

# SUMÁRIO



<b>INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>CAPÍTULO I: FESTA, IDENTIDADE E TURISMO</b>	
<b>Carnaval e Festa</b> .....	23
História e significado do carnaval .....	24
Carnaval no Brasil e na Bahia .....	30
<b>Carnaval e Identidade</b> .....	38
O diferente, o múltiplo, o mutável .....	39
Tradição inventada .....	43
<b>Carnaval e Turismo</b> .....	46
Cultura e Turismo: conseqüências dessa relação .....	47
Símbolos do carnaval .....	55
<b>CAPÍTULO II: A FORMAÇÃO DE ILHÉUS E DO SEU CARNAVAL</b>	
<b>História da cidade</b> .....	65
Aspectos socioeconômicos .....	66
Aproximações literárias .....	73
<b>Transformações do Carnaval ilheense</b> .....	81
Depois do trio elétrico .....	83
O atual Carnaval .....	91
<b>CAPÍTULO III: SUGESTÕES PARA O CARNAVAL DE ILHÉUS</b>	
<b>Tecnologia e trânsito</b> .....	103
A mídia e os efeitos sobre o Carnaval de Ilhéus .....	106
O que foi visto e dito do Carnaval de Ilhéus .....	112
<b>A necessária sustentabilidade</b> .....	126
Para um Planejamento Sustentável do Turismo Ilheense .....	128
Para um Planejamento Sustentável do Carnaval de Ilhéus .....	133
<b>CONCLUSÃO</b> .....	143
<b>REFERÊNCIAS</b>	
<b>Bibliográficas</b> .....	153
<b>Jornalísticas</b> .....	161
<b>Eletrônicas</b> .....	162
<b>Depoimentos</b> .....	164
<b>ANEXOS</b> .....	167

## Capítulo III

# Sugestões para o Carnaval de Ilhéus

Mudar o futuro depende de  
como se pensa o presente.

*Hebert de Souza*

---

As cores murcham, os palácios caem,  
os impérios desintegram-se.  
Só as palavras sábias permanecem.

*Edward Thornlike*

---



## TECNOLOGIA E TRÂNSITO

Sabendo-se que a sociedade, nos dias atuais, configura-se numa perspectiva pós-industrial e que a informação midiática possui lugar de destaque neste contexto, toma-se a televisão como principal meio de divulgação e indicadora de escolhas de consumo, sendo ela mesma um dos objetos de consumo mais difundidos no mundo pós-moderno.

Dentro desta discussão, o turismo é visto como um dos ramos da economia que mais se beneficia desses avanços tecnológicos, pois faz com que cada vez mais pessoas conheçam lugares variados e distantes. No entanto, esse mesmo meio midiático também pode proporcionar aos lugares visitados conseqüências negativas, e exemplo da superlotação não planejada (Figura 41), que, por sua vez, influencia no aumento de preços e na escassez de infra-estrutura básica de atendimento às necessidades tanto da comunidade local como dos visitantes. Assim sendo, a cultura do lugar sofrerá interferências agudas, tornando-se cada vez mais difícil a sua recuperação ou sustentação dos costumes locais.

Mais do que nunca, uma localidade, por mais remota que pareça ser, estando



**Figura 41:** Público de massa no Ilhéus Folia.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

acessível através dos meios de comunicação, será conhecida em todo o mundo, por um número cada vez maior de pessoas. Culturas específicas de um determinado lugar, comportamentos até então desconhecidos tornam-se mais próximos, dentro da perspectiva espaço-temporal. O constante trânsito entre tempo e espaço, que, atualmente, se dá de maneira mais rápida e cômoda, faz com que as pessoas se desloquem com mais facilidade, proporcionando mudanças de comportamento e o surgimento de novas culturas, derivadas, por vezes, do intercâmbio entre seus vários segmentos.

A era em vigência, hoje, conhecida também como Globalismo, modifica comportamentos sociais, amplia condições de crescimento econômico, transforma ou fossiliza culturas, une distâncias geográficas

e temporais, já que

desafia, rompe, subordina, mutila, destrói ou recria outras formas sociais de vida e trabalho, compreendendo modos de ser, pensar, agir, sentir e imaginar. [...] A partir da eletrônica, compreendendo a telecomunicação, o computador, o fax e outros meios, o mundo dos negócios agilizou-se em uma escala desconhecida anteriormente, desterritorializando coisas, gentes e idéias (IANNI, 1996, p. 14).

Caracterizando-se também como um fator de risco, o Globalismo apresenta diversos aspectos de intervenção nas identidades das comunidades influenciadas por ele, pois “envolve problemas culturais, religiosos, lingüísticos e raciais, simultaneamente sociais, econômicos e políticos. Emergem xenofobias, etnocentrismos, racismos, fundamentalismos, radicalismos, violências” (idem, p. 25). Pode acontecer, por exemplo, de o visitante colocar-se numa posição hierarquicamente melhor que a da comunidade visitada, por fatores econômicos, religiosos ou até de escolaridade, causando uma sensação de menosprezo e tornando a atividade turística prejudicial aos moradores locais.

Como ocorre com diversos produtos do mercado, o turismo encontra-se subordinado às tecnologias modernas no que se

refere ao número de opções que existe para ser visitado e à segmentação do público visitante. Atualmente, a indústria coloca nos mercados produtos cada vez mais numerosos, diversificados, em pequenas séries, elas próprias diversificadas pela multiplicação das “opções”. As mudanças tecnológicas nos *media* favorecem a multiplicação de públicos singularizados ao extremo (WARNIER, 2000).

Depreende-se, assim, que uma determinada localidade que, tradicionalmente, atraía um grande número de visitantes, pode - com a diversificação que a indústria do turismo proporciona e mediada pelas telecomunicações - perder seus turistas costumeiros, que estariam visitando outros lugares, novas opções menos popularizadas. Por outro lado, também por influência da mídia, uma localidade pode superlotar, comprometendo a sua capacidade de carga.

Sendo a cultura uma característica intrinsecamente humana, bem como as escolhas que o ser humano faz, no turismo, isso se evidencia ainda mais, pois “o traço fundamental é a opção, a escolha, a seleção, a possibilidade de mudanças que criam novas condições de escolha - e, por isso mesmo, a variedade e a heterogeneidade” (MENEZES, 1999, p. 90). É essa possibilidade de opção que faz com que um determinado

lugar se configure naturalmente como dotado de potencialidade turística, mas não esquecendo que essa opção pode ter sido primeiramente influenciada pela mídia.

Todos esses fenômenos que, de alguma maneira, demonstram a transitoriedade que os avanços tecnológicos proporcionam a uma comunidade, influenciam numa nova aceção sobre o tempo, que passa a ter uma significação que contribui para a intensificação do efêmero. Dentro dessa discussão, Domenico De Masi (2000, p. 138) analisa a rapidez enquanto indicador de uma das principais características dos tempos pós-modernos, afirmando que “vivemos numa cidade, trabalhamos em outra e tiramos férias numa terceira, atingindo cada uma delas num piscar de olhos.” O autor ainda critica o sedentarismo e incentiva o ócio criativo, exemplificando que “livros sobre viagens tiveram enorme sucesso, [...] devido justamente à capacidade de dar ao leitor, sedentário, a ilusão de acompanhar viajantes com a própria imaginação” (idem, p. 156). Assim, o ideal seria o deslocamento, já que “mudar de lugar estimula a criatividade, até mesmo quando os lugares visitados não são muito diferentes daqueles com que estamos acostumados” (ibidem). É esse fator que faz com que um morador de uma cidade que possui uma praia agra-

dável procure conhecer uma outra praia; um folião acostumado com o carnaval de sua cidade procure brincar num carnaval em outro lugar.

Ainda considerando a cultura enquanto um conjunto de identidades em trânsito, analisa-se o percurso histórico por que passou a sua significação, percebendo-se que, na fase do pós-industrialismo, “a ciência positiva impera na vida pública e na vida particular, com o limite entre ambas sendo dissolvido, enquanto a tecnologia informática invade a privacidade e, afirma-se, impera soberana [...] por meio dos seus efeitos benéficos” (ARCHER, 1990, p. 121). Depois disso, surgiu no curso da história o período cohecido como Terceira Onda, que caracteriza-se enquanto a “união entre a computação e as telecomunicações [...] e representa nada mais do que o segundo grande divisor na história humana” (TOFFLER, apud idem, p. 120). Vê-se, então, que a cultura de um povo acompanha as mudanças por que passam os aparatos tecnológicos utilizados por elas. Se a humanidade, hoje, aprendeu a conviver com a informática e a depender dela, tal aspecto causa importantes influências na constituição de suas identidades culturais. A veiculação da mídia, inclusive, que se utiliza constantemente dos recursos da informá-

tica, causa efeitos bastante impactantes no cotidiano de um lugar, influenciando, também, nas preferências turísticas.

## A mídia e os efeitos sobre o Carnaval de Ilhéus

Por conta do poder de influência que a era da comunicação pode causar na sociedade atual, a localidade que possui potencial turístico ou que já atue neste ramo econômico deve atentar para a observação dos benefícios e dos malefícios que a atividade pode trazer. Uma das principais ações de sustentabilidade (que deve ser atendida em primeiro lugar) é a participação ativa da comunidade local na tomada de decisões em relação à organização e ao planejamento do turismo. Mas tal atitude torna-se cada vez mais utópica quando se observa a realidade da sociedade atual dentro das discussões políticas (SIMÕES, 2003). A exemplo disso, conforme mostram os estudos de Beatriz Sarlo, as “sociedades estão cada vez mais informatizadas e comunicadas, do ponto de vista técnico, mas algumas questões essenciais parecem cada vez mais opacas: as decisões, então, ficam a cargo dos especialistas e seus padrões políticos” (SARLO, 1997, p. 178).

Não é difícil provar que um dos meios de comunicação de massa com maior penetração no público seja a televisão, já que a observação do cotidiano das pessoas confirma tal hipótese. Desse modo, sua influência no comportamento dos telespectadores, de um modo geral, se inicia de forma rápida e se torna permanente em algumas comunidades. Na verdade, a televisão parece ter o poder de moldar comportamentos. Em concordância com essa assertiva, Gumbrecht afirma que “se temia [...] que, com a difusão do consumo televisivo, a *esfera de privacidade familiar* fosse destruída” (GUMBRECHT, 1998, p. 263). O ideal seria, então, que as pessoas soubessem distinguir o que aparece na televisão do que ocorre na realidade. Mas não é o que se observa, já que, “*oposições fundamentais*, como ‘ficcional/referencial’ ou ‘original/cópia’, *perderam seu estatuto*” (idem, p. 272).

Cabe, desse modo, aos gestores do turismo planejar com cuidado a forma com que a localidade aparece no meio midiático de um modo geral, já que uma interpretação equivocada pode trazer ao lugar, por exemplo, um público indesejado.

Em contraponto a todos os malefícios que a era da comunicação pode trazer a uma determinada localidade, há também alguns benefícios que podem ser notados

tanto no âmbito econômico, como na esfera cultural. A evolução por que passam as comunidades locais constantemente faz com que se crie um novo tipo de sociedade, “provocada por imagens televisivas, navegação eletrônica ou trânsito de pessoas, dentre outros fatores que, de certo modo, valorizam, no mesmo movimento do tempo/espaço, as culturas locais e as diferenças culturais (étnicas, regionais, de nação, etc.)” (FEATHERSTONE, apud SIMÕES, 2000, p. 01).

O turismo se configura como um dos principais aspectos que se beneficiam desse novo comportamento midiático que a sociedade assume. Hoje, “os acontecimentos são acelerados e as distâncias encurtadas através das imagens televisivas, da navegação eletrônica, do trânsito de pessoas, rompendo limites e fronteiras de tempo e espaço” (SIMÕES, 2001, p. 01). Sendo o turismo um dos maiores motivadores do deslocamento das pessoas em busca de lazer, sua execução provoca um constante intercâmbio entre diferentes e inúmeras culturas, além de aumentar uma considerável parcela da economia do local visitado, já que “a atividade turística vem se configurando cada vez mais como uma atividade que, por um lado, oferece oportunidades de empregos e é vendida como mercadoria;

por outro, suscita as diferenças culturais” (ibidem).

A evolução dos meios de comunicação também pode ser considerada como um fator de desenvolvimento local, em diversos aspectos. No entanto, é errôneo achar que desenvolvimento implica apenas no crescimento da economia do lugar, como atenta Marcelo Souza, afirmando que o desenvolvimento “deve designar um processo de superação de problemas sociais, em cujo âmbito uma sociedade se torna, para seus membros, mais justa e legítima” (SOUZA, 2000, p. 18). Assim, o planejamento de uma festa como atração turística não deve ter como principal objetivo a arrecadação de capital para o local, mas, principalmente, os benefícios que a interação entre a cultura local e as culturas externas podem trazer.

Um exemplo de má escolha dos objetivos a serem alcançados a partir do turismo se dá quando os gestores tentam museificar um determinado grupo na comunidade, fazendo com que permaneçam com o mesmo comportamento, as mesmas vestimentas, a mesma culinária, para que se tornem uma atração turística. Para Benevides, é necessário que sejam extintas

as equivocadas interpretações antropológicas sobre identidades/descharacteri-

zação culturais, que tendem a ter uma compreensão fossilizada de uma suposta autenticidade cultural, presa a um passado que quanto mais for pré-capitalista mais legitimidade terá, e desse modo não consideram devidamente as relações funcionais e dinâmicas que as representações e as produções culturais têm com os seus contextos materiais (BENEVIDES, 2000, p. 28).

Do mesmo modo que a mídia pode funcionar como impulsionadora do turismo em determinado local, ela mesma pode ser usada como forma de afastar turistas indesejados ou diminuir o seu fluxo. Tal estratégia pode ser executada a partir da utilização do recurso sugerido por Swarbrooke, o *antimarketing*, que pode

desestimular os turistas a visitar eventos tradicionais em datas específicas para evitar que a população local, durante a celebração de uma festividade [...] esteja sujeita a receber uma enxurrada de turistas insensíveis ao significado [...] da festividade (SWARBROOK, 2000, p. 45).

Um outro meio de comunicação em expansão na atualidade é o computador, que é principalmente utilizado através do recurso da Internet, que se configura, hoje, como um dos mais efetivos veículos midiáticos, pois proporciona ao usuário uma

dimensão mundial, ou seja, a partir dela, o local pode tornar-se global e vice-versa. A Internet proporciona mais liberdade de ações do que a televisão, visto que seu usuário escolhe o itinerário a ser seguido. Tal fator faz com que algumas pessoas costumem se utilizar do computador para fazer possíveis viagens virtuais, objetivando conhecer lugares distantes. Esse comportamento é louvável no que se refere à diminuição do tempo e do espaço em relação à viagem real. No entanto, a sensação de estar presente no lugar visitado através da tela do computador é indescritível, já que sensações como o olfato e o tato tornam-se impossíveis de ser estimuladas através deste meio de comunicação.

O carnaval, que reúne diversas camadas socioeconômicas, culturas variadas, identidades diversas, possui lugar de destaque na mídia, atualmente, pois configura-se também como uma das principais motivações do deslocamento de pessoas para locais como a cidade de Ilhéus.

As diversas identidades culturais que se sobressaem no carnaval podem traduzir uma visão deturpada da cultura do lugar. Um visitante pode achar que aqueles elementos que aparecem na mídia como identificadores de uma localidade sejam realmente característicos daquela comunidade.

de. No entanto, a própria camada da sociedade que influencia a mídia pode ter feito suas escolhas e buscado mostrar apenas os aspectos que lhe interessem. O perigo de uma interpretação errônea se dá também pelo fato de que, “no vazio de uma sociedade que encomenda arte aos especialistas e tranca artistas em guetos esnobes ou faixas de mercado especializadas, os meios audiovisuais apresentam uma versão paródica das humanidades e da arte” (SARLO, 1997b, p. 180).

No caso de Ilhéus, a exemplo do carnaval em localidades de médio porte da Bahia, a mídia teve grande influência quando existia o carnaval antecipado, o Ilhéus Folia. Essa festa ocorria, inicialmente, cerca de um mês antes da data oficial, o que fez com que atraísse um grande público, pessoas que podiam participar do Carnaval de Ilhéus antes mesmo de acontecer o carnaval oficial. Com o passar do tempo, essas pessoas perderam o interesse por esse carnaval, as atrações e a formatação da festa foram modificadas e, do mesmo modo que a mídia ajudou a trazer um público de massa, contribuiu para que esse público diminuísse. Foi o que aconteceu em 2002, quando o carnaval foi transferido para uma data posterior, mais próxima ao final do ano.

Um dos impactos causados durante a existência do Ilhéus Folia ocorreu pelo fato de que os Blocos Afro deixaram de ser subsidiados pelo Prefeitura Municipal de Ilhéus, que voltou suas atenções aos blocos de abadás, fazendo com que a maioria dos outros blocos deixasse de participar da festa.

Numa tentativa de amenizar a sazonalidade ou de distribuir melhor o foco turístico entre as cidades, a maioria dos lugares, como Ilhéus o fez, passou a organizar o carnaval em data diferente da do carnaval oficial. No entanto, o mês de fevereiro ocasiona maior fluxo turístico por ocorrer durante as férias da maioria das pessoas. Assim, a estratégia de mudança de data do carnaval pode não se constituir uma boa escolha e a mídia, mais especificamente a televisão, é o veículo que melhor pode ser utilizado para influenciar na atração de visitantes nessa época.

Em contraponto à época em que ocorreu o Ilhéus Folia, o surgimento do “Carnaval Cultural de Ilhéus” apresentava características diferentes, inclusive no teor das propagandas comerciais transmitidas no período. Mas, como já referido, essa festa evidenciava não apenas elementos considerados tradicionais para a comunidade, pois outra gama de componentes participantes se inseriu ao carnaval, como

os Blocos Afro. Esse tipo de manifestação popular afro-descendente, por ter se tornado um novo tipo de atração turística, constituiu-se uma atração à parte no Carnaval de Ilhéus. Outra vez a mídia assumiu, então, influências sobre a festividade, já que sempre veiculou a idéia de que esse carnaval deixa de ser mais adequado a um público em massa, para ser observado e participado por um número menor de pessoas.

Com o crescimento do turismo cultural e com o auxílio das influências trazidas pela popularização dos meios de comunicação, a cultura mais propriamente da comunidade negra assume um papel mais valorizado. Esse fato confirma a idéia de Sarlo quando assegura que “os detalhes lutam pela presentificação do passado para tornar presentes os valores que, nesse passado, foram atacados por uns e defendidos por outros” (1997b, p. 42). Assim, comportamentos não valorizados no passado, hoje são exaltados pela comunidade externa e pelos gestores locais, já que se encontram numa posição privilegiada para a atividade do turismo e são transmitidos na mídia como uma das principais atrações do local.

No “Carnaval Cultural”, com a formação que possuía nos anos de oposição ao

Ilhéus Folia, não era interessante que viessem turistas muito jovens, que possuíssem mais afinidade com festas de população em massa, com trios elétricos e bandas de axé e pagode. A festa tornar-se-ia mais atrativa e estimulante para pessoas que se interessassem por um carnaval mais tradicional, que valorizassem a presença das fantasias (Figura 42) nas ruas e esperassem ouvir canções carnavalescas antigas. Esse tipo de carnaval, porém, não contribuiu para atingir os objetivos dos órgãos gestores de atrair um número maior de turistas, pois o público participante do Carnaval Cultural foi considerado pequeno.



**Figura 42:** Fantasiado, Pedro Mattos, no bloco Pavão Parêntela Paraíso, em 2002.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

Hoje, porém, o Carnaval de Ilhéus procura unir as características do Ilhéus Folia e do “Carnaval Cultural”, mesmo ainda intitulado “Carnaval Cultural de Ilhéus”. Há, atualmente, a presença dos elementos tecnológicos, como os trios elétricos (Figura 43), e dos elementos tradicionais, como as fanfarras. O que se faz necessário, no entanto, é que todas as características do Carnaval de Ilhéus apareçam na mídia como realmente são, para que o público visitante tenha consciência do que encontrará, ao conhecer a cidade, evitando descontentamento e críticas posteriores. É evidente que o fator surpresa também pode proporcionar uma sensação agradável ao turista. Porém, pelo menos para aqueles que se sentem curiosos em saber das características



**Figura 43:** Braga Boys, atração de trio elétrico no atual carnaval, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Mary.

do lugar que pretendem visitar, os meios de divulgação precisam traduzir um pouco da realidade do lugar.

Assim sendo, já que o Carnaval de Ilhéus possui características peculiares, esse aspecto deve ser focado enquanto fator de atratividade turística do local pela mídia. Sabendo-se que uma das tendências do turismo atual se dá pelo conhecimento e pela vivência de culturas peculiares, tal característica pode atrair um público ideal, ou seja, pessoas que gostem desse tipo de festividade e que visitem a cidade sabendo como a festividade é. Para que isso ocorra, é justamente a mídia que deve ser usada como veículo de comunicação entre os gestores da festa e os visitantes. Aproveitando o crescimento dos meios de comunicação, a organização da festa precisa usar como ação inicial a criação de propagandas comerciais direcionadas a um público específico, definido a partir do conhecimento das preferências do turista em potencial no que se refere à idade, classe econômica e escolaridade.

Atentando para tais preocupações, o carnaval tornar-se-ia uma festa que satisfaria à necessidade de lazer tanto da comunidade participante (que se enobrece com a presença do visitante que valoriza sua cultura), quanto do turista (que passa a rela-

cionar-se com uma nova cultura). A mídia, principalmente através dos veículos como a televisão e a Internet, então, funcionaria enquanto importante aliado para a atividade turística de Ilhéus, bem como influenciadora na interpretação das características de seu carnaval.

## O que foi visto e dito no Carnaval de Ilhéus - análise dos dados

Algumas das informações recolhidas sobre a presença dos turistas em Ilhéus foram adquiridas a partir de dados fornecidos pela Bahiatursa e Ilhéustur, que permitiram observar as épocas em que a cidade é mais procurada, as principais motivações, o perfil do turista e a avaliação feita com turistas e com a comunidade local sobre o carnaval.

Dentre os dados recolhidos, alguns demonstram que o perfil do turista que visita Ilhéus não está necessariamente relacionado às manifestações populares da cidade, como o carnaval. Para tal, foi observado que o mês em que Ilhéus recebe o maior número de turistas é janeiro. Já em fevereiro, mês em que ocorre o carnaval, este fluxo diminui consideravelmente. Além desse dado, vale ressaltar que o passeio e a

visita são os principais motivos da viagem, demonstrando que, especificamente para o carnaval, existe um número bastante reduzido de pessoas que vão até Ilhéus. Chama a atenção, também, o fato de que o principal item decisório para a escolha do passeio são os atrativos naturais, subentendendo-se que o turismo cultural ainda não se configura como atividade turística amplamente difundida entre os que visitam Ilhéus. Os comentários de amigos e parentes, além da propaganda, funcionaram como principal fator de influência na decisão da visita por parte da maioria dos entrevistados. Em virtude mesmo do tipo de interesse que os turistas possuem em relação a Ilhéus, numa avaliação feita acerca dos principais atrativos relacionados a essa cidade, uma parcela maior de pessoas que participou da pesquisa não conhecia ou não sabia avaliar as manifestações populares, e apenas 5 % consideraram ótimos estes atrativos ilheenses.

Quanto à programação da festa, as entrevistas indicaram que alguns dos elementos que a compõem precisam ser melhorados nos próximos carnavais. É importante lembrar que, nesta pesquisa de opinião pública específica do carnaval, mais de 50% dos entrevistados eram moradores de Ilhéus. Em relação ao desfile dos Blocos Afro, dentre as pessoas que o assistiram, a

maioria reside em Ilhéus ou em outras cidades da Bahia, mostrando que as pessoas de outros Estados, apesar de demonstrarem algum interesse em entrar em contato com a cultura local, não participam das atividades carnavalescas mais propriamente relacionadas à comunidade ilheense. As motivações para tal fato podem ser atribuídas tanto ao desconhecimento, quanto à impossibilidade de acesso e incompatibilidade de horários.

Como fator que pode ser considerado positivo para o turismo cultural e a valorização da cultura local durante as festas carnavalescas ilheenses está o fato de mais da metade das pessoas entrevistadas possuírem grau de escolaridade em nível superior, o que denota maior conhecimento das culturas diversas. Outro dado que influencia na interpretação sobre a festa é que a idade média das pessoas entrevistadas é de 39 anos, fase em que o interesse em conhecer diferentes comunidades se dá de maneira mais freqüente e intensa. No que se refere ao lugar de origem dos turistas, uma grande quantidade dos entrevistados partiu de outras localidades da Bahia, sendo possível interpretar este dado como uma evidência de que estas pessoas já possuem algum conhecimento acerca da cultura ilheense, interessando-se por ela.

A pesquisa de campo realizada nos últimos carnavais ocorridos em Ilhéus permitiu

que se fizesse uma análise do conteúdo da propaganda existente sobre a festa, das entrevistas coletadas e dos fatos observados *in loco*, na Avenida Soares Lopes (Figura 44).



**Figura 44:** Avenida Soares Lopes, com o Circo Foliás da Gabriela.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

O que pôde ser constatado em relação à propaganda de formatação impressa encontrada nos órgãos de gestão do turismo da cidade é que os folhetos que tratam da atividade turística de Ilhéus de modo mais abrangente não priorizam as atrações culturais e as festividades tradicionais, como o “Carnaval Cultural”. A maioria do material coletado contém apenas uma pequena refe-

rência à festa ou não se refere a ela<sup>1</sup>. Mas é importante salientar que os textos que tratam do carnaval sempre mencionam a cultura afro-descendente como elemento de importante participação durante a festa.

Para exemplificar, um dos folhetos analisados, com o título “Ilhéus: Vejo você na terra de Jorge Amado”, traz no seu texto que o “Carnaval Cultural” possui a genuína expressão da cultura afro-baiana. Porém, a referência é passageira e sem maior ênfase<sup>2</sup>. Outro *folder*, o “Mapa Turístico Ilhéus de Ponta a Ponto”, anuncia a data em que ocorre a festa e as principais atrações, como Baby do Brasil, Pepeu Gomes (Figura 45), Edson Gomes e Olodum. Neste, o anúncio se encontra sob o título “Festas Tradicionais”, o que faz com que se crie um maior destaque para o evento.<sup>3</sup>



**Figura 45:** Pepeu Gomes no Carnaval de Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

Num outro bloco de folhetos mais específicos, a festa ocupa maior espaço, como na “Programação Verão Cravo e Canela”,



**Figura 46:** Mascarado no Carnaval de Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheus.com.br](http://www.ilheus.com.br).

**Foto:** Jackson.

---

<sup>1</sup> Um deles, “Ilhéus - Bahia”, produzido pela EM-CAMTUR, Empresa de Câmbio e Turismo Ltda, possui diversas fotografias, mas o texto refere-se apenas aos locais que podem ser visitados (Vide Anexo).

<sup>2</sup> Produzido pela Ilhéustur, Empresa Municipal de Turismo. Participação da EMBRATUR, Ministério do Esporte e Turismo, Governo Federal, Prefeitura de Ilhéus, Bahiatursa, Governo da Bahia: Secretaria da Cultura e Turismo (Vide Anexo).

<sup>3</sup> Produzido pela Axioma Comunicação (Vide Anexo).

em que o subtítulo “Carnaval Cultural no Planeta Amado” refere-se aos blocos afro, de sujos, cordões, mascarados (Figura 46) e palcos, além de trios elétricos e o baile no Circo Folias da Gabriela.

O texto também define os horários das principais atrações<sup>4</sup>. O único folheto encontrado que trata exclusivamente do carnaval possui o subtítulo “Carnaval Cultural na Terra de Jorge Amado”, com gravuras ilustrando a Avenida Soares Lopes, onde acontece a festa, e fotos de fantasiados e blocos dos carnavais anteriores. Traz também as atrações de trios elétricos e palcos e anuncia o resgate das tradições, citando, entre outros, blocos de arrasto, bailes da saudade e infantil, músicas antigas, marchas, samba, axé (Figura 47), pagode (Figura 48) e *reggae*. A programação encontrada neste folheto é anunciada dia a dia, contendo as atrações e os horários<sup>5</sup>.

Em outros meios de comunicação pesquisados, como Internet, televisão e *outdoors*, a propaganda menciona o “Carnaval



**Figura 47:** Margareth Menezes, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Jackson



**Figura 48:** Banda de pagode, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Mary.

<sup>4</sup> Produzido pela Ilhéustur, PMI e Fundação Cultural de Ilhéus. Refere-se ao Carnaval de 2002 (Vide Anexo)

<sup>5</sup> Produzido pela Ilhéustur, PMI e Fundação Cultural de Ilhéus. Refere-se ao Carnaval de 2002 (Vide Anexo)

Cultural de Ilhéus” de forma mais segmentada. O site oficial do órgão de turismo da cidade possui um texto sobre o carnaval incluindo o local, as atrações e os horários,

informações estas localizadas no *link* cultura<sup>6</sup>. Além deste, vários outros *sites* se referem à festa, o que faz com que se confirme a classificação da Internet enquanto um dos principais e mais dinâmicos meios de informação acerca da festa. Os *out-doors* observados, localizados nas principais avenidas de Ilhéus, não apresentam fotografias, mas o texto contém a programação da festa de forma mais clara, listando as atrações<sup>7</sup>. Na televisão, as imagens mostram os carnavais anteriores, dando uma idéia mais clara da formatação da festa, falando da participação dos blocos “As Gabrielas” (Figura 49), “Afro”, “da Melhor Idade”, “Caretas”, trios elétricos e outros, além de exibir imagens dos mesmos.<sup>8</sup>

As entrevistas feitas obedeceram a um critério de seleção que priorizou os segmentos dos turistas, participantes locais e organizadores do evento. Os assuntos focados durante as gravações foram, além dos dados pessoais, a motivação da viagem, no caso dos turistas; a opinião acerca das



**Figura 49:** Bloco das Gabrielas, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Jackson.

manifestações populares ilheenses, como o “Carnaval Cultural”; equipamentos e serviços relacionados à festa; aspectos que agradaram e desagradaram; além de sugestões para os próximos carnavais.

Dentre as informações coletadas, pôde-se perceber que a maioria dos entrevistados não forma conhecimento do Carnaval de Ilhéus através da propaganda comercial que circula sobre o mesmo, mas sim através de informações de familiares e amigos. Em um dos casos, a pessoa entrevistada ficou sabendo da existência da festa já a caminho da cidade, através de uma das emissoras de radio-difusão local que anunciava o carnaval.

A avaliação geral feita por turistas sobre os carnavais de Ilhéus mostra que as opiniões variam entre considerá-lo razoável

<sup>6</sup> Disponível em: [http://www.ilheus.com.br/prog\\_verao.htm](http://www.ilheus.com.br/prog_verao.htm). Acesso em 26 maio 2003.

<sup>7</sup> Um deles estava localizado na Avenida Itabuna, em Ilhéus, e se referia ao Carnaval de 2003.

<sup>8</sup> Transmitido pela TV Santa Cruz, observado em 03 de fev. de 2003.

e ótimo. No entanto, dentre as sugestões, sempre são apontadas uma melhor divulgação e mais segurança em pontos e horários estratégicos, como pode ser percebido nas declarações da carioca Fernanda<sup>9</sup>, que relata que não sabia que estava acontecendo o carnaval em Ilhéus, ouviu pelo rádio, quando estava chegando e, ao ser questionada sobre o que achou da formatação da festa, a entrevistada acrescentou que considera interessante esse tipo de carnaval, em que as raízes da nossa cultura são evidenciadas.

Vale salientar que todos os entrevistados se referiram aos blocos afro, mesmo os que não assistiram aos desfiles, e consideraram a presença dos trios elétricos fundamental para que a festa seja animada, como afirma Wilton,<sup>10</sup> para quem o trio elétrico é muito importante para dar calor e animar o carnaval (Figura 50). Por outro lado, quando o turista pertence a uma faixa etária maior, o que mais chama sua atenção são as fanfarras e os blocos fantasiados, lembrando os antigos carnavais que, segundo

Joana Maria<sup>11</sup>, são os carnavais com *pierrrot*, colombina, bandas tocando saxofone, blocos de crianças, senhoras da terceira idade, sendo muito interessante.

Dentre os participantes locais, foi percebido que o destaque maior é dado à presença dos blocos afro, suscitando a interpretação de que a comunidade ilheense



**Figura 50:** Nairê. Banda de trio elétrico no carnaval, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheus.com.br](http://www.ilheus.com.br).

**Foto:** Jackson.

---

<sup>9</sup> Entrevista feita durante o Carnaval de 2002, em Ilhéus, na Avenida Soares Lopes. Fernanda tem 22 anos, veio do Rio de Janeiro com familiares e é estudante.

<sup>10</sup> Wilton tem 28 anos, é Cabo da Marinha e veio do Rio de Janeiro para visitar a família durante as férias.

---

<sup>11</sup> Joana Maria tem 55 anos, é professora e Diretora no Ensino Fundamental, residente em Buerarema.

coloca esse grupo cultural como um importante representante da identidade e da história da cidade. Além dos foliões que assistem aos desfiles dos blocos afro, dentre os entrevistados estão dirigentes e instrumentistas desses blocos. Uma das participantes, Noeli<sup>12</sup>, refere-se ao turista como um dos elementos fundamentais para a apresentação dos blocos, pois os integrantes dos blocos gostam que o turista esteja na avenida durante o desfile, para ver a apresentação. Mas deve haver mais propaganda sobre esses blocos, porque muitas pessoas só ficam sabendo no momento do desfile, sem compreender o que são aqueles grupos, porque vestem aquela roupa ou tocam aquele instrumento.

Já os dirigentes dos blocos afro dão maior destaque à organização do desfile, ao trabalho social que os blocos fazem antes e depois do carnaval, aos temas escolhidos para cada ano e aos participantes dos blocos que, segundo Osmar<sup>13</sup>, presidente de um dos Blocos, são pessoas de todas as idades e de todas as partes, inclusive estrangeiros,

mas a maioria é de baixa renda. O bloco Dilazenze (Figura 51) é bastante flexível, exigindo apenas que o participante conheça seus objetivos. O tema das fantasias e do enredo de cada ano é escolhido a partir de um planejamento feito em grupo.



**Figura 51:** Dilazenze, pentacampeão do carnaval de Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Ed Ferreira.

As pessoas que residem nos bairros de menor concentração monetária de Ilhéus possuem lugar de destaque nos blocos afro, como afirma Marcos Antônio<sup>14</sup>, presidente do Bloco Raízes Negras, afirmando que os

---

<sup>12</sup> Noeli tem 20 anos, é instrumentista do Bloco dos Pauzinhos e reside em Ilhéus.

<sup>13</sup> Osmar é presidente do Bloco Afro Dilazenze. Entrevista concedida em fevereiro de 2003, no Memorial da Cultura Negra, Ilhéus.

---

<sup>14</sup> Marcos Antônio é presidente do Bloco Afro Raízes Negras. Entrevista concedida em fevereiro de 2003, no Memorial da Cultura Negra, Ilhéus.

participantes do bloco são geralmente moradores dos bairros da Conquista e do Iguape, por isso, além de o bloco se organizar para mostrar seu trabalho aos turistas, também contribui para a geração de emprego.

A valorização dos trios elétricos e das bandas de axé (Figura 52), vindas da capital baiana (Figura 53), sempre ocorre no segmento dos entrevistados mais jovens, como acontece com Tiara<sup>15</sup>, que destaca que o Bloco 10 Colados está muito bonito e animado, com bastante gente brincando o carnaval e pulando atrás do trio elétrico.



**Figura 52:** Tonho Matéria, cantor baiano, em trio elétrico, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Jackson

<sup>15</sup> Tiara tem 20 anos e é funcionária pública.



**Figura 53:** Átila Show, em trio elétrico, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Clodoaldo.

Já outra gama de pessoas da comunidade ilheense possui uma opinião mais saudosista, lembrando os antigos carnavais comemorados na cidade, como o fotógrafo José Nazal<sup>16</sup>, que salienta que antigamente as famílias se reuniam para brincar o carnaval nas ruas de Ilhéus, se fantasiavam, não existia violência, as pessoas se divertiam durante o dia e as bandas que tocavam eram do próprio local (Figura 54).

O que se pode perceber ao observar as principais entrevistas realizadas é que a população local possui uma opinião formada

<sup>16</sup> José Nazal tem 40 anos, é fotógrafo da Prefeitura Municipal de Ilhéus. Entrevista concedida em dezembro de 2001.



**Figura 54:** Itassussy, cantor ilheense.

**Fonte:** <http://www.ilheusamado.com.br>.

em relação à organização do Carnaval de Ilhéus, no que se refere à interpretação e ao julgamento pessoal. É evidente que estas opiniões apresentam pontos de divergência, já que a multiplicidade de gostos é, também, uma característica intrínseca a esse povo. No entanto, estas opiniões devem ser ouvidas pelos gestores da festa carnavalesca ilheense, para que a organização do evento ocorra de forma participativa.

No segmento dos organizadores do carnaval, constatou-se uma preocupação relacionada ao respeito às identidades culturais diversas que compõem o povo ilheense. Seus depoimentos, porém, demonstram que a forma como a cultura é tratada nem sempre corresponde ao ideal de liberdade cultural, às vezes, prevalecen-

do a necessidade de atender aos anseios dos turistas e da atividade econômica, em lugar do lazer específico da comunidade local.

Um dos organizadores do Carnaval de Ilhéus, Gerson Marques, gerente do Órgão Oficial de Turismo de Ilhéus, hoje denominado SETUR, fala da dificuldade que existe em relação à satisfação do público participante da festa, justamente pela diversidade de gostos e preferências. Para ele, tanto a criação do antigo Ilhéus Folia, quanto o seu término suscitaram crítica ao governo municipal, mas a idéia de “Carnaval Cultural”, como ocorre atualmente, unindo o trio elétrico ao carnaval tradicional, é a formatação mais adequada. Para Gerson<sup>17</sup>, o “Carnaval Cultural de Ilhéus”

não é só um título, é um conceito, que se baseava justamente na idéia do resgate desse Carnaval antigo de Ilhéus, de incentivar escolas, blocos. Ao longo desses 4 anos, o Carnaval Cultural cresceu, o conceito de certa forma ampliou, há uma repercussão sobre ele hoje, a comunidade entende a idéia do carnaval, já participa (MARQUES, 2002).

---

<sup>17</sup> Gerson Marques, gerente do Órgão Oficial de Turismo da Prefeitura Municipal de Ilhéus, hoje SETUR.

Como uma das pessoas que fazem parte da comissão julgadora que analisa os Blocos que desfilam no carnaval, Lindaura Kruschewsky<sup>18</sup> faz uma análise das mudanças ocorridas na festa carnavalesca ilheense, inclusive as relacionadas ao público participante, afirmando que quem participava do Carnaval de Ilhéus

antigamente, com as escolas de samba, era o povo elitizado da avenida, misturado com pessoas que vinham de fora, turistas. Agora, a preocupação é resgatar esse carnaval de Ilhéus, que foi um carnaval conhecido em todo o território, mas também com o público do Carnaval Cultural, que é o povo de Ilhéus que desce dos morros e participa. Isso vem crescendo de ano a ano (KRUSCHEVSKY, 2002).

Um dos criadores do “Carnaval Cultural de Ilhéus”, o escritor Hélio Pólvora, também conceitua a festa relacionando-a aos carnavais passados e, de certa forma, recusando a presença do trio elétrico, que não deixa de ter o seu público. Para ele,

o carnaval inclui todos os elementos de participação popular, é uma festa

folclórica, é uma festa que depende da animação do povo, que inclui fantasias, inclui dança, inclui várias manifestações artísticas (PÓLVORA, 2002).

Preocupado com as questões econômicas relacionadas ao carnaval, Maurício Pinheiro<sup>19</sup> dá sugestões de como a Prefeitura de Ilhéus e a comunidade local poderiam agir, contando com a parceria empresarial. A crise do cacau repercutiu em toda a sociedade ilheense, e o turismo relacionado ao carnaval torna-se uma saída para esse problema, pois, para ele,

deve haver em Ilhéus a parceria. O problema do cacau foi muito perverso, é muito pessoal, cada um com o seu. Essa crise do cacau ainda não foi suficiente para quebrar essa brecha. As pessoas são muito donas dos seus projetos. Essa comunhão que é necessária hoje para tudo na vida, a gente não consegue. Isso vale para parcerias comerciais (PINHEIRO, 2002).

Em suma, a participação da Prefeitura Municipal de Ilhéus na organização do carnaval é bastante significativa, porém faltam as participações de outros âmbitos da sociedade ilheense na formatação da festa, como

---

<sup>18</sup> Lindaura Kruschewsky é coordenadora da Casa de Cultura Jorge Amado.

---

<sup>19</sup> Maurício Pinheiro é gerente de Espaços da Prefeitura Municipal de Ilhéus.

os presidentes de organizações carnavalescas, tanto os blocos afro quanto os blocos de camisa (Figura 55), os representantes de bairros e os empresários (SIMÕES, 2003).



**Figura 55:** Nação Vascaína, bloco de camisa, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** ASCOM.

Dos elementos observados *in loco*, alguns dos que mais chamaram a atenção foram as características dos Blocos Afro (Figura 56) que desfilaram na avenida, incluindo a formatação das alas, as danças executadas, a bateria, a música e a letra, além dos símbolos utilizados nas fantasias e outros elementos de decoração.

No ano de 2002, O Bloco do Malhado trouxe para a avenida o tema “Mar de Ilhéus”, com mulheres e crianças (Figura 57) dançando em ritmo afro. Diversas fantasias foram apresentadas e a bateria acom-



**Figura 56:** Bloco afro, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Jackson.

panhou o enredo que foi amplificado através de um carro de som.

O Bloco Dilazenze apresentou o tema “África Viva”, em que todos os participantes utilizaram fantasias relacionadas à selva



**Figura 57:** Crianças na bateria do bloco afro.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Ed Ferreira.

africana. Uma bandeira preta foi utilizada para simbolizar um pedido de paz, seguida de dançarinas usando a cor branca que faziam coreografias afro (Figura 58), além de algumas alas em que mulheres utilizavam turbantes. Várias crianças participaram do desfile e as passistas do bloco fizeram uma coreografia especial para ser apresentada em frente à comissão julgadora do desfile.



**Figura 58:** Carro alegórico do Bloco Afro Dilazenze.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

O bloco Levada da Capoeira apresentou várias alas com diferentes passos de capoeira, e algumas com a utilização de instrumentos característicos, como berimbau, atabaque e pandeiro.

Com a apresentação de várias evoluções na coreografia de suas dançarinas (Figura 59), o bloco Leões do *Reggae* colocou em primeiro plano, no desfile, o carro de som e, logo em seguida, a bateria. Meni-

nas com fantasias no estilo afro seguiram as primeiras alas e, ao final, desfilou um grupo caracterizando uma roda de capoeira.



**Figura 59:** Dançarina do Bloco Afro, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Jackson.

Dentre os pontos negativos observados no Carnaval de 2002 está a falta de um bom isolamento para que os transeuntes e as pessoas que assistem ao desfile dos Blocos não atravessem o trecho da avenida em que acontecem as apresentações, para que não interfiram na formatação dos mesmos.

Além dos blocos, outros elementos foram analisados, como a decoração utilizada

no ano de 2002, que é aqui avaliada como um ponto negativo, já que foi reaproveitada do ano anterior, com a utilização de bonecos de Jorge Amado vestidos com diversas fantasias. Salienta-se, ainda, que na época do Natal estes mesmos bonecos tiveram uma terceira utilização, pois estavam espalhados na cidade vestidos de “Papai Noel”.

Algumas falhas na organização geral da festa também foram observadas, como um *black-out* ocorrido na Praça Castro Alves, localizada no circuito do carnaval, que estava repleta de bares e lanchonetes, provavelmente provocado pela sobrecarga de energia, que deveria estar prevista e terem sido utilizados geradores ou recursos similares.

No ano de 2003, o primeiro Bloco observado foi o Zimbabuê, sediado no bairro ilheense Teotônio Vilela. Este bloco apresentou alas em que os participantes mostravam coreografias de capoeira, danças, músicas e letras com características afro. As principais cores utilizadas nas fantasias foram azul e amarela, que funcionam como símbolos de representação do bloco.

O bloco Rastafari trazia uma bandeira abrindo seu desfile, e os participantes usavam as cores amarela, vermelha e verde. Participaram do desfile crianças e adultos.

Um elemento de destaque é que algumas das alas utilizavam perucas que representavam o cabelo no estilo *rastafari* (Figura 60). As fantasias eram principalmente no estilo afro, inclusive confeccionadas com cordas e sacos. Alguns elementos simbólicos foram colocados em evidência pelo bloco, como a presença de fogo, através de tochas.



**Figura 60:** Bloco Afro Rastafari. Foto-Jackson.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

O Zambi-Axé trouxe para a avenida, na comissão de frente, peneiras e búzios, simbolizando trechos dos ritos do candomblé. As fantasias eram confeccionadas, principalmente, com as cores branca, amarela e marrom. Nesse bloco também foi utilizado fogo, colocado em cocos espalhados pelo trecho onde aconteceria o desfile. A bateria utilizou uma fantasia no mesmo estilo da roupa

característica do Bloco soteropolitano Filhos de Gandhi (Figura 61), e algumas mulheres usavam turbantes afro na cabeça.



**Figura 61:** Bateria do Bloco Afro.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Jackson.

O tema Castro Alves compôs o enredo e as alegorias do Bloco Mini Kongo, que também apresentou um Pai de Santo, juntamente com uma mulher de traços europeus, jogando pipoca na avenida, como um símbolo representativo dos rituais do candomblé (Figura 62). A bateria usou as cores branca e vermelha, que simbolizam o bloco, e quase todos os participantes vestiam fantasias de estilo afro. Uma das alas fazia apresentação de capoeira e um dos destaques era um carro alegórico em que um rapaz estava caracterizado como Castro Alves.



**Figura 62:** Símbolos do Candomblé, também utilizados durante o carnaval.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

O penta-campeão dos desfiles até o ano de 2003, o bloco afro Dilazenze, apresentou principalmente as cores vermelha e amarela (seus principais símbolos), porém com uma utilização excessiva do dourado nas fantasias. Os componentes da bateria usavam uma coroa e o bloco, como outros, também possuía uma ala de capoeiristas. Danças e fantasias afro predominaram e um dos elementos diferenciais é que este bloco apresentou uma ala de senhoras e senhores, o que representaria uma espécie de ala da “Velha Guarda”.

Observou-se também que o número de pessoas durante os desfiles dos Blocos Afro, nas primeiras horas da noite, era reduzido, mesmo que o desfile seja considerado um dos principais elementos. Para um público com essa quantidade de pessoas, o número de policiais em serviço pareceu suficiente, o que conta como ponto positivo em relação à segurança durante a festa.

A decoração utilizada no circuito do Carnaval de 2003 foi composta de círculos com faces simbolizando fantasias típicas

mente utilizadas nos carnavais, como índio, *pirot*, mago, palhaço, pirata, baiana e outros. Cabe, no entanto, o comentário de que essa decoração poderia ser melhor formatada, dando mais ênfase às características locais, não só utilizando imagens amadianas, mas também retratando aspectos da economia, agricultura, turismo, natureza e cultura locais.

## A NECESSÁRIA SUSTENTABILIDADE



As manifestações culturais que fazem parte do cotidiano das pessoas possuem diversos fatores que influenciam na atividade turística e devem ser colocadas em observação, visando à sua sustentabilidade. O contato entre o turista e a comunidade local, por mais simples e passageiro que seja, sempre provoca influências entre ambas as partes, podendo ser de cunho positivo ou negativo.

A evidente busca pelo diferente, que caracteriza as pretensões dos turistas da atualidade, faz com que exótico, diferente, étnico sejam os termos mais utilizados pelo *marketing* em torno destes aspectos culturais, visando à atração dessa gama de turis-

tas. O que já é uma característica própria da cultura - o contato com experiências externas e as mudanças - não pode ser visto como algo puramente prejudicial à preservação das tradições, já que a cultura, a partir da compreensão dos estudos culturais, denota a “idéia de contato, intercâmbio, permuta, aculturação, assimilação, hibridização, mestiçagem ou, mais propriamente, transculturação” (IANNI, 2000, p. 95). O turismo, desse modo, torna-se um dos principais agentes da transculturação, pois coloca em contato direto as mais diversas culturas.

A mescla entre as culturas altera as características originárias de um determinado grupo étnico, já que, com o tempo - que se caracteriza como agente transformador em todas as culturas - “nada permanece original, intocável, primordial. Tudo se modifica, afina e desafina, na travessia” (IANNI, 2000, p. 107). Desse modo, faz-se necessária a adoção de estratégias de sustentabilidade relacionadas aos cuidados que podem ser tomados para que os costumes locais não deixem de existir, mas sim, interajam com outros sem perder suas especificidades.

Apresentando sugestões de sustentabilidade cultural aplicadas ao patrimônio cultural imaterial, pode-se tomar como conceito de desenvolvimento sustentável

a gestão e administração dos recursos e serviços ambientais e a orientação das mudanças tecnológicas e institucionais, no sentido de assegurar e alcançar a contínua satisfação das necessidades humanas para as gerações presentes e futuras (CAVALCANTI, 1997, p. 55).

Destaca-se, então, a satisfação das pessoas não só no momento em que ocorre a atividade turística, mas também a preservação de valores para épocas posteriores. Como sugestão para uma política de desenvolvimento sustentável do turismo, há o conceito abordado por Beni, afirmando que

o que deve ser feito realmente na prática é a manutenção de um equilíbrio sustentável entre essa atividade e o desenvolvimento e conservação dos valores naturais e culturais, tarefa maior de todos os órgãos e autoridades regionais e locais, não exclusivamente da oferta e demanda de turismo (1995, p. 169).

Um turismo que ocorra de forma sustentável pode ser uma estratégia de planejamento viável que possibilite o atendimento de necessidades dos turistas e da comunidade local ao mesmo tempo, a partir de princípios como a *Sustentabilidade Social*, que é

fundamentada no estabelecimento de um processo de desenvolvimento que

conduza a um padrão estável de crescimento, com uma distribuição de renda, redução das atuais diferenças sociais e a garantia dos direitos de cidadania (SACHES, *apud* OLIVEIRA, 2000, p. 90).

Aplicando este princípio de Turismo Sustentável ao Carnaval de Ilhéus, pode-se perceber em que âmbitos as relações sociais ativadas durante a festividade satisfazem aos ideais propostos. No quesito da distribuição de renda, por exemplo, fica evidente que apenas uma parcela da população participa dos lucros advindos com a movimentação financeira durante as atividades turísticas (e o carnaval não foge a isso), fazendo com que a maior parcela da renda se concentre somente entre os grandes empresários envolvidos. Em relação às diferenças sociais, sabe-se que é impossível que ocorra uma redução satisfatória, já que a péssima distribuição de renda é uma característica da população, não apenas ilheense, mas de todo o território nacional.

Um outro princípio do Turismo Sustentável é a *Sustentabilidade Cultural*, que implica, dentre outros aspectos, na preocupação relacionada à utilização da cultura e da vivência da população local para o aproveitamento na atividade turística, significando

a necessidade de se buscar solução de âmbito local, utilizando-se as potencialidades das culturas e o modo de vida local, assim como a participação da população local nos processos decisórios e na formulação e gestão de programas de desenvolvimento turístico (ibidem).

Mais uma vez a participação da comunidade local nas decisões relativas ao turismo é colocada como fundamental. Por isso, nas diversas atividades de cunho turístico e no carnaval, a comunidade ilheense pode ser representada pelos líderes de bairros, e as instituições envolvidas precisam ter voz ativa durante a organização e os preparativos de tais atividades, já que as conseqüências benéficas e maléficas advindas da utilização das estratégias de planejamento propostas (SIMÕES, 2003) incidirão diretamente sobre elas.

## Para um planejamento sustentável do turismo ilheense

A execução de um planejamento que visa à sustentabilidade tem como principal pressuposto a satisfação dos anseios socioeconômicos da comunidade envolvida. Para que as estratégias desenvolvidas a fim de atender às expectativas do desenvolvimento

sustentável sejam executadas de forma satisfatória, é necessário que as partes interessadas estejam atentas à hierarquia entre os anseios econômicos e os sociais vinculados à atividade turística local, principalmente quando a lucratividade é colocada em primeiro plano. O importante é que a economia esteja a serviço da sociedade, e não o contrário, já que, em tese, a satisfação de toda uma comunidade constitui o objetivo primeiro do planejamento participativo.

Uma má interpretação dos objetivos relacionados à economia local pode ocasionar problemas para a atividade turística, como, por exemplo, o investimento que o turista fará no local visitado. O preço que o turista paga durante a estada numa localidade é um fator decisivo para que ele retorne ou faça uma propaganda informal (conhecida como “boca a boca”) positiva sobre o local. Ilhéus já é considerada por alguns turistas como uma localidade que possui preços altos e isso pode prejudicar fortemente o andamento da atividade.

É importante garantir que os turistas recebam algo que valha o seu dinheiro, mas é também vital que paguem o preço justo pelo que desejam adquirir. De outro modo não há como o turismo cultural ser sustentável, pois ou os autóctones ficarão aflitos por ter de subsidiar os

turistas ou não se gerará renda suficiente para um apoio adequado aos recursos culturais (SWARBROOKE, 2000, p. 48).

Da mesma maneira que o preço deve ser o justo para o turista, também não pode estar abaixo das expectativas da comunidade local quando são justas. O turista está ali para investir suas economias em lazer, e este lazer custa um preço que precisa ser reconhecido como justo por ele. A união, pois, do preço justo com a valorização contribui para que o turista recomende o evento para parentes e amigos, além de fazê-lo compreender melhor o significado do turismo cultural.

Uma das formas mais efetivas de colocar a comunidade local como principal beneficiária dos lucros advindos a partir da atividade turística seria destinar parte da renda adquirida a partir do desenvolvimento de atividades turísticas à comunidade envolvida, seguindo o exemplo da *La Cinéscénie*, no *Ecomusée de la Vendée* em *Puy-du-Fou*, na França, que é

uma interpretação ao vivo de cenas da história da região. É integralmente representada por voluntários locais nos terrenos de um velho castelo, e administrada exclusivamente pela comunidade local. A renda do evento é usada não apenas para ajudar na proteção do legado cul-

tural da região, mas também para sustentar a comunidade que ali reside e suas atividades culturais. Nos últimos anos, os lucros têm sido usados na fundação de um clube arqueológico, na instalação de um centro de pesquisas das tradições locais, no apoio a uma escola de dança popular, na expansão do Ecomusée e no funcionamento de uma estação de rádio local (SWARBROOKE, 2000, p. 46).

Este é um exemplo claro de que muitas das estratégias sugeridas pela literatura relacionadas ao desenvolvimento sustentável são factíveis, e não podem ficar presas às obras ensaístas apenas.

A construção de uma consciência acerca da dinamicidade da cultura funciona como uma sugestão de comportamento mais prudente de análise da contemporaneidade, composta de atitudes como a de reconhecer que traços de modernização e de conservação possam existir concomitantemente com aspectos da atualidade. Segundo Giddens, existem “continuidades entre o tradicional e o moderno, e nem um nem outro forma um todo à parte” (GIDDENS, 1991, p. 14). É preciso, pois, ter consciência de que uma comunidade que se insere no contexto turístico, rotulada como exótica ou típica, não possui, nem conseguirá possuir, mesmo se assim o quiser, elementos puramente tradicionais. A

aquisição de elementos da modernização se dá naturalmente em toda e qualquer comunidade, por mais que se tente conservá-los em suas características originais. Assim, o ideal se constitui em administrar ambas as tendências de marcação temporal, para que se possa atender tanto aos objetivos turísticos dos gestores de Ilhéus, como ser fiel às vontades da comunidade local que se encontra como centro das atenções do turista.

É admitindo a convivência entre o novo e o antigo que surge, como necessidade, o estímulo à continuidade das atividades desenvolvidas no espaço do “Memorial da Cultura Negra” (Figura 63), local em que se reúnem diversas organizações relacionadas à comunidade negra de Ilhéus. Projetos como esse contribuem para a criação de novas formas de inserção da comunidade em atividades que desenvolvam aspectos socioculturais (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 1996)<sup>20</sup>, tanto relacionados ao passado, como inovações, constituindo um importante recurso para a prática da sustentabilidade relacionada ao turismo ilheense.

---

<sup>20</sup> Sugestões baseadas no Planejamento Estratégico da Cidade de Vitória, ES, no quesito Desenvolvimento Cultural.



**Figura 63:** Memorial da Cultura Negra, Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

Como a festa carnavalesca está circunscrita a um pequeno espaço de tempo, a consolidação de um calendário anual de atividades referente a temas como planejamento, elaboração, eleições de representantes, permitiria que as pessoas envolvidas não perdessem o contato com seus grupos de identificação cultural e não fossem prejudicadas pela sazonalidade da atividade turística que traz grandes influências para a economia local (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 1996). Tal estratégia pode ser aplicada a Ilhéus; a cidade, inclusive, já possui alguns eventos em que as pessoas que participam do carnaval continuam a atuar em outras épocas do ano. Pode-se citar, como exemplo, o caso da Mostra de Música Negra, que surgiu em Ilhéus no ano de 1997.

Com o objetivo de divulgar e fortalecer a produção musical dos artistas do Movimento Afro de Ilhéus, a Fundação Cultural de Ilhéus, com o apoio da Ilheustur e Secretaria de Assistência Social da Prefeitura, realizou o evento, que integra o projeto de trazer para a avenida a música afro bastante difundida entre a comunidade negra (DIÁRIO DA TARDE, 1997).

Outra estratégia importante é a de utilizar agentes informantes para que ministrem palestras em escolas da cidade e outros segmentos da sociedade, a fim de que a comunidade ilheense possa tomar conhecimento acerca do que está sendo feito em relação ao turismo de Ilhéus, bem como ser conscientizada dos benefícios e dos malefícios que a atividade possa trazer. Isso significa que os órgãos competentes têm o acesso às escolas como recurso de aplicação das atividades de conscientização, que podem ser ministradas durante todo o ano letivo. É importante salientar que algumas escolas da cidade de Ilhéus já possuem em seu quadro de disciplinas o ensino sobre a atividade turística, o que funciona como importante recurso de conscientização acerca das conseqüências que o turismo pode trazer para a comunidade local.

Assim como a comunidade local, também os turistas precisam receber orientação

em relação à cultura daqueles habitantes, visto que o choque entre os costumes pode causar resultados negativos. Esse tipo de problema ocorre quando algumas das atitudes dos turistas, por exemplo, demonstram superioridade em relação aos ilheenses ou um total desconhecimento acerca das especificidades locais, ocasionando um comportamento que, mesmo involuntário, assuma uma significação de desrespeito para com os habitantes locais.

Todas as ações relacionadas à sustentabilidade cultural pretendidas neste estudo dependem de um trabalho feito em equipe, que deve ser composta, principalmente, de representantes da comunidade ilheense, dos órgãos públicos e privados, formando um grupo multidisciplinar. Com isso, a construção de um plano participativo oportunizará ações conjuntas, integradas, cooperativas. Assim, a comunidade ilheense assumirá um papel de grande importância, já que seus interesses serão reivindicados através de ações planejadas, de seus líderes de opinião, representantes de bairro ou presidentes de associações, junto aos órgãos e instituições gestoras.

As empresas mais diretamente relacionadas com a atividade turística podem receber incentivo fiscal, a exemplo do Selo Verde e do ISO, o que proporciona vanta-

gens como a aquisição de lucros para a empresa, através do *marketing* societal, como pode ser observado em empresas como “O Boticário” e “Natura”, que assumem esse tipo de *marketing*, que traz benefícios para ambas as partes.

Com o auxílio do incentivo fiscal e de punições exemplares, os órgãos governamentais precisam investir em empresas que possam contribuir com a sociedade ilheense e multar as que assumem atividades prejudiciais à comunidade. A ação de incentivo pode ser efetuada através de financiamento de projetos que visem à melhoria da qualidade de vida da população de Ilhéus, como o aumento da oferta de empregos e a manutenção ou execução de saneamento básico, por exemplo.

As organizações não-governamentais também possuem um papel fundamental, no que se refere à fiscalização das ações, tanto dos órgãos governamentais quanto das empresas privadas. Além disso, essas ONGs assumem suas próprias ações, com o esforço relativo ao beneficiamento e melhoramento de diversos âmbitos da comunidade ilheense, como o exemplo do Centro Cultural e Profissionalizante Fazenda Tororomba, localizado no município de Ilhéus.

Tanto o empresariado quanto as ONGs são importantes para que se consi-

ga cobrir as lacunas deixadas pelo governo, através de ações próprias e da participação da comunidade. Assim, com esse tipo de organização, em que as responsabilidades são divididas, os órgãos públicos não são enfocados como os únicos responsáveis pela melhoria da qualidade de vida da comunidade local.

Government alone cannot secure needed social improvements in the tourism sector. Although it can legislate on matters relating to health and safety at work, health insurance and pensions, minimum wages, employment of women and young people. To be effective legislation has to be implemented, which tripartite social dialogue can facilitate. [...] In the same way that there is growing support for community participation in tourism development, there is a likely greater role for open communication, consultation, and negotiation between the social partners in all enterprises, regardless of their size (UNITED NATIONS, 1999, p. 05).

Bem a propósito do planejamento participativo, pode-se seguir o exemplo do documento das Nações Unidas, adaptando suas sugestões para que o planejamento exija a participação da comunidade e seja coerente, sendo necessário que os órgãos públicos ofereçam uma equipe técnica especializada para a atividade, visando a um

alcance mais rápido dos objetivos. Nesse sentido, a interação com a Universidade Estadual de Santa Cruz, através de seu Mestrado em Cultura & Turismo, garantiria a colaboração de profissionais capacitados para tal ação. Por outro lado, se a comunidade ilheense não dispõe, de imediato, desses profissionais especializados, os órgãos públicos é que precisam oferecer cursos de capacitação que atendam às necessidades profissionais para a execução das estratégias de sustentabilidade, mesmo que esta ação só apresente resultados a longo prazo.

É importante também que principalmente as pessoas da comunidade local estejam entre as que recebem a capacitação profissional, pois a utilização de mão-de-obra externa, não valorizando os moradores de Ilhéus, pode provocar um sentimento de repulsa em relação ao projeto de sustentabilidade, sendo importante ter o fundamental apoio da população. Este recurso só apresentará resultados a longo prazo, já que os efeitos de um investimento em profissionalização não são instantâneos. Por outro lado, os órgãos públicos não podem deixar de assumir esse tipo de responsabilidade, pois representa uma grande aplicação financeira, que dificilmente poderia ser ministrada por outro setor da comunidade.

Enfim, desenvolvimento e sustenta-

bilidade, apesar de parecerem contraditórios, são elementos que precisam caminhar juntos, em benefício tanto daqueles que atualmente usufruem da atividade turística de Ilhéus, quando dos que posteriormente estarão inseridos nesse setor.

## Para um planejamento sustentável do Carnaval de Ilhéus

Os cuidados relacionados ao planejamento do Carnaval de Ilhéus referem-se principalmente a cinco fatores, que são a execução de parcerias, a definição do perfil do turista desejado, a preocupação com a ambiência, os cuidados de proteção ao patrimônio cultural ilheense e a observação das conseqüências econômicas geradas pelo evento.

Como pode ser percebido a partir da observação da maioria dos depoimentos e análise do histórico das diversas atividades que envolvem a comunidade ilheense, à Prefeitura Municipal de Ilhéus cabe a maior parcela da organização e execução do carnaval, implicando tal responsabilidade em liderar um planejamento com o envolvimento da comunidade e de empresários, inclusive no que se refere ao orçamento direcionado à festa. Tal fato faz com que se

verifique uma sobrecarga de responsabilidade e investimento, tornando-se necessária a realização de parcerias entre as esferas pública e privada, visando a uma melhor captação de potenciais empreendedores (NASCIMENTO, 2001), proporcionando, com isso, uma melhoria na formatação da festa.

Uma das alternativas para diminuir a organização unilateral é o planejamento participativo. Um exemplo de estratégia que parece se adequar a esse tipo de planejamento é o Conselho Municipal do Carnaval, existente na capital baiana, Salvador, que pode ser tomado como modelo, desde que se façam as devidas adaptações. Este Conselho possui, entre outras atribuições, a função de atuar como facilitador na resolução de conflitos entre todos os segmentos do carnaval (mesmo que, muitas vezes, não consiga atingir os objetivos), representando diferentes instâncias de interesses subjacentes à festa, como

organizações públicas executivas, regulamentadoras, fiscalizadoras e outras de produção de serviços coletivos das três instâncias de governo; organizações empresariais de significativo poder econômico, como é o caso das associações de blocos de trio, as de proprietários de som e iluminação e as de clubes sociais; organizações mais tradicionais do car-

naval baiano, cujo conteúdo agregador é a produção de cultura popular negromestiça, como é o caso dos afoxés, dos blocos afro, blocos de índio e blocos de percussão; e as associações e sindicatos que representam categorias profissionais, tais como as dos barraqueiros de festas populares, vendedores ambulantes e feirantes de Salvador, artistas plásticos, músicos e cronistas carnavalescos (HEBER, 2000, p. 190).

O próximo fator a ser atentado em relação à festa carnavalesca ilheense são os benefícios econômicos ocasionados pelo crescimento do potencial turístico de Ilhéus. Esses não devem sobressair como elementos fundamentais, visto que podem provocar conseqüências negativas como a massificação, causando a superlotação ou a dramatização de manifestações culturais genuínas em função do olhar do visitante. Esse tipo de comportamento faz com que o carnaval deixe de ser um espaço para o divertimento e a participação ativa da população local (Figura 64).

Sendo um problema, também, de ordem econômica, a diferença de classes que o carnaval tradicional ilheense evidenciava, através da seleção de um público elitizado, é colocada em questão nos carnavais da atualidade, com a valorização da população, em sua maioria, composta de pessoas



**Figura 64:** Bloco de Travestidos.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

**Foto:** Jackson.

de baixa renda. Em entrevista, um dos organizadores do Carnaval de Ilhéus comenta a responsabilidade governamental para com esses fatores, informando que,

a grosso modo, a base da pirâmide é a maior, e é dali que a mudança tem que vir [...]. Se não tiver trabalho com o pobre, [...] a gente não vai conseguir fazer. A grande revolução que eu penso hoje é essa, através da cultura mesmo. Acho que a cultura é o elemento catalisador dessa mudança. É óbvio que para isso precisa haver vontade política, e fica difícil você convencer uma estrutura jurássica como é o poder público a investir nisso (PINHEIRO, 2001).

Essas condições socioeconômicas tam-

bém implicam nas opções de escolha do turista que visita o local, pois esse aspecto provoca influências tanto na determinação do tipo de turista quanto na percepção do turista em relação à comunidade visitada. Já que o Carnaval de Ilhéus possui caráter singular (principalmente pela participação dos grupos fantasiados e Blocos Afro), os gestores de turismo precisam definir o perfil do turista que se adeque mais a esse tipo de festa (NASCIMENTO, 2001)<sup>21</sup> (Figura 65).

A definição desse perfil pode ser baseada num tipo de turista que faça parte das segmentações que se identificam melhor com manifestações populares, a exemplo



**Figura 65:** Bloco Chupa Rindo, irreverência nos carnavais de Ilhéus.

**Fonte:** [www.ilheusamado.com.br](http://www.ilheusamado.com.br).

---

<sup>21</sup> Sugestões adaptadas da Monografia "Análise do Perfil do Turista de Ilhéus, Ba. Período 1998 - 2000".

das pessoas de maior escolaridade e faixa etária. O turista que se enquadra nesse tipo de perfil possivelmente compreenderá melhor o conteúdo, inculindo, assim, maior valorização à festa.

Após a definição do perfil do turista, um plano de *marketing* direcionado a esse tipo de visitante promoveria a sua atração. Ilhéus, então, seria vendida como um roteiro turístico diferenciado, através de materiais e meios de divulgação de caráter específico para o atendimento dos objetivos gerados durante a constituição do plano, como jornais, revistas especializadas, televisão, *wokshops*, *folder*, *cd-rom*, guias e mapas. As imagens e a linguagem utilizadas possuiriam um conteúdo capaz de persuadir o turista desejado. Pacotes promocionais voltados à época do carnaval funcionariam como mais uma forma de atrair um turista específico (NASCIMENTO, 2001).

O plano de *marketing* funciona melhor quando utiliza a estratégia da motivação como forma de atingir o público alvo especificado na definição do perfil do turista. A motivação funciona através da propaganda sobre o acontecimento, que engloba

todas aquellas actividades que se dirigen a conocer el producto turístico tanto al cliente intermedio como al final, com el

objeto de motivarle a adquirirlo frente a otros de la competencia, com estrategias de comunicación: empresas que gestionan publicidad, patrocinio, relaciones públicas y relaciones com los medios de comunicación, *márketing* direto, merchandising, manifestaciones y acontecimientos (VALLS, 1996, p. 84).

Um aspecto que precisa ser atentado é o que se refere às imagens e mensagens transmitidas pela mídia, como antes explorado, em relação ao carnaval. O leitor, o ouvinte e o telespectador estão sujeitos a interpretar uma festa a partir do que é vinculado pela mídia. No entanto, o comportamento crítico em relação a essa linguagem deve ser adotado pelos pesquisadores e até pela comunidade que tem contato com a mesma, pois “atualmente, com a transmissão televisual das comemorações, ao lado do comemorável e do não-comemorável introduziu-se uma outra redução, a do mostrado e do não mostrado” (FERRO, s. d., p. 56).

A sinalização turística funciona como um importante recurso que o visitante possui para informar-se sobre o evento ou o local a ser visitado. No circuito do Carnaval de Ilhéus - em que cada grupo possui uma história própria, símbolos particulares e participantes específicos de uma gama da sociedade - poderiam ser implantados

postos de informação (NASCIMENTO, 2001), com pessoas capacitadas através de cursos, munidas de informações coletadas diretamente dos participantes do carnaval, para que o turista possa conhecer melhor a cultura ilheense e sua festa carnavalesca.

Há um aspecto de grande importância num planejamento que pretenda contemplar um projeto de resgate das tradições, como ocorre no Carnaval de Ilhéus, que é a ambiência. Toda cultura, toda manifestação cultural está inserida num contexto, num ambiente, que deve ser configurado de forma adequada e, no caso do carnaval, precisa estar em harmonia com o tema da festa. A própria literatura de Jorge Amado faz com que os visitantes busquem encontrar em Ilhéus o clima tropical e sensual descrito em *Gabriela, Cravo e Canela*, como no trecho publicado em um dos jornais da região:

Do eterno cheiro de cacau no ar que respiramos e transpiramos, numa alegre nostalgia que nos transporta não só para a época dos antigos coronéis, mas também para saborear um delicioso quitute preparado pelas sensuais mãos de Gabriela e beber uma revigorante cachaça genuína servida por Nacib (A REGIÃO, 2001).

Como já referido, o visitante que faz um percurso identitário em que passa do

papel de leitor para o papel de turista (SIMÕES, 2002) começa a vivenciar o ambiente a ser visitado desde o primeiro contato com os livros.

O acesso rápido às informações, através de revistas, televisão e Internet, poderia funcionar como uma espécie de “Turismo Virtual”, que forneceria imagens sobre a ambiência do local. Mas esse tipo de “viagem” só poderia alcançar a satisfação do turista se o mesmo objetivasse apenas visualizar o local. Por outro lado, o que comumente ocorre é a procura por um ambiente que faça com que o turista interaja com a comunidade que visita, ouvindo músicas locais, saboreando pratos típicos e adquirindo *souvenirs* que lembrem a localidade que conheceu pessoalmente.

Em Ilhéus, a estratégia da ambiência pôde ser melhor observada no ano de 2001, quando, na tentativa de adequar a festa a um ambiente que se assemelhasse ao resgate histórico, a coordenação e os organizadores do carnaval executaram a festa num local diferente, como narra Hélio Pólvora:

No ano passado, no sentido de dar uma cor local mais forte a esse carnaval, nós transferimos o carnaval da Avenida Soares Lopes para um trecho do Quarteirão Jorge Amado, que é o trecho mais antigo da cidade, [...] o que deu a ele uma am-

biência mais aconchegante, porque ficou um carnaval mais compactado e [...] mais histórico (PÓLVORA, 2001).

Em contrapartida, no ano seguinte, a organização do Carnaval de Ilhéus recolocou a festa na Avenida Soares Lopes, talvez desconsiderando o valor do contexto, do ambiente para o resultado final da festa e, até mesmo, a opinião dos participantes, como pode ser percebida na mensagem jornalística, em que uma “pesquisa realizada pela Ilheustur também mostra que o folião aproveitou o Carnaval, tendo os turistas *opinando [sic]* favoravelmente, considerando a festa alegre e tranqüila” (A REGIÃO, 2001).

O último aspecto relaciona-se ao fato de que a cidade de Ilhéus possui um patrimônio cultural inegavelmente rico, e muitos dos seus elementos manifestam-se durante o carnaval. Dessa forma, se o patrimônio, de um modo geral, estiver protegido e for valorizado, o carnaval, por sua vez, terá mais chance de receber os bons resultados dessa proteção. O turista, que usufrui desse patrimônio juntamente com a população local, também está interessado em que o mesmo continue a existir, o que sugere que

o patrimônio cultural (entendido como o acervo de história, monumentos, folclore, culinária, música, artes e manifes-

tações populares tradicionais) deve ser protegido, valorizado e apresentado aos turistas, de tal maneira que cause estímulo à sua interação com a comunidade local, despertando neles, também, o desejo de retorno ao local visitado (MENDONÇA JÚNIOR, 2000, p. 36).

Por outro lado, é necessário que o termo “protegido” seja interpretado de forma aberta, não significando conservação do Carnaval de Ilhéus, tratando-o como algo que deva permanecer estático. A valorização por si só já funciona como uma estratégia de proteção às atividades carnavalescas, o que faz com que fique subentendido que esse é um trabalho que depende da conscientização da população e do crescimento da auto-estima das pessoas envolvidas com a festa.

O conceito de valorização, no entanto, pode adquirir interpretações errôneas, como no caso em que a comissão julgadora dos desfiles colocou como elementos de valorização dos blocos, atribuindo-lhes melhor nota, a padronização e a utilização de brilho. Tal fator ocasionou uma transformação nas características dos blocos, que procuraram se adequar às exigências da comissão julgadora, em lugar de atender às especificidades que realmente fazem parte de sua cultura. Existe a necessidade de

exploração do planejamento participativo que iria anular problemas como esse, em virtude de os próprios participantes dos blocos opinarem sobre a constituição dos quesitos de avaliação dos desfiles.

É justamente por motivo de as diversas manifestações presentes na composição da cultura de Ilhéus funcionarem como importante fator de atração turística que, mesmo antes de serem tratadas como um produto turístico, devem ser respeitadas como uma manifestação das diversas identidades do lugar. Este comprometimento com a identidade local permite a participação da comunidade em festas populares como o “Carnaval Cultural”, quando concebido a partir de uma organização consciente e planejada visando a sua sustentabilidade.

Por isso, o “Carnaval Cultural de Ilhéus”, preservando algumas das manifestações culturais tradicionais da cidade, não deve se fechar totalmente à modernização, que caracteriza a dinamicidade de identidade e seu processo de hibridismo por tradição e/ou tradução. O que pode ocorrer é a comunidade “vigiá-la”, para que não se limite a absorver simplesmente as lembranças dos antepassados presentes na memória da população local.

Uma das sugestões de ordem práti-

ca para que este cuidado seja tomado é a construção e/ou manutenção de um arquivo público relacionado ao carnaval e a outras manifestações populares festivas de Ilhéus (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 1996). O arquivo é uma estratégia que permite a rememoração de acontecimentos, festividades e outras manifestações de cunho intangível que, comumente, são esquecidas tanto pela comunidade como pelos gestores, mas que admite as novas características inseridas na comemoração. Com esse recurso, a comunidade, bem como pesquisadores, em geral, podem ter acesso a informações acerca do percurso histórico por que passou o carnaval da cidade, inclusive observando suas transformações.

As manifestações populares que ocorrem na cidade podem adquirir influências de caráter externo, mas não seria benéfico ter suas principais características assimiladas. Por outro lado, é difícil que ocorra, por exemplo, uma homogeneização das culturas do município, já que a diversidade é um fenômeno que constitui a sua própria história. Por conseguinte, o Carnaval de Ilhéus não pode privilegiar uma só cultura, mas deve considerar as expressões culturais relacionadas à formação de sua identidade, como das etnias negra, indígena, branca, e

de povos de outros estados ou países, como sergipanos e árabes.

Assim, em decorrência da tradução, identidades que atravessam e intersectam as fronteiras naturais (HALL, 2000), como ocorreu com os negros trazidos a Ilhéus pelos colonizadores, surgiu um hibridismo na região que se evidencia no próprio Carnaval de Ilhéus. Desse modo, torna-se necessário que os organizadores da festa procurem mecanismos para atender aos anseios das diversas identidades culturais que permeiam a comunidade ilheense, não privilegiando apenas os que desejam o reencontro com o carnaval tradicional, mas possibilitando aos outros grupos a oportunidade de entrar em contato com novas experiências, sentindo o caminhar da história e fazendo parte de sua evolução.

Enfim, retomando os pressupostos teóricos de Stuart Hall, é importante que se pense - também como sugestão de sus-

tentabilidade para o Carnaval de Ilhéus - na mistura saudável entre as culturas de diferentes etnias e de diferentes épocas, já que “hibridismo e sincretismo [constituem uma] fusão entre diferentes tradições culturais e são uma fonte criativa, produzindo novas formas de cultura” (HALL, 2000, p. 78). Apesar de possuírem custos e perigos, como o da assimilação e do hibridismo, assim como pode ser observado em alguns aspectos na cidade de Ilhéus e em diversas outras localidades, a mescla cultural resultou no enriquecimento das culturas ditas tradicionais, em decorrência da inserção de elementos inovadores ou advindos de outras origens. É necessário, principalmente numa cidade possuidora de uma ampla diversidade cultural, que haja este respeito às identidades, inclusive que essas sejam múltiplas, multifacetadas, e que seja possível garantir a satisfação da vontade dos indivíduos que fazem parte da comunidade local.