

**Rumo à Economia Criativa:  
Artesanato e Turismo em Itabuna\***

Aline de Caldas Costa<sup>1</sup>

Universidade Estadual de Santa Cruz

**Resumo:**

Este trabalho tem como objetivo desenvolver reflexão sobre a região Sul-baiana considerando o contexto globalizado e a interdisciplinaridade entre artesanato, literatura, cultura e turismo. Identifica aspectos referentes ao imaginário da identidade grapiúna, tomando como referência a literatura regional. Coloca a relação entre literatura e interesse turístico. Sinaliza a preocupação de artesãos de Itabuna em interagir com esse imaginário em suas obras, visando difundir a cultura local em perspectiva de fluxos turísticos. O trabalho contextualiza as estratégias para criação de políticas e articulações público-privadas das Indústrias Criativas, bem como as dificuldades em passar da economia cacauera a uma economia criativa. Por fim, relaciona as possíveis contribuições para a sustentabilidade através do artesanato e do turismo no município.

**Palavras-chave:**

Cultura – turismo – artesanato - criatividade

**Introdução**

Esculturas em argila, massa epóxi, madeira; bordados e patwork; frutas em cerâmica; doces e bebidas à base de frutas locais. São esses alguns dos produtos encontrados no *Shopping* de Artesanato Grapiúna, localizado no centro da cidade de Itabuna, sul da Bahia. Conhecida pelo imaginário do cacau difundido através da literatura, a região vem sofrendo várias transformações ocasionadas pela globalização.

A chegada de novas tecnologias para o plantio, a ocorrências de pragas, a baixa da cotação das amêndoas de cacau no mercado exterior e as falhas da exploração agrária ocasionaram grandes migrações para a zona urbana – em especial para as cidades de Itabuna e Ilhéus. Se, na literatura dos anos 30 a 80, a monocultura do cacau movimentava a economia Sul-baiana, no início do século XXI, a região procura tornar-se pólo comercial, tecnológico e turístico. Assim, os mercados urbanos impuseram

---

\* Trabalho apresentado ao GT “Turismo e construções simbólicas” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

novas exigências ao campo profissional em virtude de novas demandas e da necessidade de conquistar outros nichos de mercado.

Entretanto, como bem coloca Canclini, a impossibilidade de se incorporar todos os ramos sociais ao consumo industrial levou a um retorno às tradições artesanais: “povos que nunca tinha feito artesanato, ou apenas o fabricavam para autoconsumo, [...] nas últimas décadas se iniciam nesse ramo para suportar a crise” (2000, p. 216). É nessa conjuntura que Itabuna se destaca na produção de bens simbólicos artesanais.

Entendendo o artesanato como indústria criativa, este trabalho analisa a representação de signos da tradição cacauera grapiúna no artesanato, visando relacionar a cultura com o turismo. A partir dos Estudos Culturais, são identificados aspectos do imaginário da identidade local enfatizando a queda da monocultura do cacau e possíveis estratégias para a sustentabilidade através do marketing cultural e da economia criativa (DEHEIZELIN, 2005; REIS, 2003) junto à produção simbólica artesanal.

### **Aportes para a cultura glocal**

A partir do final do século XX, as grandes migrações e o avanço das novas tecnologias transformaram o campo da cultura gerando dois movimentos contrapostos.

O primeiro deles é o movimento de globalização, no qual surge uma rede planetária de processos industriais, tecnológicos e culturais, entre outras características, que interpela sujeitos diferentes, em dimensões espaciais diversas, através de bens simbólicos. A oferta de tais bens se mostra homogeneizadora de hábitos de consumo à medida que ignora fronteiras geográficas, atraindo diferentes segmentos consumidores.

Paralelo ao movimento globalizador, surge o movimento de localização da cultura. Neste caso, ocorre uma retomada das tradições locais, num processo de busca por traços culturais capazes de marcar a diferença entre os povos e o pertencimento destes a seus territórios de origem.

As negociações entre os dois movimentos implicam em novas identidades, híbridas. O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está rompendo antigos paradigmas para ser composto não de uma única, mas de várias identidades (HALL, 1999).

Para conviver em meio a esses dois processos opostos em funcionamento

---

<sup>1</sup> Mestranda em Cultura & Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz. Orientação de Maria de Lourdes Netto

A alternativa não é apegar-se a modelos fechados, unitários e homogêneos de ‘pertencimento cultural’, mas abarcar os processos mais amplos – o jogo da semelhança e da diferença – que estão transformando a cultura no mundo inteiro. Esse é o caminho da ‘diáspora’, que é a trajetória de um povo moderno e de uma cultura moderna (HALL, 2003, p 47).

Neste jogo de identificações mesclam-se tradições locais e signos globais. Por meio de reconfigurações ou ressignificações, signos do passado são atualizados para referir traços identitários atuais. Tais transformações no âmbito da identidade se estendem a outros setores da vida contemporânea, como o social, o cultural e o artístico, conforme explicita Stuart Hall: “[...]cada movimento social e cada desenvolvimento criativo nas artes do Caribe neste século começaram com esse momento de tradução do reencontro com as tradições afro-caribenhas ou o incluíram” (Ibidem, p 41).

As veias globais de distribuição da produção cultural impulsionam a criatividade de atores sociais que buscam diferenciar seus produtos vivendo a localidade de sua cultura. Isto resulta em novos usos do patrimônio histórico, o qual passa a ser conveniente no ato de reconhecimento do próprio e impulsionador do desenvolvimento sustentável, em especial, quando atrai o olhar do outro, ou seja, no caso do turismo.

### **A localidade da cultura grapiúna**

Com apenas 96 anos de emancipação política, Itabuna tem sua história confundida com a da região cacauera. O desbravamento, o plantio do cacau, os costumes e gentes que fundaram o imaginário da identidade local estabelecem uma relação intertextual entre ficção e memória histórica, encerrando signos de “grapiunidade”<sup>2</sup> em diversas obras literárias.

Rapazola, meu pai abandonara a cidade sergipana de Estância, civilizada e decadente, para a aventura do desbravamento do sul da Bahia, para implantar, com tantos outros participantes da saga desmedida, a civilização do cacau, forjar a nação grapiúna (AMADO, 1996, p. 14).

---

Simões. Grupo de pesquisa Identidade Cultural e Expressões Regionais – ICER. [lis19@yahoo.com.br](mailto:lis19@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Termo que sintetiza os traços identitários da região. É utilizado por Adailson Henrique Miranda de Oliveira, na sua dissertação O SANTO É DE ILHÉUS; A LAVAGEM DE SALVADOR: reflexões sobre industrialização e mercantilização no processo de turistização da Lavagem das Escadarias da Catedral de São Sebastião (2005).

A consolidação da cacauicultura com as altas nas cotações permitiu o surgimento de figuras como o coronel abastado e o trabalhador sofrido, além de costumes rurais e urbanos característicos.

Os dias de trabalho, os facões e as foices [...]. As noites, fogueiras cercando as casas, clarão no grande terreiro, as danças e os cantos em coros assombrando as florestas. Todos eles negros, os habitantes, vinte famílias em um bloco. Os meninos e os cachorros, o chão limpo, pedaços de pastos com as vacas e as mulas, os carneiros e as cabras na grama. Viviam os patos, tranqüilos no ribeirão, enquanto as mulheres lavavam as roupas (ADONIAS FILHO, 1970, p. 125).

O Doutor não era doutor, o Capitão não era capitão. Como a maior parte dos coronéis não eram coronéis. Poucos, em realidade, os fazendeiros que nos começos da República e da lavoura do cacau haviam adquirido patentes de Coronel da Guarda Nacional. Ficara o costume: dono de roças de mais de mil arrobas passava normalmente a usar e receber o título que ali não implicava em mando militar e, sim, no reconhecimento da riqueza (AMADO, 1975, p. 29).

Como coloca Simões, a literatura “re-cria a realidade” (1996, p. 156). Se esta se compõe a partir de elementos sociais, históricos, filosóficos e culturais, a ficção, por sua vez, funciona como “microestrutura que alimenta a macro, a significação” (ibid.), estando ambas inter-relacionadas.

Vale lembrar que a literatura regional não retrata somente a cultura do cacau.

No aniversário da cidade, como é de costume, eventos e solenidades oficiais acontecem. Alguns deles devem lembrar talvez o sergipano Félix Severino do Amor Divino. O primeiro homem que pisou este solo e, no lugar denominado Marimbeta, ergueu uma casa de taipa, plantando ali uma roça de cereais e cacau. [...] Quase cem anos depois, parece um sonho, a cidade lateja num corpo incessante de quase trezentos mil habitantes. Pulsando e se impulsionando com o trabalho de sua gente, escala o azul do céu com edifícios e repercute esse mistério que é o homem engastado no pasto da memória dentro dessa coisa a que se chama vida (MATOS, 1999, p. 49).

Os escritores contemporâneos tematizam a cidade, as transformações em sua paisagem e a contextualização do momento histórico. Cyro de Matos refere o surgimento da cidade, mas recorre a reconfigurações do espaço e a signos de progresso para expressar a passagem da monocultura cacauífera à atual estrutura urbana de comércio que delinea a base da economia contemporânea.

## **O turista-leitor e o artesanato grapiúna**

Segundo Simões (2002), a literatura suscita dois tipos de comportamentos no leitor. O *leitor-turista* é aquele sujeito que lê um determinado texto, visualiza o espaço descrito, se identifica com o cenário descrito e realiza uma viagem imaginária. O *turista-leitor* é o sujeito que, motivado pela leitura, visita o local adaptado pelo autor para narrar a história.

A autora explora a questão do imaginário e da *desterritorialização* como agentes que promovem a cultura local e contribuem para o aumento do turismo em cidades-parco de ficções, por apresentarem, na literatura, um alto grau de visibilidade da região.

No ato de visitação, o *turista-leitor* se sente convidado a realizar uma releitura da cidade a partir da obra, na qual busca interagir com a comunidade e seu legado cultural, o que também ocorre através do consumo de artesanato.

Considerado como tradição, elemento folclórico ou artefato tangibilizador da memória de comunidades, o artesanato compõe ainda uma alternativa de renda. Contudo, sua inclusão no ramo de atividades econômicas levou a um processo de industrialização do produto artesanal, voltado para o consumo turístico também de massa. Esse fenômeno originou o termo *industrianato* (PINHO, 2002), em que o artesanato é feito em larga escala e distribuído para além do território de origem, desvinculando-se de uma localidade, tradição ou comunidade específica, entre outras características.

Ocorre que, em relação ao turismo, a diferença constitui-se em núcleo do produto (WAINBERG, 2003) e coloca em lugar privilegiado o artesanato que pode funcionar enquanto ferramenta facilitadora da compreensão do destino, atuar junto à memória e como alternativa sustentável para o desenvolvimento.

Em visita ao *Shopping* do Artesanato Grapiúna, foram realizadas entrevistas com os quatro artesãos de maior articulação política junto a esta classe no município. Três deles enfatizaram a preocupação em abordar a temática local. José de Souza, José Fernandes e Adonias Borges se apropriam do imaginário da cultura cacauera visando atrair o público de outras regiões que visitam Itabuna, seja por conta de seu comércio variado, pelo *shopping* center ou mesmo pela localização do município no eixo rodoviário que permite acesso a várias cidades turísticas.

Os três artesãos se inspiram na infância vivida nas fazendas, reportando-se aos signos emanantes do sentimento de grapiunidade. Souza e Adonias representam em suas esculturas referências ao cotidiano, hábitos de vida das comunidades rurais, os saberes

sobre o manuseio de ferramentas e o trato das amêndoas, a divisão do trabalho. Destacam a figura humana, o cacaeiro e o fruto dourado. Fernandes aplica o conhecimento sobre ervas medicinais em sabonetes caseiros.



FIG 01: “Mãe grapiúna”. Escultura de Fabrício Küster.  
FIG 02: “Cocos de cacau” feitos em cerâmica. Adonias Borges.  
FIG 03: escultura em papel reciclado de José de Souza.  
Fonte: Aline de Caldas

Outro escultor que se inspira na cultura local é Fabrício Küster. Embora não seja natural da região Sul-baiana, vive há cinco anos num sítio próximo a Itabuna, onde interage com personalidades marcadas pelo trabalho na lavoura cacaeira. Suas obras referem figuras femininas maternas, com traços étnicos típicos.

Ao tomarem traços de grapiunidade para suas obras, os artesãos ressignificam as identidades culturais em função do novo momento histórico, no qual as comunidades populares tentam retomar sua cultura enquanto “recurso para a melhoria sociopolítica e econômica” (YÚDICE, 2004, p. 25), para a sustentabilidade em tempos de globalização.

### **Economia cacaeira x Economia criativa**

A década de 90 evidenciou a fragilidade da economia cacaeira. Foram registrados focos de pragas, baixas cotações sucessivas e o empobrecimento da classe agricultora. Os constantes investimentos em patrimônio estrangeiro, “a busca do ter, do poder” (SIMOES, 1998, p. 120) enfraqueceram a economia local, onde pouco circulava em capital. A região que conviveu com a ventura do cacau viu-se mergulhada em dificuldades profundas.

Como a recuperação da lavoura cacaeira é prevista só a médio e longo prazo, restou à comunidade menos favorecida buscar oportunidades de trabalho na cidade. Itabuna sofreu inchaço populacional e formação de bolsões de pobreza. Aos gestores competia a urgência em criar empregos e diversificar a economia local. Chegaram

indústrias e empresas, um *shopping* center. A infra-estrutura implantada nesse período atraiu mais pessoas de municípios periféricos e a cidade tornou-se referência regional em comércio, atendimento médico e educação.

A tentativa de implementação do turismo em Itabuna aconteceu em 2002, quando a cidade passou a integrar a Costa do Cacau, junto a outros cinco destinos turísticos. Contudo, a cidade não possui um inventário de seus atrativos, tampouco políticas para a sustentabilidade cultural e econômica através do turismo.

O *Shopping* do Artesanato Grapiúna é um dos pontos de referência para os turistas. Contudo, a diversidade da produção artesanal em Itabuna ainda é pouco explorada. Como bem coloca Deheizelin,

estamos fazendo canja com galinha de ovos de ouro cada vez que deixamos ao abandono o capital cultural de nosso país e trabalhamos com bases em ações (que não merecem o nome de políticas culturais, por que não o são) que estão focadas em eventos isolados em não em processos (2005, p. 1).

Faltam políticas de incentivo que possam ir além de simples espaços para exposição, projetos de marketing cultural que permitam a visibilidade dessa produção no âmbito do turismo nacional e internacional visando fortalecer a economia e a cultura locais.

O objetivo de gerar desenvolvimento econômico e social através da cultura, tendo o turismo como um dos pontos fortes, tornou-se um debate mundial que, em abril de 2005, levou cerca de 100 representantes de 20 países a se reunirem no I Fórum Internacional das Indústrias Criativas, em Salvador.

O evento foi uma iniciativa do Ministério da Cultura do Brasil, em parceria com a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Organização Internacional do Trabalho (OIT). Na ocasião, Salvador foi indicada para abrigar o Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa, o que coloca a Bahia em posição de vanguarda quanto às iniciativas para a valorização de produtos ligados à criatividade e à cultura. No mesmo ano, a cidade sediou o Seminário Indústrias Criativas: a cultura no século XXI.

Os eventos discutiram estratégias para impulsionar a geração de produtos dotados de valor simbólico e ao mesmo tempo comercializáveis. São as chamadas

Indústrias Criativas, isto é, setores de produção cultural que envolvem criatividade e conhecimento e podem resultar em propriedade intelectual.

A diferenciação, frente ao mercado globalizado, desses bens simbólicos acontece por meio da retomada de traços identitários de cada local. As Indústrias Criativas ultrapassam a dimensão cultural e inserem a identidade num sistema internacional de comércio. O turismo também figura como item a ser potencializado, pois permite a formação de público consumidor e possibilidades de articulações para exportação de novos produtos.

Os obstáculos para caminhar rumo à Economia Criativa estão em captar recursos. Para os financiadores, é difícil mensurar o risco e a oportunidade oferecidos por uma Indústria Criativa. As perspectivas de geração de patentes ou propriedade intelectual soam intangíveis para os agentes de fomento, que esperam resultados mais consistentes quando apoiam um novo negócio (REIS, 2006).

As dificuldades observadas nesse âmbito em Itabuna correspondem às de outros destinos de vanguarda como Londres ou Xangai: governos, empresas privadas e instituições financeiras precisariam criar rotinas de planejamento, modelos de financiamento ou articulações para tal. Também é inevitável investir na formação dos produtores criativos, viabilizar o conhecimento necessário para que estes possam solicitar créditos e dirigir finanças, criar projetos para impulsionar as exportações, gerenciar a qualidade dos produtos e multiplicar resultados junto à comunidade.

Mas existem exemplos de caminhos promissores. A França criou em 1983 o *Institut pour l'ê Financement du Cinéma et des Industies Culturelles*. O IFCIC atua facilitando o diálogo para o financiamento a Indústrias Criativas, além de garantir de 50 a 70% do valor financiado às agências de fomento, em caso de falência (REIS, 2006).

A China adotou uma estratégia de indústria criativa que oferece suporte estrutural através de capacitação e planejamento a longo prazo, o que evita que as pequenas empresas sofram as conseqüências típicas das mudanças de governos.

A Inglaterra criou o Ministério das Indústrias Criativas, primeiro país do mundo a implementar um órgão específico na área. Seguindo os passos britânicos, a Argentina e o Chile fundaram um Setor de Indústrias Criativas em seus Ministérios da Cultura, objetivo que a Ásia também está tentando alcançar.

O Centro Transdisciplinar de Economia Criativa, com previsão de inauguração para 2006, em Salvador, atuará na proteção da diversidade cultural e na potencialização dos aspectos positivos da relação entre o produtor independente, o comércio e a

produção de bens simbólicos. A proposta do CITEC é desenvolver estruturas de apoio, modelos de políticas públicas e de distribuição alternativa; sistemas de proteção à distribuição nacional e auxílio às negociações internacionais (JAGUARIBE, 2006).

O fato de Salvador estar geograficamente próxima e também buscar passar de uma fase de carências para uma etapa de inovação pela criatividade e pelo turismo constitui uma esperança para a comunidade itabunense de artesãos, ainda que o acesso à informação seja bastante isolado.

## **Conclusão**

Sair de um ciclo de atraso para um ciclo de renovação. Eis o desafio para a região que sobrevive às parcas heranças da instabilidade da economia cacaueteira. Com base no comércio e no vasto legado cultural, especialmente o literário, surgem tentativas de fomentar o turismo. Entretanto, em grande parte dessas investidas, a cultura encontra-se subordinada a um turismo massificador, o qual ignora políticas para o aproveitamento do potencial simbólico local.

Mais do que renda, o artesanato pode levar à inclusão social, à valorização da identidade e ao desenvolvimento socioeconômico.

A contribuição da Economia Criativa está em enfatizar que os bens produzidos com base na criatividade não devem ser analisados com base apenas no capital monetário. Devem ser pensados em termos de coesão social e confiança na sociedade, enquanto capital social, acumulado historicamente e fortalecido pela identidade cultural. Devem também ser considerados como capital intelectual, gerando impactos junto à formação educacional e profissional dos atores sociais envolvidos. É ainda capital cultural, pois envolve reconfigurações na distribuição e consumo de bens simbólicos.

O papel do artesão está não somente em rememorar técnicas de produção tornadas obsoletas pela era industrial. Este passa a desempenhar a gestão do conhecimento, utilizando o global como alavanca para fortalecer o local.

O que foi observado em Itabuna, e os líderes da comunidade de artesãos já sentem, é a necessidade de aliar a vivência de sua cultura ao desenvolvimento econômico. Mais que isso, trabalham em solidariedade aos que se interessam em se aprimorar tecnicamente, difundindo o conhecimento e a região. Contudo, falta-lhes o conhecimento necessário para catalisarem recursos e o apoio governamental indispensável para firmar parcerias junto a órgãos financiadores e profissionalizantes, além de projetos que os coloquem à luz da lógica global de comércio.

## Referências

- ADONIAS FILHO. **Léguas da Promissão**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.
- AMADO, Jorge. **Gabriela Cravo e Canela: Crônica de uma Cidade do Interior**. 51ª Edição. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, Martins, 1975.
- \_\_\_\_\_. **O Menino Grapiúna**. Rio de Janeiro – 16ª Ed.: Record, 1996.
- CANCLINI, Nestor García. **Culturas Híbridas**. São Paulo: EDUSP, 2003.
- DEHEIZELIN, Lala. Economia criativa e a canja de galinha dos ovos de ouro. *In: Cultura e mercado*. São Paulo: Rede Pensarte, 2005. Disponível em [www.mercadoecultura.com.br](http://www.mercadoecultura.com.br) Acesso em nov/2005.
- \_\_\_\_\_. O jardim zen, economia criativa e desenvolvimento. *In: Cultura e mercado*. São Paulo: Rede Pensarte, 2005. Disponível em [www.mercadoecultura.com.br](http://www.mercadoecultura.com.br) Acesso em fev/2006
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Guacira Lopes. Rio de Janeiro: DP & A, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Org. Liv Sovik; trad. Adelaine La Guardia Resende [et al]. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.
- JAGUARIBE, Anna. Indústrias Criativas: Entrevista concedida a Bruno Dorigatti. *In: Revista Idiosincrasia*. 2006. Disponível em [www.portalliteral.terra.com.br](http://www.portalliteral.terra.com.br) Acesso em mar/2006.
- MATTOS, Cyro de. **O mar na rua Chile e outras crônicas**. Ilhéus: Editus, 1999.
- PINHO, M. S. de. Produtos artesanais e mercado turístico. *In: MURTA, S. M.; ALBANO, C. (Org). Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG; Território Brasília, 2002. p 169-180.
- REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura**. São Paulo: Thompson, 2003
- \_\_\_\_\_. Caminhos promissores. *In: Cultura e mercado*. São Paulo: Rede Pensarte, 2005. Disponível em [www.mercadoecultura.com.br](http://www.mercadoecultura.com.br) Acesso em mar/2006.
- SIMÕES, Maria de Lourdes Netto. De Leitor a Turista na Ilhéus de Jorge Amado. *In: Revista Brasileira de Literatura Comparada*, 6. Belo Horizonte: ABRALIC, 2002. p. 177 – 183
- \_\_\_\_\_. A literatura da Região Cacaueira baiana: questão identitária. *In: Revista do centro de estudos portugueses Hélio Simões*. Ilhéus: Editus, 1998. p. 119-128.
- \_\_\_\_\_. A redimensão da obra literária. *In: Caminhos da ficção*. \_\_\_\_\_. Salvador: Secretaria da cultura e turismo da Bahia, 1996.
- YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.
- WAINBERG, Jacques Alkalá. **Comunicação e turismo: a indústria da diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.