leitor deparar-se com um personagem subindo a ladeira da Conquista, contemplando a Avenida da Praia (hoje a Avenida Soares Lopes), ou os Jardins da Praça Seabra (a Praça da Prefeitura), atravessando o ancoradouro para ir ao Pontal e andar por suas poucas ruas de areia. Nos romances é possível “ver” a cidade de Ilhéus desde o Morro do Unhão ao Morro da Conquista, das casas elegantes da praia aos casebres da Ilha das Cobras, do Pontal ao Malhado, das residências familiares às casas de mulheres da vida. Nesta ambiência, Jorge Amado conta casos, conflitos, escândalos domésticos e fatos históricos.

Iniciara a desesperada busca pelo morro do Unhão. O corpanzil atirado para a frente, suando em bicas, o paletó sob o braço, Nacib percorrera Ilhéus de ponta a ponta, naquela primeira manhã de sol após a longa estação das chuvas.[...] No Unhão desfizera o trato com duas cabrochas acertadas para ajudar Filomena no preparo do jantar da empresa de ônibus.[...] Perguntara pelo porto, passara em casa do tio: não sabiam por acaso de cozinheira? [...] Nacib tocou-se para a Conquista, a ladeira ainda escorregadia das chuvas, um grupo de negrinhas a rir quando ele caiu, sujando os fundilhos da calça.[...] Nacib desceu pela ladeira da Vitória, passou pelo cemitério.[...] Aconselharam-no dar uma busca no Pontal.[...] Tomou a canoa, atravessou o ancoradouro. Andou pelas poucas ruas de areia, sob o sol, onde crianças pobres jogavam futebol com bola de meia (AMADO, 1998, p. 52-56 passim).

A ficção de Jorge Amado é povoada de fatos históricos e personagens inspirados em pessoas que viveram naquela cidade que fazem a trama e habitam, trabalham, passeiam em espaços “reais”. É nessa perspectiva que a literatura é alimentada pela história. Ao apresentar esses espaços como cenário de seus romances, este escritor imortaliza esses lugares, levando-os para o mundo inteiro. Ao mesmo tempo, atribui à sua obra maior visibilidade, o que faz com que os leitores “vejam” a cena e desejem conhecer os lugares que serviram de ambiência para os romances. Neste caso, o leitor “vê com os olhos da imaginação o lugar físico onde se encontra aquilo que deseja contemplar” (CALVINO, 1998, p. 100).

Num processo inverso em que a história é alimentada pela literatura, esses espaços focados na ficção de Jorge Amado foram, gradualmente, adquirindo importância cultural e histórica no decorrer do tempo e à medida que a obra amadiana

foi reeditada em vários idiomas, de forma que passou a ser lida por pessoas do mundo inteiro. Assim, foram ganhando importância porque fazem parte da memória da cidade, sendo testemunho dos tempos áureos do cacau, quando os coronéis construíram imponentes palacetes que refletem, até hoje, todo o poder e ostentação da época. Tempos que foram preponderantes na formação da cidade de Ilhéus e na configuração da identidade da região.

Desta maneira, esses espaços transformaram-se em patrimônio cultural na proporção em que começaram a lhes atribuir um valor. Essa atribuição de valor, segundo Martin (2001), não está centrada somente na antigüidade ou beleza, está centrada principalmente naquilo que representa no presente e que pode representar no futuro. Este valor está diretamente relacionado com a capacidade de informar sobre aspectos históricos, culturais, econômicos e sociais de uma época.

A respeito dos valores, Garreta (1999) afirma que é uma qualidade atribuída pelas pessoas e que pode modificar a depender da percepção e do comportamento humanos. Depende, portanto, de referências intelectuais, históricas, culturais e psicológicas que variam com as pessoas e os grupos que atribuem valor. O que quer dizer que os valores mudam no decorrer do tempo e a depender de cada pessoa. Assim, a Casa de Cultura Jorge Amado, por exemplo, que foi construída para ser a residência da família Amado, com o passar do tempo, foi vendida e ressignificada em Clube dos Bancários, em seguida abrigou a sede da Faculdade de Direito, após passar por uma restauração, torna-se a Casa de Cultura e Fundação Cultural de Ilhéus, voltadas para a realização de eventos culturais e onde está exposto um acervo pessoal do escritor Jorge Amado, com fotos, livros, esculturas e curiosidades, não possui mais o mesmo valor que recebeu na época de sua construção. No decorrer dos anos, a casa foi restaurada e ressignificada tendo a sua função modificada várias vezes, mudando, portanto, o seu valor. Agora, é considerada uma referência cultural importante para a cidade, que é visitada por muitos turistas que querem conhecer um pouco do escritor que levou Ilhéus para o mundo.

Da mesma forma, acontece com os outros espaços que se tornaram patrimônio. A esses bens simbólicos podem ser atribuídos o valor de uso, que diz respeito à utilidade que esse patrimônio tem para a sociedade, como a sua utilização pelo turismo que satisfaz uma necessidade material, de conhecimento ou um desejo; o valor formal, por apresentar qualidades no sentido da forma que atraem e despertam os sentidos, proporcionando prazer; ou o valor de significado, por transmitir para as gerações

vindouras as idéias, as tradições, os costumes e a identidade de uma comunidade. Esse valor atribuí ao patrimônio o poder de participar, ao mesmo tempo, do passado, do presente e do futuro.

Os espaços citados por Jorge Amado, tornados patrimônio cultural, adquiriram o valor de consumo, na medida em que o leitor-turista, instigado pelas imagens dos romances, deseja conhecer ao vivo aquilo que foi descrito na ficção, transformando-se em turista-leitor, quando viaja para conhecer esses lugares.

O valor de consumo, conforme Martin (2001), se dá a depender do quanto útil, artístico, significativo e original o patrimônio é. Neste caso, o patrimônio pode passar a ser visto como recurso turístico porque é foco de interesse do visitante e porque pode gerar emprego e renda para a cidade.

Entretanto, uma das principais críticas em relação ao uso do patrimônio cultural como recurso turístico está voltada para a questão da ênfase no valor de consumo do patrimônio em detrimento de seu valor de significado. De acordo com especialistas, a ênfase no valor de consumo, acaba provocando a banalização da cultura, pois o patrimônio passa a ser importante porque pode ser “vendido” como produto turístico e não por sua significação na história.

Por outro lado, utilizar o patrimônio cultural como recurso turístico é uma boa estratégia de valorização da cultura local, ajudando na dinamização do turismo e da economia.

Desta maneira, as imagens arquitetônicas da cidade de Ilhéus citadas por Jorge Amado, assim transformadas em patrimônio cultural material, podem ser uma eficiente estratégia de valorização da cultura, uma vez que, medidas estão sendo traçadas no sentido de incentivar a preservação e a revitalização do patrimônio e no sentido de se criar um roteiro turístico-cultural baseado na ficção do escritor de *Gabriela, Cravo e Canela*.

Com este tipo de atividade, o que antes saiu do real para povoar os romances amadianos, agora percorre um caminho inverso. Os personagens, os casarões, as igrejas saltam dos romances para a realidade das ruas e o turista não só os identifica e faz relação com os livros, como também procura conhecer a história dos lugares, da cidade e a maneira de ser e pensar de seus habitantes. Isso pode contribuir para a valorização e afirmação da identidade cultural da região e satisfaz o desejo do turista.

Dessa forma, as imagens de Ilhéus retratadas nos romances de Jorge Amado transformaram-se em recurso turístico no projeto denominado Quarteirão Jorge Amado.

Neste projeto, a figura do escritor baiano é utilizada a todo o momento: nos folhetos de informação, nos mapas e cartazes de divulgação. Da mesma maneira que um bom número de comerciantes utiliza nomes dos personagens amadianos para denominar seus estabelecimentos, mesmo fora do Quarteirão. Assim, Posto Gabriela, Gabriela FM, Quibe do Nacib, Chocolate Caseiro Flor da Gabriela, Mercado de Artesanato onde as ruas e avenidas homenageiam Jorge Amado e as suas personagens, Centro de Convenções cujo auditório principal é chamado de Jorge Amado e suas salas batizadas de Nacib, Jerusa, Malvina, Tônico Bastos, Coronel Ramiro Bastos e outros personagens do livro *Gabriela*.

Como se observa, a imagem da Ilhéus descrita por Jorge Amado tem sido usada para promover o turismo cultural da cidade. No entanto, apesar do potencial turístico que possui e do grande interesse do turista em conhecer a cidade, o turismo de Ilhéus não consegue atingir o sucesso esperado.

O projeto Quarteirão Jorge Amado é uma iniciativa que tenta dinamizar o turismo. Foi idealizado pela Secretaria de Turismo de Ilhéus - SETUR, juntamente com a Fundação Cultural de Ilhéus - FUNDACI, que delimitaram a área, selecionaram os prédios e monumentos ligados, em sua maioria, a obra amadiana e elaboraram folhetos contendo informações sobre cada patrimônio. Os prédios foram selecionados de acordo com a sua importância histórica e estão espalhados pelo centro da cidade. O Quarteirão foi dividido em dois circuitos, o Cravo e o Canela, fazendo alusão ao famoso romance. A escolha dos patrimônios que compõem cada circuito foi feita de acordo com a proximidade entre eles. O mapa divulgado pela SETUR sinaliza os patrimônios que fazem parte do Quarteirão.

No Quarteirão, o turista pode circular pelos circuitos e se deparar com os casarões deixados pelos coronéis, comprovando, através da grandiosidade de cada um deles, a influência e o poder adquiridos por esses homens através do cultivo do cacau, sendo mais fácil compreender a identidade da cidade. Entretanto, as informações necessárias para que o turista compreenda a história de cada patrimônio estão dispostas em folhetos de divulgação que nem sempre são encontrados nos postos de informação turística. Além disso, as informações dos folhetos, apesar de claras e objetivas, são escritas apenas em Português, dificultando o entendimento dos turistas que não compreendem este idioma.

O projeto Quarteirão Jorge Amado inclui obras de recuperação total ou parcial dos casarões e praças, que nem sempre respeita as suas características originais. A rua

Jorge Amado, por exemplo, local onde se localiza parte dos bens patrimoniais, foi reformada e transformada em calçadão Jorge Amado, sendo interditada para a passagem de carros. Os prédios recuperados foram devolvidos à comunidade para desempenhar suas funções originais ou foram ressignificados, mudando-se as suas funções e dando-lhes novos usos. O que faz com que a formatação do Quarteirão seja importante do ponto de vista cultural, transformando-o em um lugar de memória, uma vez que pode contribuir para que a comunidade conheça a sua história através do monumento, contribuindo para a sua preservação e valorizando a cultura.

O Bar Vesúvio foi recentemente restaurado, conservando a sua função original de bar, acrescentando-se a função de restaurante onde são servidas comidas típicas da região. Já o Bataclan teve a sua fachada recentemente reformada. O seu interior, que estava em ruínas, foi reconstruído e recentemente inaugurado, foi ressignificado em um centro cultural, com dois salões destinados a eventos artísticos, sala de administração, loja de artesanato e café cibernético, para que todos possam visitar, se divertir e aprender no lugar.

Do ponto de vista econômico, a formatação do Quarteirão Jorge Amado é uma iniciativa criativa que pode alavancar o turismo cultural da cidade, atraindo o turista, aumentando a receita municipal, gerando emprego e renda para a população. Segundo o secretário de planejamento da cidade, o Quarteirão Jorge Amado é mais que um projeto arquitetônico, pois possui um enfoque que busca valorizar a cultura local, preservando a identidade cultural e, ao mesmo tempo, visa a fortalecer o turismo cultural e melhorar a economia, viabilizando investimentos para a geração de emprego e renda para a comunidade. Desta forma, o Quarteirão pode ser visto como um instrumento de desenvolvimento integrado.

Essa é uma importante iniciativa, visto que a manutenção do patrimônio, segundo Barretto (2000), faz parte de um processo que envolve a preservação e a recuperação da memória, graças à qual os povos mantêm sua identidade. Entretanto, parte da população de Ilhéus não tem conhecimento da localização do Quarteirão e não percebe o seu valor cultural, o que dificulta a sua valorização.

De acordo com Lucas (2003), quando os moradores locais, ao contrário do que acontece em Ilhéus, percebem o valor que os turistas atribuem àquilo que estão indo visitar, em algum aspecto de suas tradições ou paisagens, passam a olhar de maneira diferente aquilo que normalmente passaria despercebido. Assim, esses moradores

desenvolvem orgulho pelo patrimônio, preservam-no e desejam passá-lo para as gerações futuras.

A recuperação física do patrimônio é apenas o começo para que seja considerado um roteiro turístico de qualidade, capaz de desvendar a alma do lugar. A recuperação física é necessária, entretanto, não é suficiente para promover um circuito turístico em que seja operado de maneira sustentável. O que evidencia a pertinência de tomar medidas que dêem vida ao patrimônio, sinalizando aspectos da identidade cultural, fazendo a ligação entre literatura e a história.

Com base na observação *in loco*, verificou-se a ausência de técnicas interpretativas eficientes e de qualidade que dêem ao circuito um valor de significado. Portanto, o turista que visita o circuito, sem a presença de guias qualificados, encontrará poucas ou nenhuma informação a respeito do patrimônio e da história da cidade, devido a ausência de placas informativas e outros meios que tornem a comunicação prazerosa e eficaz. O único meio de interpretação do qual dispõe são os folhetos e mapas ilustrados impressos e distribuídos em postos de informações turísticas e alguns hotéis, pousadas e agências de turismo.

Um roteiro turístico cultural para obter sucesso e ser significativo precisa ser planejado, organizado, preparado e protegido. Em outras palavras, para que no Quarteirão Jorge Amado seja desenvolvido um turismo cultural sustentável é preciso que seja preparado para revelar o seu valor de significado, de forma que, seja passeando pelo Circuito Cravo ou pelo Canela, o turista poderá conhecer elementos culturais e a história da saga do cacau, dos migrantes e dos coronéis que foram tão importantes para a formação da identidade da região, como bem enfoca os folhetos de divulgação da cidade que dizem: “Ilhéus, viva essa história”. Entretanto, para que o turista realmente viva essa história é preciso que se desenvolvam atividades que valorizem a sua experiência, revelando a aura e a história do lugar.

As referências culturais traçadas nos romances amadianos dão ao turista-leitor a oportunidade de conhecer os monumentos focalizados na obra amadiana e, ao mesmo tempo, conhecer a história e a cultura que perpassam esses espaços físicos.

Pensando assim, a sugestão é que se aproveite a idéia do Quarteirão com base nas referências culturais apresentadas nos romances amadianos e a divisão dos circuitos, mas que sejam tomadas algumas iniciativas importantes para a valorização cultural do Quarteirão. Afinal a pesquisa demonstrou que para a formatação do Quarteirão Jorge



Amado, foram seguidos alguns procedimentos que compõem um planejamento interpretativo, como o levantamento do potencial, a gestão do patrimônio que envolve a preparação, proteção e manejo do patrimônio, e o *marketing* para promover e divulgar o atrativo. Entretanto, foi verificada a ausência da montagem da interpretação, que seria o planejamento de atividades que contribuam para a compreensão do significado do lugar.

Dentro deste planejamento ações seriam voltadas para as formas de manutenção, preservação e promoção do patrimônio e de seu entorno. Isto envolveria a limpeza pública, a restauração dos monumentos e as técnicas da interpretação como a sinalização adequada com placas informativas em cada patrimônio, material impresso de qualidade além de parceria com os comerciantes que deveriam relacionar nomes de seus estabelecimentos e produtos às obras de Jorge Amado e adequar suas fachadas à identidade do Quarteirão. As parcerias geram benefícios mútuos. Para os turistas seria interessante porque ficariam satisfeitos com a qualidade dos serviços prestados num ambiente limpo e bem interpretado. Com isso, os comerciantes e a cidade se beneficiariam, pois aumentaria o fluxo de turistas gerando emprego e renda.

Por fim, seriam criadas atividades que dessem “vida” ao Quarteirão. Trata-se, aqui, de se elaborar um planejamento interpretativo no qual poderia ser sugerida uma trilha, como estratégia de interpretação, que teria como tema a literatura amadiana e onde o turista seguiria os passos dos personagens amadianos e, ao mesmo tempo, desvendaria a história da saga do cacau e de sua importância para a formação da identidade da região.

É desta maneira que, talvez, o turismo da cidade de Ilhéus obtenha o sucesso esperado, pois, conforme Lage & Milone (2001) o turismo bem-sucedido depende de uma saudável e amigável bem informada comunidade com o compromisso de fazer a estadia do visitante agradável como a de um convidado à casa de um dos residentes. Isto inclui a educação do povo, aparência das ruas e das casas particulares, preços cobrados nas drogarias, lojas e demais estabelecimentos, além do conhecimento da comunidade a respeito de sua cultura e de como esta cultura é mostrada ao visitante. Daí, a necessidade de envolver a comunidade e de sensibilizá-la para a necessidade de conhecimento de sua história e das histórias contadas por Jorge Amado. Sem o seu apoio, os mais promissores projetos de desenvolvimento do turismo cultural (por mais que a cidade apresente um grande potencial turístico) são fadados ao fracasso (LUCAS, 2003).

#### 4. Considerações finais

A formatação do Quarteirão demonstra a grande influência da literatura na valorização da cidade, o que implica a necessidade de conhecer o valor social, literário e histórico dos romances amadianos para que a comunidade valorize a sua cultura e compreenda o valor cultural deste projeto. O que implica em políticas culturais que têm por base os vetores da educação e da mídia (Simões, 2003). O primeiro deles promove a cidadania cultural do indivíduo, gera uma interação entre os vários segmentos da comunidade, com saberes e experiências diferentes e desenvolve ações educativas de preservação do patrimônio. O vetor da mídia, quando utilizado de maneira original e autêntica, é um importante meio de promoção e divulgação de uma localidade, informando sobre questões locais, promovendo a sua valorização. No Quarteirão, entretanto, as imagens da cultura de Ilhéus não estão sendo aproveitadas e aquelas que são utilizadas pela mídia para promover o turismo da cidade estão, de certa forma, sendo banalizadas.

O Quarteirão Jorge Amado está sendo formatado e um dos seus objetivos é valorizar a cultura e a identidade do local. Para tanto, seria importante sensibilizar e informar a comunidade a respeito do valor cultural, social e histórico da obra de Jorge Amado. O vetor da educação juntamente com o vetor da mídia poderão contribuir neste aspecto. Afinal, é preciso conhecer para poder valorizar.

O mundo conhece Ilhéus através da obra de Jorge Amado. Os turistas visitam a cidade e querem entrar em contato com a população local e conhecer as histórias do lugar, porém, como já foi dito, a comunidade não tem como dar tais informações por falta de conhecimento.

Nessa perspectiva, o questionamento feito por Meneses se faz pertinente: o que fazer para evitar que o turismo crie alucinações culturais apenas para atender às solicitações externas de consumo? (MENESES, 1999). Se as pessoas tiverem maior conhecimento da história da cidade e dos romances amadianos, será mais fácil compreender a identidade local, principalmente aquela assentada nas relações de poder mais camufladas que ainda existem na sociedade ilheense, isto em decorrência do poder e da conseqüente decadência da monocultura do cacau. Afinal, “um povo conhecedor de sua cultura e de sua história é um povo que sabe perpetuar seus costumes, suas tradições, suas lendas. É um povo que aprende a preservar o patrimônio local porque reconhece um valor intrínseco” (PASSEIO..., 2000, p.7).

Diante da atual situação em que a população mal conhece as suas raízes, pode-se pensar em uma outra razão cultural para a formatação do Quarteirão Jorge Amado. O Quarteirão formatado, valorizado culturalmente com a ênfase nos mapas culturais aqui traçados, pode ser pensado como uma maneira de transformar o centro histórico de Ilhéus em um lugar de memória (NORA, 1993), realçando a história e fazendo com que a comunidade tenha na lembrança fatos e imagens do passado refletidos no patrimônio. Fatos que foram importantes para a configuração da identidade da região e que não fazem parte do conhecimento de boa parte da população. Sendo preciso transformá-lo em um lugar de memória, já que “os lugares de memória nascem e vivem do sentimento que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos, que é preciso manter aniversários, organizar celebrações, [...] porque essas operações não são naturais” (NORA, 1993). Portanto, é preciso que o Quarteirão seja um lugar de memória para que as pessoas conheçam e valorizem a sua história e afirmem a sua identidade.

## 5. Referências bibliográficas

- AMADO, J. *Gabriela, Cravo e Canela*. 79 ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- BARRETTO, M. *Turismo e Legado Cultural: as possibilidades do planejamento*. 2 ed. São Paulo: Papirus, 2000. Coleção Turismo.
- BENI, C. M. Política e estratégia regional-Planejamento integrado e sustentável do turismo. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas & MILONE, Paulo Cezar (Orgs). *Turismo: Teoria e Prática*. São Paulo: Atlas, 2000, p. 165-171.
- BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informações*. São Paulo: Futura, 1999.
- BHABHA, H. *O Local da Cultural*. Trad. Myriam Ávila et. al. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- CALVINO, I. *Seis propostas para o próximo milênio - Lições americanas*. Trad. Ivo Barroso. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- CANCLINI, N. G. *Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Ana R. Lessa & Heloísa P. Cintrão. 3 ed. São Paulo: Edusp, 1998.
- FRY, M. *A arte na era da máquina*. Trad. Thereza Martins Pinheiro. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- GARRETA, M. J. Cultura. In: *La Trama Cultural*. Buenos Aires: Ediciones Caligraf, 1999.
- GUATTARI, F. *As três ecologias*. Trad. Suely Rolnik. Campinas: Papirus, 2001.
- ISER, W. O Imaginário. In: *O Fictício e o Imaginário – Perspectiva de uma Antropologia Literária*. Trad. Johannes Kretschmer. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996, p. 209-302.
- LAGE, B. H. G. & MILONE, P. C. (Orgs.) *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.

LUCAS, S. M. de M. *Vale a pena preservar*-Turismo cultural e desenvolvimento sustentável, 2003 (Notas da autora em Oficina sobre Turismo e Patrimônio Cultural, realizada pela Universidade Estadual de Santa Cruz, em julho de 2003).

MARTIN, M. Sobre el necesario vínculo entre el patrimonio y la sociedad V. In: *Ciudad Virtual de Antropología Y Arqueología*, Ciberspacio, 2001. Disponível em <http://www.naya.org.ar>. Acesso 01 de novembro de 2001.

MENESES, U. T. B. Os “usos culturais” da cultura. Contribuições para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. In: YASIGI, E., CARLOS, A. F. A. & CRUZ, R. C. A. (Orgs.) *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1999, p. 88-99.

MOESCH, M. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2000.

MOLLETA, V. F. & GOIDANICH, K. L. *Turismo Cultural*. 3 ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2001.

MURTA, S. M. & ALBANO, C. (orgs). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.

MURTA, S. M. & GOODEY, B. *Interpretação do Patrimônio para o Turismo sustentado: um guia*. Belo Horizonte: SEBRAE (MG), 1995.

NORA, P. Entre memória e História: a problemática dos lugares. Trad. Yara Aun Khoury. In: *Projeto História*, n. 10, São Paulo: PUC-SP, 1993, p. 07-28.

PASSEIO histórico para estudantes. *Pauta*, junho/2001, nº 1, p.07.

SIMÕES, M. de L. N. De Leitor a turista na Ilhéus de Jorge Amado. In: *Revista Brasileira de Literatura Comparada*, Rio de Janeiro: Abralic, 2002.

\_\_\_\_\_. *As razões do Imaginário*. Salvador: FCJA/Editus, 1998.

SANTOS, J. L. dos. *O que é cultura?* São Paulo: Brasiliense, 1994 (Coleção Primeiros Passos).

SWARBROOKE, J. *Turismo Sustentável - turismo cultural, ecoturismo e ética*. Trad. Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2000.