

Aline de Caldas Costa

Mestre em Cultura & Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC.
Endereço postal: Rua Professor Salatiel Torres, 105, Cabeças, Ouro Preto – MG. CEP:
35.400-000 e-mail: ლისის19@yahoo.com.br Telefone: (31) 3552-1972

Astor Vieira Júnior

Discente do Mestrado em Cultura & Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz –
UESC. Bolsista FAPESB. astorvieira@yahoo.com.br

Urbano Cavalcante da S. Filho

Discente do Mestrado em Cultura & Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz –
UESC. Bolsista FAPESB. urbanocavalcante@yahoo.com.br

Marco Aurélio Ávila

Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Las Palmas
de Gran Canária. Professor adjunto da Universidade Estadual de Santa Cruz,
Coordenador do mestrado em Cultura e Turismo. Líder do Grupo de pesquisa Cultura e
Turismo: Política e Planejamento. marco@ativanet.com.br

NOTAS SOBRE TURISMO CULTURAL: tendências, tensões e usos do patrimônio amadiano em Ilhéus

Resumo: esse trabalho reúne aspectos de discussão sobre os conceitos de cultura, turismo e turismo cultural, relacionando-os a tendências contemporâneas. O estudo é feito através de revisão de literatura, tomando como recorte o uso do patrimônio cultural referente a Jorge Amado na cidade de Ilhéus, Bahia.

Palavras-chave: cultura – turismo – patrimônio cultural

NOTES ON CULTURAL TOURISM: trends, tensions and uses of the heritage amadiano in Ilhéus

Abstract: this work combines aspects of discussion on the concepts of culture, tourism and cultural tourism, linking them to contemporary trends. The study is done through revision of literature, focusing the use of the cultural patrimony regarding Jorge Amado in the city of Ilhéus, Bahia.

Key-words: culture – tourism – cultural heritage

1 Considerações iniciais

O homem é um ser compelido a aprender sempre mais a respeito de um número maior de idéias e fatos. Na busca de informações, de novos conhecimentos, o contato e a interação com outras pessoas e outros lugares permitem ao homem perceber que o que ele é, o que ele faz, pensa e o que constitui a sua cultura.

Este trabalho tem como objetivo discutir o turismo cultural, tendências do turismo contemporâneo e suas implicações, tomando como referência o uso do patrimônio amadiano para o turismo cultural em Ilhéus (BA).

O estudo compõe uma revisão de literatura, constando de três blocos de abordagem. O primeiro apresenta uma discussão sobre cultura, turismo e turismo

cultural, relacionando conceitos para a compreensão das tendências emergentes na contemporaneidade. O segundo bloco reúne os princípios, dilemas e considerações que deveriam constar na elaboração de políticas para o turismo cultural, partindo do pilar da educação. Por fim, o trabalho coloca em discussão os usos do patrimônio cultural da cidade de Ilhéus, ligado à literatura de Jorge Amado, para o turismo.

2 Cultura, turismo e turismo cultural

Na delimitação conceitual de cultura, tomamos como orientação paradigmática sua concepção como campo de estudo da antropologia (LARAIA, 2001), a partir da qual se concebe uma diversidade comportamental dos sujeitos. Cultura, em nosso estudo, está relacionada com tudo o que o homem faz, com o que os diferencia e os agrega em grupos, considerando sua dinâmica ao longo dos tempos.

Assim pensando, a atividade turística passa necessariamente a ser vista como uma questão cultural, pois o turismo, por excelência, implica a busca de diferenças traçadas pela cultura, pelo patrimônio e pela natureza (WAINBERG, 2003).

A singularidade dos aspectos naturais e as diferenças culturais marcadas pelo patrimônio material e imaterial edificam os pilares do turismo cultural, constituindo o grande atrativo para o desenvolvimento do setor.

Atualmente é crescente o interesse do turista em compreender a cultura e a história de lugares diferentes, bem como conhecer os hábitos e costumes de outros povos. Barreto (2000) classifica esse tipo de turismo como cultural, onde o principal atrativo é algum aspecto da cultura humana. Nesse sentido, destaca-se a importância do legado cultural de um povo ou de uma localidade, enquanto atrativo turístico para aqueles turistas que apresentam um perfil diferenciado e sentem a necessidade de conhecer outras culturas, outros modos de vida, de experimentar o contato com outros lugares.

Portanto, as características básicas ou fundamentais do turismo não se expressam pela viagem em si, mas por suas motivações. O turismo cultural é motivado pela curiosidade, que leva as pessoas a se deslocarem dos seus lugares normais de residências com a finalidade de obter informações e experiências para satisfazer suas

necessidades culturais. Dessa forma, no seu sentido mais amplo, essa tipologia seria aquela que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer bens materiais e imateriais produzidos pelo homem (BARRETO, 2003).

Nesse tipo de turismo, ao se apoiar no valor que a cultura apresenta para o seu povo e para o visitante, ela passa a ser vista como um “recurso” para o turismo. Sobre isso, Yúdice (2004) afirma que a cultura “é o eixo de uma nova estrutura [...] na qual o gerenciamento, a conservação, o acesso, a distribuição e o investimento – “em cultura” – tornam-se prioritários” (p. 13). Considerando a análise de Yúdice, a cultura é mais que mercadoria, quando atenta para questões identitárias, de interpretação e respeito às culturas locais.

É importante considerar também que vivemos numa sociedade na qual há uma tendência para a nostalgia, uma “busca dessa memória menos nos textos do que nas palavras, nas imagens, nos gestos, nos ritos e nas festas” (Le Goff, 1990, p. 472), o que se manifesta numa atração pelo patrimônio cultural. Contudo, Richards (2001) aponta para o fato de que o turismo cultural não se interessa apenas pelo passado. Ele produz, vende e consome também o “presente”. Por isso, a atividade turística tem como fundamento o elo entre o passado e o presente, o contato e a convivência com o legado cultural, com as tradições, com as formas expressivas reveladoras do ser e fazer de cada comunidade.

De acordo com o Conselho Internacional de Museus – ICOM (1998), essa tipologia tem como *objetivos*: (1) respeitar as culturas anfitriãs; (2) facilitar e animar o diálogo entre os conservadores do patrimônio e a indústria do turismo, com o objetivo final de um desenvolvimento sustentável; (3) transmitir a importância do patrimônio cultural a anfitriões e visitantes; (4) apoiar a conservação e a gestão do patrimônio cultural e, por fim, (5) formular pautas de intervenção no patrimônio cultural.

Dessa forma, Munhoz (2005) coloca como tendências do turismo cultural, em âmbito mundial que, (1) as tendências sociais apontam o interesse pelo conhecimento, pelos valores patrimoniais e pela democratização da cultura; (2) o aumento do nível de educação das populações em geral; (3) o aumento da expectativa de vida das

populações, principalmente dos países europeus; (4) a modernização e o maior alcance das ferramentas promocionais utilizadas pela indústria do turismo.

O Brasil vem alcançando índices que evidenciam um crescimento acima da média mundial no setor turístico, de acordo com o documento “Turismo no Brasil 2007-2010”, elaborado pelo Ministério do Turismo do Brasil.

O crescimento do turismo internacional no mundo, em chegadas de turistas estrangeiros, em 2004 e 2005, foi da ordem de 5,5%, enquanto no Brasil este crescimento, no mesmo período, foi da ordem de 12,5%. A meta para 2010 é aumentar essa marca em 70%.

O documento referencial sobre o Turismo no Brasil – 2007 / 2010 apresenta as propostas para o desenvolvimento da atividade projetado para os próximos anos, cobrindo um amplo leque de temas relacionados, inclusive os aspectos culturais.

De forma geral, inicialmente propõe, através da segmentação, identificar os destinos referenciais nas diversas atividades, como cavalgada, histórico/cultural, pedagógico, caminhada, agroturismo etc., realizando a qualificação específica de guias, condutores, multiplicadores e empreendedores, dentre outros.

Em seguida, o documento propõe fortalecer os roteiros turísticos através da agregação de valor das várias formas de produção - artesanato, agroturismo, festas populares, gemas e jóias, vestuário, moda etc. -, caracterizando os territórios pelas suas especificidades, como produtores ou como destinos turísticos.

Em terceiro lugar, sugere a criação dos mecanismos que permitam aos turistas nacionais e internacionais o entendimento da gastronomia brasileira como elemento do patrimônio cultural, constituindo um diferencial de competitividade.

3 Princípios, tensões e políticas para o turismo cultural

Como foi exposto, o turismo, por excelência, se sustenta pelas diferenças construídas a partir da natureza, do patrimônio, da cultura. Entretanto, enquanto atividade específica, o turismo cultural possui características próprias reveladas através dos seus dilemas, princípios e políticas.

Segundo Richards (2001), seis princípios norteiam o turismo cultural. Os dois primeiros enfatizam que, mesmo sendo uma atividade econômica, deva efetivar o intercâmbio cultural entre visitantes e anfitriões, com vistas à gestão sustentável do patrimônio e do seu aproveitamento.

O terceiro e o quarto princípios visam assegurar o planejamento do turismo e a conservação dos sítios como patrimônio cultural, objetivando garantir uma experiência agradável ao visitante.

Já o quinto enfatiza o dever em beneficiar a comunidade anfitriã com a distribuição equitativa dos benefícios do turismo. Por fim, o último determina a proteção e o sublinhamento dos valores do patrimônio cultural e natural.

A partir dessa perspectiva, percebe-se que o turismo cultural é uma prática plural que, para se efetivar, além do turista e do visitante, exige a participação integrada do setor público, do setor privado e do terceiro setor.

A esse respeito, Swarbrooke (2000, p. 36-37), analisando a estrutura do turismo cultural, enfatiza que, ao setor público, cabe a responsabilidade de “lidar com os recursos culturais e difundi-los através do *marketing*”. O setor privado deve “gerenciar muitos dos recursos culturais, preparar intermediários e fornecedores de serviços de apoio”, enquanto ao terceiro setor, ou setor voluntário, compete a gestão de outros tantos recursos, voltados para o patrimônio. Acredita-se que esta análise evidencia certo “reduccionismo” na posição do autor em não atribuir ao Estado a responsabilidade do diálogo com a sociedade, no sentido de elaborar políticas públicas para a compreensão, valorização e salvaguarda do patrimônio cultural.

Todavia, ainda que visto como uma atividade que solicita a interação dos segmentos sociais, o turismo cultural não está isento de promover conflitos e paradoxos. Sobretudo com o seu crescimento e conseqüente ampliação do perfil da sua clientela que, além de possuir diferentes idades, motivações e modelos de comportamento, interessam-se cada vez mais pelas experiências culturais e exóticas.

Como conseqüência, diluíram-se os limites entre cultura popular, cultura de massas e alta cultura. Todas elas se converteram em produtos para o turista cultural. O turista cultural encontra-se agora em todos os segmentos do mercado turístico.

Concomitantemente, segundo Richards (2000), para captar a atenção do turista, está ocorrendo uma “corrida ao armamento” no campo da cultura, onde destinos

turísticos perseguem serviços e infra-estruturas culturais tão boas ou melhores que seus concorrentes. Os governos dos países com desenvolvimento turístico ficam seduzidos pelas grandes receitas que entram em pouco tempo, mas um turismo cultural sustentável deve definir o direito das culturas locais a dizer “não” ao turismo.

Nesse sentido, surge a necessidade de se elaborar políticas voltadas para a educação patrimonial, gestão do conhecimento sobre o patrimônio, bem como estratégias para sua salvaguarda.

O ICOMOS¹, em sua Carta Internacional de Turismo Cultural, ainda que de forma generalizada, reafirma essa necessidade, salientando que:

Conscientes da extrema necessidade de modificar a atual atitude do público em geral sobre os grandes fenômenos desencadeados pelo desenvolvimento massivo do turismo, desejam que, desde a idade escolar, as crianças e os adolescentes sejam educados em conhecimento e em respeito pelos monumentos e sítios e o patrimônio cultural (1976, p. 3).

Nessa perspectiva, Simões (2003) assinala que, por promover a inclusão dos indivíduos, a identificação e preservação do patrimônio cultural, tendo em vista o desenvolvimento sustentado, a educação é o vetor mais apropriado para intervir junto a tal realidade.

Deste modo, fica evidenciado que as políticas públicas - conjuntos de valores, princípios e atitudes que vão mediar a relação entre Estado e Sociedade - devem priorizar a questão da Educação para o turismo cultural, envolvendo interativamente poderes públicos e privados, visitantes e moradores, tendo como suporte o patrimônio coletivo e individual de cada uma das partes.

4 Usos do patrimônio amadiano para o turismo em Ilhéus

O conhecimento que se tem – nacional e internacionalmente – da cidade de Ilhéus passa pela contribuição dada por Jorge Amado através de sua literatura. O escritor ajudou a cidade de Ilhéus a consolidar sua vocação ao turismo, projetando-a para além dos limites nacionais. Escritor brasileiro mais conhecido de todos os tempos –

¹ Conselho Internacional de Monumentos e Sítios.

mais traduzido e lido no exterior, com cerca de 50 obras, com aproximadamente 32 milhões de exemplares vendidos, traduzido em mais de 58 idiomas e dialetos -, Jorge Amado reconstrói em sua narrativa a saga do cacau e a luta pela conquista de terras na região Sul-baiana.

Isso é reforçado quando consideramos as várias adaptações feitas a partir do texto literário, possibilitando uma interlocução com outras formas de linguagem (como o cinema, o teatro, a televisão, o rádio e até mesmo para história em quadrinhos), permitindo que seja re-lido e divulgado por outras mídias. Essa divulgação nas várias linguagens através da mídia (como é o caso da exportação de novelas) permitiu levar para o mundo o imaginário baiano e mais especificamente das terras do cacau.

A literatura enquanto veiculadora da cultura é vista como um fenômeno instigador do turismo, como suscitadora de viagem, pois a “leitura de textos ficcionais contribui para o fluxo turístico de cidades ficcionalizadas” (SIMÕES, 2002, p. 178). Dessa forma, o potencial turístico da cidade de Ilhéus, no sul da Bahia, deve muito à contribuição da produção literária de Jorge Amado, a qual povoa o imaginário dos leitores de imagens das terras do cacau da Bahia, sua cultura e sua gente.

Com base em todo esse patrimônio, muitas são as tentativas de implementação do turismo cultural na cidade. Entretanto, em grande parte dessas investidas, a cultura encontra-se subordinada a um turismo massificador, em que ocorre a distorção do foco de abordagem do potencial simbólico regional, visando principalmente a impactos econômicos de curto prazo. Tal postura ameaça a apreciação, o usufruto e a conservação do patrimônio cultural, comprometendo, por consequência, a sua sustentabilidade.

Tomemos como exemplo o roteiro Quarteirão Jorge Amado, elaborado pela Secretaria de Turismo – SETUR, e a Fundação Cultural de Ilhéus – FUNDACI. O projeto foi concebido em forma de mapa cultural, relacionando prédios e monumentos que possuem referência à obra do escritor grapiúna. Visando a implementar o roteiro, as instituições elaboraram folhetos explicativos, com informações breves sobre cada patrimônio dos circuitos *Cravo e Canela*.

Ocorre que, segundo Menezes,

tem-se observado que parte da comunidade mal sabe localizar o Quarteirão e quase não conhece as histórias contadas por Jorge Amado, muito menos o seu valor cultural, social e histórico. [...] 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 a preservação da sua cultura (2004, pp. 14-15).

Uma vez que o projeto do roteiro foi elaborado somente pelo setor público, num exemplo de abuso, negligência e simplificação quanto aos aspectos cultural, literário e histórico local, acredita-se que tal problemática esteja calcada em falhas da gestão e da educação, que se encontra dissociada da realidade e das urgências regionais. Como se observa no estudo de Menezes, a ausência de um trabalho voltado para a educação, interpretação do patrimônio e distribuição de benefícios econômicos gerados com a atividade está levando à negação desse legado.

Segundo o anuário estatístico da EMBRATUR (EMBRATUR, 2005), o espaço geográfico ficcionalizado por Jorge Amado ainda apresenta poucos resultados com o turismo, como se observa ao comparar a receita do município de Ilhéus com a atividade em 2004, de apenas R\$ 293.082,00, à de Porto Seguro, igual a R\$ 1.224.025,00 ou à de Salvador de R\$ 2.280.053,00.

Para reverter esse problema e adequar o roteiro, acredita-se que seja necessário rever o planejamento do produto, de modo a conciliar o *saber especializado* que provém da academia, principalmente nos campos da história, da arte e da cultura, e o *saber enraizado*, que surge com a convivência cotidiana, com a experiência de vida em determinado local (GOODEY, 2002), o que só pode ser alcançado pela integração da comunidade nas iniciativas ligadas à formatação do produto turístico.

Sobre isso, Arizpe e Nalda colocam que,

A resposta das comunidades locais passa, inquestionavelmente, pelas possibilidades que se abram para a sua inserção no desenvolvimento regional, na tomada de decisões sobre o modelo desse desenvolvimento, em sua participação ativa na materialização dos projetos associados, e, sobretudo, na integração de seus membros a esses projetos como pessoal qualificado (2003, p. 247)

Assim, considera-se que, na medida em que se torna co-responsável pelas conseqüências do turismo, a comunidade pode vir a auxiliar na interpretação e conservação do patrimônio, evitando distorções, protegendo e se beneficiando de suas expressões culturais.

5 Considerações finais

O interesse pelo turismo cultural vem crescendo em nível mundial desde o final do século XIX, impulsionado pela tendência à nostalgia, aumento do interesse pelo conhecimento e por contato com grupos de culturas diferentes. Sobretudo no Brasil, as estatísticas apontam para um aumento do número de visitantes superior à média mundial. Tal fenômeno tem incitado os poderes públicos a gerar mecanismos para destacar os principais destinos e tentar garantir o respeito ao patrimônio cultural dos anfitriões.

Os princípios dessa atividade apontam para o respeito, integração e valorização dos grupos receptores através da justa distribuição de receitas geradas com a visitação.

Todavia, foi observado que a comunidade residente em Ilhéus, não contemplada no processo de planejamento do turismo, vem sofrendo uma série de impactos contraproducentes e, inclusive, apresenta uma resposta negativa ao patrimônio amadiano.

Acredita-se que o turismo cultural pode ser pensado como estratégia para o desenvolvimento e a inclusão social na cidade de Ilhéus, se pensado enquanto espaço de colaboração, em que o residente possa ser partícipe do processo planejamento e beneficiado econômica e culturalmente, consonante ao poder público e privado.

Referências

ARIZPE, L.; NALDA, E. Cultura, patrimônio e turismo. *In*: CANCLINI, N. G. (Coord.) **Culturas da Íbero-América: Diagnósticos e propostas para o seu desenvolvimento**. Trad.: Ana Venite Fuzato. São Paulo: Moderna, 2003. p. 221-250.

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas: Papirus, 2003.

BODO, C. Novas políticas para um turismo cultural sustentável. **Actas das Jornadas Européias de Cultura, Lazer e Turismo**. Guadalupe: Cáceres, 1995

EMBRATUR. **Anuário Estatístico 2004**. Volume 32. Brasília: Ministério do Turismo, 2005.

_____. **Turismo no Brasil 2007 – 2010**. Brasília, 2006

GREENWOOD, D. J. La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo em tanto processo de mercantilización cultural. In: SMITH, V. L. (Coord.): **Anfitriones e invitados**. Argentina: Dúas cidades, 1989, pp. 257-279.

GOODEY, Brian. Interpretação e comunidade local. In: MURTA, Stela Maris, ALBANO, Celina (orgs.). **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG, Território Brasilis, 2002. pp. 47 a 58.

ICOM. **Objetivos do Turismo Cultural**. Objetiva, 1998

LARAIA, R. de B. **Cultura**: um conceito antropológico. 14 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

Le Goff J. História e Memória. Trad.: Bernardo Leitão. Campinas, SP: UNICAMP, 1990

MENEZES, J. S. **Da literatura ao turismo cultural**: o caso Quarteirão Jorge Amado. Ilhéus: Mestrado em Cultura & Turismo, 2004. Disponibilizado em http://www.uesc.br/cursos/pos_grad/mest/turismo/dissert.htm Acesso em jul/2006

MUNHOZ, R. V. Turismo Cultural: la experiencia mexicana. **Caderno Virtual de Turismo**. Nº 7. Rio de Janeiro: Instituto Virtual de Turismo do Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.ivt-rj.net/> Acesso jul/2006

RICHARDS, G. **Cultura e turismo na Europa**. São Paulo: Nova Fronteira, 2000

ROBINSON, M. Por um turismo concertado. In: **O Correo da UNESCO**. Agosto/setembro de 1999, pp. 22-23.

SIMÕES, M. de L. N. De Leitor a Turista na Ilhéus de Jorge Amado. In: **Revista Brasileira de Literatura Comparada**. Nº 6. Belo Horizonte: ABRALIC, 2002. p.177-183.

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável** - turismo cultural, ecoturismo e ética. Vol 5. Trad. Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2000.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Trad.: Marie-Anne Henriette Jeanne Kremer. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

WAINBERG, Jacques Alkalá. **Comunicação e turismo**: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.