



cultur

Revista de Cultura e Turismo

Artigo:

**MEMÓRIA E IDENTIDADE GRAPIÚNA: FOCOS SOBRE ARTESANATO,
TURISMO E SUSTENTABILIDADE**

Autores:

Aline de Caldas Costa¹

Janete Ruiz de Macedo²

Copy right, 2007, CULTUR. Todos os direitos, inclusive de tradução, do conteúdo publicado pertencem a CULTUR - Revista de Cultura e Turismo. Permite-se citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es), que serão informados que a aprovação dos artigos implica na cessão imediata de direitos, sem ônus para a revista, que terá exclusividade de publicá-los em primeira mão. Em caso de dúvidas, consulte a redação: revistacet@hotmail.com

A CULTUR – Revista de Cultura e Turismo, é um periódico científico eletrônico, idealizado no Programa de Mestrado em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz. Com a missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura, Turismo e áreas afins, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

CULTUR – Revista de Cultura e Turismo

CULTUR, ano 03 – n. 02 – abril/2009

www.uesc.br/revistas/culturaeturismo

¹ Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV e Mestre em Cultura & Turismo pela UESC. Aluna especial do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social UFMG. Pesquisadora do grupo ICER. lisis19@yahoo.com.br

² Doutora em História da Antiguidade Clássica pela Universidad de Leon (2000). Professora titular da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).

RESUMO

O presente trabalho objetiva relacionar aspectos da memória regional Sul-baiana à identidade cultural e ao turismo. Em sua primeira parte, são relacionados aspectos teóricos sobre cultura, memória e identidade, de modo a fundamentar a etapa seguinte, em que são relacionadas imagens de identidade forjadas na região Sul-baiana, em sua evolução histórica. Por fim, são relacionados produção artesanal, criatividade, turismo e sustentabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Memória; Identidade; Região; Sustentabilidade.

ABSTRACT

This work aims to link aspects of memory regional South-Bahian to cultural and tourism. In its first part, are related theoretical aspects of culture, memory and identity in order to support the next phase, in which images are related to identity forged in the South-Bahia, in its historical evolution. Finally, are related craft production, creativity, tourism and sustainability

KEY-WORDS: Memory; Identity; Region; Sustainability.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo relacionar aspectos da memória regional Sul-baiana à identidade cultural e ao turismo. A memória e a identidade são consideradas como suscitadoras do trânsito turístico e a produção artesanal como recurso ampliador do imaginário e valorização da cultura local (HALL, 1999). Considera-se a produção artesanal como “indústria criativa”, ou seja, como atividade que pode combinar elementos tangíveis e intangíveis a determinado produto, dotando-o de valor simbólico e econômico (DEHEIZELIN, 2005).

Em sua primeira parte, o trabalho relaciona aspectos teóricos sobre cultura, memória e identidade, de modo a fundamentar a etapa seguinte, em que são relacionadas as imagens de identidade forjadas na região Sul-baiana. Em sua terceira parte, são relacionados artesanato, criatividade, turismo e sustentabilidade. Nesse ínterim, ressalta um arcabouço de tradições da região cacauieira e seus novos usos frente à globalização.

2. CULTURA, MEMÓRIA E IDENTIDADE

A partir do final do século XX, as grandes migrações e o avanço das novas tecnologias transformaram os campos da cultura, gerando dois movimentos contrapostos. O primeiro deles é o movimento de globalização (CANCLINI, 1997), 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 informações, bens simbólicos, novas tecnologias etc. Surge o conceito de desterritorialização (Ibid.), em que os limites entre locais, bem como o tempo de acesso a eles, se tornam mais relativos, comprimido a segundos, no caso da internet.

Paralelo ao movimento globalizador, surge o movimento de localização da cultura (HALL, 1999; YÚDICE, 2004). 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 sentimento de pertença destes aos seus territórios de origem, bem como impulsionar uma produção simbólica que os possibilite acumular capitais cultural, social e econômico frente ao primeiro movimento.

As negociações entre os dois movimentos implicam em novas identidades, híbridas e, sobretudo, intensificam os esforços pela criação de uma imagem de região, tomando como fundamento traços de um passado capazes de emanar o sentimento de relação do coletivo para com o território.

Interessa-nos aqui pontuar que estes traços compõem “pontos de referência” para a estrutura da memória coletiva, com ênfase em lembranças e, especialmente, no sentimento de pertença e identidade cultural. A memória, de acordo com Pierre Nora (1993), é viva, encontra-se sempre no tempo presente, latente no grupo. Além disso, possui o corpo como suporte único. Há toda uma estrutura funcional no corpo humano que se encarrega do registro, acúmulo e representação das imagens no cérebro, transitando entre realidade e percepção, conservando o que se foi vivido.

Em dado momento, o presente demanda desse mecanismo a memória, a qual, segundo Bosi (1987), em menção a Bergson, pode ser analisada sob duas formas: a memória-hábito e a imagem-lembrança. A primeira se refere aos conhecimentos de que nos utilizamos para realizar as atividades cotidianas. A autora chega a classificá-la enquanto comportamento muitas vezes automático, porque se dá pela repetição, pela necessidade de socialização, como parte de nosso “adestramento cultural” (p. 11). A segunda forma de memória se relaciona com vivências singulares, fatos únicos. “A imagem lembrança tem data certa: refere-se a uma situação definida, individualizada, ao passo que a memória-hábito já se incorporou às práticas do dia-a-dia” (Ibid.).

Embora seja suscetível ao esquecimento, a manipulações e distorções do inconsciente, a memória situa a lembrança no “sagrado”, constituindo-se em um absoluto. Michael Pollac acrescenta que a memória coletiva tem como função a coerção social por meio de uma “adesão afetiva ao grupo” (1989, p. 3).

Como bem coloca Le Goff, a “memória é um elemento essencial do que se costuma chamar hoje identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje” (476), isto porque, mais que instrumento de tradição, a identidade é um objeto de poder.

Isto se dá, principalmente, através do registro das memórias coletivas, o que implica num processo de “enquadramento da memória” através da construção de um discurso que se quer ser “oficial”, o qual, ainda que seja no campo oral, resulta numa

memória comum, na produção da “história”. Nora nos diz que a história se constitui numa “reconstrução problemática e incompleta do que não mais existe” (p. 9) e possui vocação para o universal. É nesse campo que surge a discussão sobre ideologia e organização simbólica de uma representação social, de uma imagem de identidade individual, local, regional ou mesmo nacional.

A primeira imagem de identidade sul-baiana confunde-se com a nacional, uma vez que tem como base o legado histórico de “achamento” do Brasil. As descrições que se tem acerca do novo mundo estão permeadas por uma interpretação demonológica feita pelos europeus acerca das matas, dos animais, dos nativos (SOUZA, L. 1993; DAHER, 1996). Mais tarde, a presença da mão-de-obra africana vai também contribuir para reforçar o binário colonizador/colonizado, no sentido de haver um grupo civilizado e dois grupos bárbaros. O mito de fundação da nação brasileira vai se fundamentar na junção desses três grupos: europeus, africanos e indígenas, neste quadro determinista, em que a natureza atravessa as questões de ordem comportamental (CHAUÍ, 2000; SCHWARCZ, 1993). Essa imagem prevalecerá até que o Estado assuma importante papel na reformulação de uma nova identidade, construída política, cultural e cientificamente.

Essa nova imagem de região, que englobou todo o Estado da Bahia, difunde-se a partir da chegada e do crescimento dos meios de transporte e comunicação, combinados às “políticas imaginadas e praticadas em torno dos mesmos e os efeitos causados na construção de uma regionalidade baiana no decorrer dos últimos 150 anos” (FREITAS, 2000, p. 24). A presença do Estado foi fundamental para o processo de desarticulação da imagem regional da nacional e sustentação de uma nova identidade. As estradas de ferro e melhorias para a navegação reforçaram a ligação entre as cidades do interior e a capital e os meios de difusão destas localidades levaram a uma maior integração regional, fortalecendo o território.

A participação dos meios de comunicação ganha mais destaque nos últimos trinta anos, quando os mercados fonográfico e turístico passam a ocupar mais espaço nessa imagem de região. Surge o termo “baianidade”, alimentado sempre por traços culturais como a sensualidade, religiosidade, tradição, morenidade e musicalidade. “Um suposto ethos baiano é constituído como algo que produz sentidos (um sistema de

representação cultural): os indivíduos participam da idéia do coletivo tal como ela é representada em sua cultura local ou extra-local” (PINTO, 2006, p. 11). O carnaval, a literatura e as artes visuais também são agentes fundamentais desse processo junto aos meios de comunicação.

A região Sul-baiana, após anos de isolamento, volta a se erguer economicamente com a cacauicultura e busca a construção discursiva de uma auto-imagem em que fique marcada a existência de uma “grapiunidade”. Agora é a literatura regional que vai colaborar para a difusão de uma nova imagem identitária, destacando-se aí Jorge Amado, Adonias Filho, Euclides Neto, entre outros. Em seus textos, a região nasce com a chegada dos desbravadores sergipanos, dos comerciantes árabes. Apaga-se a presença dos canaviais e dos conservadores escravocratas em função de novos atores sociais: o coronel, o jagunço, o trabalhador.

De acordo com Ribeiro (2005), o coronel é marcado pela imagem de self made man, o homem de coragem e humildade, que ergue uma região a partir do cultivo de cacau e, com base apenas na intuição, no senso comum, forja toda uma nova sociedade. Cabe salientar que o método de acumulação de poder destes sujeitos se dá pela conquista do território através da força, da violência e da opressão, bem como pela sua capacidade de cooptação das forças (polícia, judiciário, política, jagunço), além da ausência de uma atuação real dos mecanismos de Estado. Instaure-se o “caxixe”, uma forma oficialmente legal de formalizar a posse de terras, que, em verdade, corresponde a um golpe.

O jagunço constitui-se em principal aliado do coronel, responsável pelo processo de tomada de posse das buraras - pequenas propriedades produtivas das quais não há documentação oficial que garanta direitos destes pequenos produtores sobre a área -, e manutenção da ordem outorgada pelos coronéis. Também se responsabilizavam pelas tocaias e imagem de guerrilha que se instaura neste período de “conquista” das matas para cultivo de cacau.

O trabalhador rural é representado principalmente pelas precárias condições de vida, de saúde, de moradia, fome e pobreza; pela mobilidade imposta pelas constantes migrações, pela vivência das relações de solidariedade com os demais, encontros semanais nas feiras, festas religiosas, simplicidade (CEAS, 1990). Na literatura

amadiana esse agente ganha luz e importância, embora seja quase ausente dos estudos acadêmicos.

Há também a figura do exportador, considerados pelos coronéis como forasteiros. Os exportadores dotavam de capital intelectual suficiente para se tornarem donos das terras e, conseqüentemente do poder dos coronéis sem, contudo lançar mão da força. O método utilizado para minar o poder dos coronéis constitui-se num novo tipo de caxixe, em que o preço do cacau sobe; os coronéis recebem ofertas de crédito por parte do comércio e dos próprios exportadores; gastam desordenadamente com supérfluo e, subitamente, a cotação das amêndoas cai: os coronéis se vêem endividados (SOUZA, 2001).

Como bem coloca Antonio Souza, “incorporar o capital financeiro nessa estrutura feudal formada por terra, cacau e poder absoluto, era questionar a prática social existente na região do cacau. [...] nessa possibilidade de confronto de interesses, o poder local ganhou dinamicidade” (p. 164). Os exportadores marcaram um período de maior atenção às regras, aos prazos e contratos, à qualidade das amêndoas e demanda por tecnologia.

Nesse ínterim, surge a Comissão Executiva para o Plano da Lavoura Cacaueira (Ceplac). A Instituição foi montada com base em incentivos governamentais para impulsionar o crescimento e combater as pragas na lavoura cacaueira. Contudo, “o esforço dessas instituições não é o suficiente para eliminar da região as características de subdesenvolvimento” (ASMAR, 1983, p. 70). A ocorrência de pragas na lavoura cacaueira impulsionou a chegada da clonagem, a qual dispensou a prática tradicional do plantio e também boa parte da mão-de-obra empregada. A baixa da cotação das amêndoas de cacau no mercado exterior e as falhas da exploração agrária ocasionaram a as migrações de trabalhadores rurais para cidades como Ilhéus e Itabuna, causando uma implosão populacional.

Com base nas riquezas naturais, no imaginário do cacau, dos coronéis e das Gabrielas difundido pela literatura, cinema, telenovelas etc., a região Sul-baiana vive o desafio da mudança de uma economia baseada em monocultura para o aproveitamento de outros insumos disponíveis. Desde a década de 90, o turismo vem figurando como uma das principais opções para essa mudança.

3. IDENTIDADE, ARTESANATO E TURISMO: VIAS PARA PENSAR A SUSTENTABILIDADE

Durante a década de 90, a região Sul-baiana vem tentando se valer de uma imagem de grapiunidade promovida durante meados do século XX por autores como Jorge Amado, Adonias Filho, dentre outros, para implementar uma política de turismo e diversificar a economia em perspectiva global. Como bem coloca Beni,

O turismo representa uma atividade plurisetorial que necessita de coordenação e de planejamento de seu desenvolvimento, que só podem ser providos pelo poder público. Outra característica é sua relevante implicação social e cultural que não pode e não deve interessar apenas ao empreendedor mas, (sic.) acima de tudo, que representar a garantia dos interesses da coletividade (2000, p. 100).

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

Temos que, semelhante a muitos casos brasileiros, a cultura vem sendo colocada em posição de subordinação a interesses econômicos, quando da implementação da atividade turística. O resultado, lamentavelmente, é um quadro de turismo massificador, em que ocorre a exclusão da comunidade local desse processo e a distorção do foco de abordagem dos potenciais simbólicos locais, visando principalmente a impactos em curto prazo. Tal postura ameaça a apreciação, o usufruto e a conservação do patrimônio cultural e natural, comprometendo, por conseqüência, a sua sustentabilidade.

Itabuna está localizada a 429 km da capital Salvador e a 25 km de Ilhéus, principal cidade palco das ficções referidas acima. Em posição rodoviária estratégica, a cidade vive uma fase de estruturação de seu potencial no setor do comércio, educação média e superior, centro médico-hospitalar e cultural. Embora desprovida dos atrativos aquáticos da cidade vizinha, Itabuna se destaca, reunindo grande parte da produção de bens simbólicos artesanais da região. Como bem coloca Canclini, "povos que nunca tinham feito artesanato, ou apenas o fabricavam para autoconsumo, [...] nas últimas

décadas se iniciam nesse ramo para suportar a crise" (2000, p. 216). A partir dessas novas apropriações do capital cultural, o popular passa a ser abordado a partir de suas intersecções com a modernidade.

Nesse contexto, Canclini refere Marta Blache para explicar o deslocamento da idéia de tradição. Entendida antes como um conjunto de objetos materiais, a tradição para ser enxergada enquanto “um mecanismo de seleção, e mesmo de invenção, projetado em direção ao passado para legitimar o presente” (CANCLINI, 2000, p. 220). O folclore passa a ser abordado em intersecção com outros aspectos da modernidade.

O folclore não tem hoje o caráter fechado e estável do universo arcaico, pois se desenvolve em meio às relações versáteis que as tradições tecem com a vida urbana, com as migrações, o turismo, a secularização e as opções simbólicas oferecidas tanto pelos meios eletrônicos quanto pelos novos movimentos religiosos ou pela reformulação dos antigos (Ibid., p. 219).

A representação do imaginário sobre o cacau, pelo artesanato itabunense, envolve a referência aos hábitos de vida das comunidades rurais, os saberes sobre o manuseio de ferramentas e trato das amêndoas, a divisão do trabalho e a convivência entre pessoas de diversos lugares que migraram para a região e se integraram ao ambiente. As alusões do artesanato a esses saberes destacam a figura humana, a beleza do cacaueiro e do seu fruto.



Figura 01: Escultura “Gente Grapiúna”, de José de Souza, ilustrando a colheita através da foice e do fruto.



Figura 02: Ibid., representando o transporte das amêndoas de cacau em saca e em caçuá.

O trabalho do artesão José de Souza, a exemplo, retrata pessoas semelhantes às que Jorge Amado cita em suas obras dedicadas ao ciclo do cacau. São caracterizadas pela esqualidez do corpo, roupas coloridas, sempre em atividades cotidianas para o trabalhador rural, reportando-se à memória-hábito (BOSI, 1987). Na imagem, cenas do transporte das sacas com amêndoas de cacau, busca de lenha para alimentar a chama do fogão, água para o consumo, e jaca para a “sobremesa”.

A inspiração vem da infância vivida na fazenda de cacau, da experiência do artesão como trabalhador rural.

Quando eu chegava na roça e sentia aquele cheiro que vem dos cacauzeiros, nem todo mundo sente, mas eu sinto, eu ficava maravilhado. Pra mim é a plantação mais bonita que existe. Eu era menino ainda e ajudava na “bandeira” [Etapa de recolha dos frutos já retirados das árvores e acumulação em montes] . Um dia, comecei a fazer bichos nos birros (frutos de cacau com apenas cinco centímetros) com um canivete. Fazia também cacauzinhos com madeira de cabo de vassoura. Daí contaram para a mulher do dono da fazenda, pra eu e minha família ser mandado embora, mas como mulher é mais boazinha, mandou me chamar. Pediu pra ver os bichinhos, perguntou o que mais eu fazia. Daí me deu um caderno de desenho e lápis especial para eu trazer o resultado na outra semana. Quando voltei lá, ela me deu uma aquarela, pincéis, massa epóxi... me disse que eu era um artista. Sempre fui muito observador, por isso aprendi a fazer muitas coisas. (Entrevista com José de Souza. Itabuna, julho de 2005.)

“Souza” como é conhecido pelo público, trouxe para o seu trabalho as imagens que construiu dessa comunidade, operacionando a imagem-lembrança de sua vivência, os retratos de subnutrição, velhice precoce, pobreza. Foi o pioneiro na representação da temática do cacau. O reconhecimento de sua obra parte, em grande maioria, do público de outras regiões, turistas do sudeste brasileiro que encontram em suas esculturas os traços da diferença (BHABHA, 1998).

A interação com o público é fundamental para seu trabalho, pois, a partir desse contato, ele percebeu que a reprodução do real, buscando a perfeição, não era importante, mas sim a construção de peças com o olhar próprio do artista, “mulheres com peitos caídos, homens de corpos maltratados, pessoas diferentes deles” (op. cit.).

Nesse aspecto, Souza manifesta a relevância que atribui à relação intercultural que seu ofício permite. Também deixa entrever que o valor de uso é preponderante sobre o valor de troca (STOLOVICH, 2003; LAUER, 1983), quer dizer, importa saber da origem, da história, do reconhecimento que o visitante apresenta sobre suas estatuetas, além do interesse daquele sobre a origem e história que inspirou a criação do artesão. Há então, interesse pelo outro, pela cultura e identidade locais, manifestado pela comunicação intercultural (WAINBERG, 2003; COOPER, 2001), embora esta seja limitada pela barreira da língua estrangeira.

Ao enfatizar traços de “grapiunidade” em sua produção, o artesão produz uma ferramenta facilitadora da compreensão do destino, reúne aspectos da memória coletiva regional, operacionando-os, além de reivindicar a melhoria de problemas sociais, econômicos e políticos (PINHO, 2002; WAINBERG, 2003). O artesanato promove uma ressignificação da identidade cultural 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.

A associação entre cultura e economia é um dos eixos da chamada economia da criatividade. Ela tem as indústrias criativas enquanto unidades centrais, produzindo bens e serviços que reúnam valor simbólico e econômico. Além disso, são guiadas por um regime de propriedade intelectual.

Mais dificuldades observadas à passagem de uma economia de monocultura a uma economia de gestão do conhecimento e da criatividade (JAGUARIBE, 2005) corresponde às de outros destinos turísticos de vanguarda. 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 esses possam solicitar créditos e dirigir finanças, criar projetos para impulsionar as exportações, gerenciar a qualidade dos produtos e multiplicar resultados junto à comunidade.

O *Shopping* do Artesanato Grapiúna é um dos pontos de referência para os turistas. Contudo, a diversidade artesanal em Itabuna ainda é pouco explorada:

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 (DEHEIZELIN, 2005, p. 1).

Faltam políticas de incentivo que possam ir além de 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. Para a Economia Criativa, os bens da criatividade e diferença cultural não devem ser analisados com base apenas no capital monetário (REIS, 2003). Devem ser pensados em termos de coesão social e confiança na sociedade, enquanto capital social, acumulado historicamente e fortalecido pela identidade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A implementação de uma política de turismo regional encontra respaldo nas atuais políticas nacionais e pode vir a contribuir para a reestruturação econômica do sul da Bahia. Isto implica na necessária interação entre membros da comunidade local, do setor público, privado e terceiro setor em processos de investimento, qualificação e promoção da inclusão social. Isto porque o artesanato também é uma manifestação da memória em busca de poder social. Sociedades que viveram o cotidiano das fazendas de cacau e, que não tiveram acesso à história escrita, representam suas memórias pessoais através desse tipo de suporte, visando a amenizar os efeitos de uma dominação capitalista e contribuir para delinear uma identidade regional.

A gestão integrada da cultura e do turismo através do planejamento sistêmico não deve ser vista enquanto solução para todos os problemas possíveis junto aos subsistemas (BENI, 2000), porém, é sabido que o planejamento estratégico do turismo, quando corretamente trabalhado, “pode minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos e, dessa forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo no longo prazo” (HALL, C. 2001, p. 29). Nesse ínterim, também é possível atrair um perfil de turista diferenciado, a que Walls (1996) chama de “novo consumidor turista”, mais

exigente em termos de qualidade, responsabilidade sócioambiental e capacidade de julgar com maior rigor o que vai consumir em virtude de possuir mais informação, dentre outras características.

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

A contribuição da Economia Criativa está em enfatizar que os bens produzidos com base em recursos intangíveis podem gerar mais do que renda: podem levar à inclusão social, à valorização da identidade e ao desenvolvimento socioeconômico.

REFERÊNCIAS

- ASMAR, S. R. *Sociologia da microrregião cacauera*. Itabuna: Itagrafe, 1983
- BOSI, E. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Edusp, 1987
- CADERNO CEAS. *Trabalhadores do cacau – uma presença junto aos assalariados rurais*. Salvador: Centro de Estudos e Ação Social, 1990
- CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas*. Trad. Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 3ª ed. São Paulo: EDUSP, 2003.
- CHAUÍ, M. *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000
- DAHER, Relatos franceses e histórias portuguesas: os exemplos de Calude d'Ábbeville e de Pero de Magalhães gandavo. In: *Varia Historia*, Revista do Departamento de História da UFMG, Belo Horizonte, nº 16, set. 1996, pp. 25-40.
- DEHEIZELIN, L. de. Economia Criativa e a canja de galinha de ovos de ouro. *Revista cultura e mercado*. São Paulo: Instituto Pensarte, 2005. Disponibilizado em <http://www.culturaemercado.com.br> Acesso em 11/2005.
- FREITAS, A. G. de; PARAÍSO, M. H.B. *Caminhos ao encontro do mundo: a capitania, os frutos de ouro e a princesa do sul, Ilhéus 1534-1940*. Ilhéus: Editus, 2001.
- FREITAS, A. G. de. Eu vou para a Bahia: construção da regionalidade contemporânea. In: *Revista Bahia Análise & Dados – Leitura da Bahia I*. Salvador: v. 9, nº 4. Março/2000
- GERBI, A . Buffon: a inferioridade das espécies animais na América. In: *O Novo Mundo. História de uma polêmica. 1750-1900*. São Paulo, Cia das Letras, 1996.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Guacira Lopes. Rio de Janeiro: DP & A, 1999.
- LE GOFF, J. *História e memória*. Trad.: Bernardo Leitão. Campinas, SP: UNICAMP, 1990
- NOBREGA, P. Manoel da. Carta ao Padre Simão Rodrigues de Azevedo. Porto Seguro, 06/01/1550. In: _____. *Cartas do Brasil (1549 – 1560)*. Belo Horizonte, Itatiaia, São Paulo, Edusp, 1988.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Trad.: Yara Aun Khoury. *Projeto História*. São Paulo: PUC-SP. N° 10, 1993.

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 Brasilis, 2002. p 169-180.

POLLAC, M. Memória, esquecimento, silêncio. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989, pp. 3-15.

RIBEIRO, A. L. R. *Memória e Identidade: reformas urbanas e arquitetura cemiterial na região cacauceira*. Ilhéus: Editus, 2005.

SALES, Fernando. *Memória Histórica de Ilhéus*. São Paulo: GRD / Prefeitura Municipal de Ilhéus. Ilhéus: 1981.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *O Espetáculo das Raças – cientistas, instituições e questão racial no Brasil 1870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993

SOUZA, A. P. *Tensões do tempo: a saga do cacau na ficção de Jorge Amado*. Ilhéus: Editus, 2001

SOUZA, L. de M. *Inferno Atlântico: demonologia e colonização – Séculos XVI-XVIII*, São Paulo, Companhia das Letras, 1993

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

YÚDICE, George. *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.

Recebido: Agosto de 2008

Avaliado: Setembro de 2008

Aprovado: Indicado como um dos melhores trabalhos do II Seminário de Pesquisa em Cultura e Turismo - Novembro de 2008