

Olhão Cidade de **Turismo Literário**: uma Realidade Longínqua?

SÍLVIA MORENO DE JESUS E QUINTEIRO * [smoreno@ualg.pt]

CLÁUDIA HELENA NUNES HENRIQUES ** [chenri@ualg.pt]

Resumo | O presente artigo insere-se num estudo mais abrangente e constitui uma averiguação da viabilidade da cidade de Olhão se apresentar como um destino de turismo literário. Considerando-se a localização privilegiada da cidade em termos geográficos, o seu património tangível e intangível, e a notoriedade de Raul Brandão, partiu-se de *Os Pescadores* e estabeleceu-se um conjunto de conexões que demonstram a pertinência e a exequibilidade da proposta.

Palavras-chave | Turismo literário, Turismo cultural/criativo, Património literário, Identidade histórico-cultural, Raul Brandão.

Abstract | This paper is part of a larger study, and is an investigation on the viability of considering the Algarvian city of Olhão a literary tourism destination. Due to the privileged geographic location of this city, its tangible and intangible heritage and the reputation of the Portuguese writer Raul Brandão, we were able to establish a series of connections between Olhão and *Os Pescadores* (*The Fishermen*) showing the pertinence and feasibility of the proposal.

Keywords | Literary tourism, Cultural tourism, Literary heritage, Cultural identity, Raul Brandão.

* **Doutorada em Literatura Comparada** pela Universidade de Lisboa, **Professora Adjunta** na Universidade do Algarve – ESGHT, **Membro** do Centro de Estudos Comparatistas da FLUL.

** **Doutorada em Economia** – especialidade de Planeamento e Política Económica, **Professora Adjunta** na Universidade do Algarve – ESGHT, **Membro** do Centro de Investigação sobre o Espaço e as Organizações (CIEO).

1. Introdução

Constituindo uma forma de expressão e de comunicação do Homem, a literatura reflete, naturalmente, a vida e os costumes da sociedade em que é produzida e contribui, portanto, para a cristalização e para a divulgação da cultura de um povo e do seu património. Tal facto permite compreender a ligação que se estabelece entre literatura e turismo, concretizada no chamado turismo literário, que é entendido por Butler (2000)¹ como uma forma de turismo cuja principal motivação para visitar certos locais se prende com um interesse pela literatura. Aqui se podem incluir a visita à casa do autor, a lugares reais ou míticos e a locais associados a personagens e eventos descritos na literatura. Com efeito, o turismo literário constitui um meio que permite às pessoas conviver com determinadas fantasias, não apenas sobre os livros e autores favoritos, mas também sobre um conjunto de outras atitudes e valores culturalmente assumidos.

A ligação entre os locais mencionados/experenciados pelo autor ou personagens e a realidade do destino permite aproximar a cultura do turismo, atribuindo significado e valor a esses locais. É esta a razão pela qual partimos do pressuposto de que a valorização turística-literária de um destino, neste caso de Olhão, por via da sua representação em *Os Pescadores* (1923), de Raul Brandão, pode contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma cidade.

Assim, partimos de um levantamento das referências feitas em *Os Pescadores* a elementos tangíveis e intangíveis passíveis de sustentar um itinerário literário em Olhão, tendo sido posteriormente feita a sua verificação no local. As conexões entre texto literário e destino foram estabelecidas simultaneamente ao nível dos elementos tangíveis e intangíveis, uma vez que estes existem numa relação de interdependência.

2. Turismo cultural e desenvolvimento

Na sociedade atual – pós-moderna, pós-fordista e global – a culturalização da vida económica e a mercantilização da cultura conduzem à *turistificação* da cultura. No âmbito destes processos dá-se o reconhecimento de que:

- a cultura tem valor (valor de legado, altruístico, opção, existencial) (Navrud e Read, 2002 e Towse, 2005);
- a cultura tem valor económico;
- a cultura tem valor para o turismo.

Neste contexto, turismo e cultura têm vindo a aproximar-se, tendo em conta, não só as alterações estruturais na sociedade, mas também o reconhecimento da importância económica da cultura (UNESCO, 2010a; OECD, 2009), nomeadamente com o desenvolvimento das atividades nucleares, das indústrias culturais e das indústrias criativas (setor cultural e criativo).

No entanto, caberá evitar que a mercantilização da cultura conduza a que os recursos culturais se transformem em meros produtos, reduzindo, no limite, a relação turismo-cultura a um problema de mercado.

O consumo torna-se então um aspeto determinante, se atendermos à definição de Richards (2009), para quem “turismo cultural é o modo como os turistas consomem a cultura”. Consumo não só de produtos culturais do passado, como também da cultura contemporânea, ou mesmo do modo de vida de um povo ou região. Consumo que pode estar associado quer a turismo de património (relacionado com artefactos do passado) quer a turismo artístico (relacionado com a produção cultural contemporânea) quer ainda a turismo étnico.

Este consumo pressupõe o movimento de pessoas para atrações culturais em locais distintos dos de sua residência habitual, com a intenção de obter novas experiências e informações para satisfazer as

¹ Cf. também Herbert (2001).

suas necessidades culturais. Entre essas atrações culturais podemos referir: “museus e galerias”, “artes literárias, visuais e de performance”, “festivais e eventos”, “locais históricos e atrações de património”, “costumes locais e gastronomia” (Canadian Tourism Commission, 2003).

Como atesta a UNWTO (2010), o turismo tem evidenciado um crescimento exponencial, perspectivando-se para 2020 a existência de cerca de 1,6 bilhões de turistas. Paralelamente, é preciso não esquecer que, se em 1900 o rácio entre o número de turistas e população era de 0,1%, na atualidade (2010) esse rácio é de cerca de 13%. No mundo, estimativas da WTTC (World Travel and Tourism Council, 2010) para 2021, apontam para um contributo direto das Viagens & Turismo (V&T) de 2,9% do PIB e um contributo total de 9,6%. Em termos de Emprego, a contribuição direta das V&T será de 3,6%. Para Portugal, espera-se uma contribuição direta das V&T de 5,9% PIB e contribuição total de 16,2%. No referente ao Emprego estima-se um contributo direto de 8,0%.

Quanto ao turismo cultural, trata-se de um domínio recente. Podemos afirmar que emerge nos anos 70 e é fundamentalmente a partir dos anos 90 que regista maior crescimento na Europa, assumindo-se como atividade de massas que reconhece nos turistas um dos mais relevantes mercados para a cultura (McKercher e Cros, 2002). O turismo cultural tem vindo a evidenciar uma importância crescente, nomeadamente na Europa, onde é o tipo de turismo que mais tem crescido. Um estudo da OCDE (2009) aponta para um peso das viagens culturais no total das chegadas internacionais de 37% (199 milhões de viagens culturais) em 1995, e de 49% (359 milhões de viagens culturais) em 2007. Para Portugal, segundo Mateus *et al.* (2010), o peso do turismo cultural, em 2006, representa 6% do Setor Cultural e Criativo (o qual por seu turno representa 2,8% do VAB e 2,6% do emprego (2006)).

A importância crescente do turismo cultural está associada ao facto de as atrações culturais estarem identificadas, a par das ambientais, como as mais

importantes para os turistas – “património e cultura” e “ambiente”. Esse padrão de preferências está associado quer ao turismo doméstico quer ao proveniente de países da União Europeia e de países não pertencentes à União Europeia (ECORYS, 2009).

Em termos de receitas, o turismo cultural representa 40% do rendimento do turismo global (UNWTO, 2007). Receitas provenientes das visitas, artesanato, produtos culturais, formas de vida tradicionais, oportunidades para crescimento económico através das microempresas, infraestruturas e instituições culturais (universidades, museus, teatros, centros de artesanato, são geradores de rendimento e emprego), entre outros. De notar que este tipo de turismo (“*cultural holiday*”) está associado a maiores gastos (segue-se o “*touring holiday* e natureza”) (ECORYS, 2009).

Estes importantes indicadores são conducentes a que o turismo cultural seja perspectivado como uma ferramenta socioeconómica para o desenvolvimento, nomeadamente através da geração de mais riqueza e emprego (UNESCO, 2010b). A UNESCO (2010b) reconhece então o papel da cultura enquanto veículo para o desenvolvimento económico, para a coesão social e estabilidade e para a sustentabilidade ambiental.

A cultura é reconhecidamente um fator de atratividade e competitividade. E, para que um destino se possa desenvolver turisticamente, há necessariamente que agir no sentido de: - aumentar a capacidade da cultura para propiciar uma qualidade distintiva; criar mecanismos que levem o turismo a ter capacidade de apoio à cultura tangível e intangível; averiguar o papel dos intervenientes regionais; ter em conta a qualificação da liderança dos interessados do setor público; não esquecer as disposições administrativas para o turismo e cultura.

2.1. Como criar experiências turísticas culturais literárias?

A criação de experiências culturais alicerça-se em dois grandes pressupostos. Em primeiro lugar, o

indivíduo é o grande criador da sua própria experiência cultural. Em segundo lugar, qualquer experiência cultural precisa de tempo para se consolidar. A consideração destes dois pressupostos, no contexto da experiência cultural turística, leva-nos a questionar:

- Como é que o turista deverá ser envolvido na produção da sua experiência cultural? De salientar que as experiências em consideração podem ser estruturadas quer pelos produtores culturais quer pelos próprios consumidores até ao ponto de se “falar de *prosumer* ou consumidor(es) envolvido(s)/comprometido(s) na produção de experiências” (Richards e Wilson, 2006), onde produção e consumo se justapõem.
- Como ultrapassar o problema que advém de uma contradição - uma experiência cultural precisa de tempo para se vivenciar e por outro lado, a viagem (na atualidade) tende a estar associada a deslocações rápidas e estadas de curta duração. Ora, o tempo reduzido pode de algum modo inibir uma verdadeira experiência cultural, criando-se apenas, poderíamos dizer, experiências de “ilusão cultural” (Henriques, 2008).

Este enquadramento de problematização conduz-nos a entrar em linha de conta com níveis distintos de profundidade de experiências turístico-culturais, bem como de diferentes tipos de turistas (Hall e Zepeel, 1990; Richards, 1996; McKercher e Cros, 2002).

A participação dos turistas num processo criativo pode igualmente conduzir-nos a falar de “turismo criativo” em alternativa ao “turismo cultural convencional” (Richards e Wilson, 2006). “Criativo” porque pressupõe uma seleção de elementos culturais vários que se articulam numa rede ou redes de significados e simbolismos.

Assim, na estruturação de experiências turístico-criativas há dimensões que devem ser enfatizadas, tais como, as dimensões “educativa”, “entretenimento”, “estética” e de “evasão”, com o intuito de

criar sensações que sejam “memoráveis” (Pine II e Gilmore, 1999) e, desejavelmente, autênticas.

A complexidade, autenticidade da experiência turístico-cultural (e também criativa – envolvendo aqui maior flexibilidade) deve evitar estar próxima de estereótipos partilhados pelos visitantes. Isto apela ao desenvolvimento de uma nova linguagem simbólica, que pode conduzir à própria invenção de uma nova cultura turística, onde o turismo também possa ser um veículo de organização de significados e espaços, o que tem que passar necessariamente por um planeamento e gestão que contemplem o delinear de uma rede de parcerias sustentáveis reforçadas pelo apoio da comunidade residente (UNESCO, 2010a). Que contemplem igualmente uma abordagem multidimensional da atividade cultural, bem como o reconhecimento de que os produtos turístico-culturais só podem desenvolver-se no contexto da existência de uma dinâmica cultural sustentável.

Porém, tal como Greffe *et al.* (2005) referiram, uma relação positiva entre turismo e cultura deverá apostar na permanência de atividades culturais, na participação de residentes, bem como de turistas, na capacidade de o território produzir todos os bens e serviços que se requerem na ocasião, e na interdependência de atividades para propiciar efeitos de agrupamento, *cluster*, entre outros aspetos.

A proliferação de destinos turísticos associados a fórmulas de desenvolvimento similares constitui uma ameaça à sua identidade. Como afirma Law (2002: 196): “*Many tourism developments are similar in structure and character across the world*”. Este facto remete-nos para a consideração de conceitos como: “ausência de espírito do lugar” (*genius loci*) (ICOMOS, 2008), “*non-places*” (Augé, 1993), “McDonaldisação” (Ritzer e Liska, 1997) e “espaço cultural universal” (Rojek, 1995), entre outros.

No caso da literatura enquanto detentora de alguma forma de legado público, ela possibilita-nos falar daquilo que Robinson e Anderson (2002) designam por “património literário”, tendo em conta que este se referencia emocional e espacialmente.

O património literário (*literature heritage*), ao configurar-se sob a ótica de “um produto no mercado” (Howard, 2003), vai valorizar na sua associação com o mercado turístico a sua relação com esta atividade económica e simultaneamente com os lugares em que ela se desenvolve, entre os quais as cidades, passando a ter um indiscutível papel na produção de identidade nacional (Robinson, 2008; Xicatto, 2008, Watson, 2007; Robinson e Andersen, 2002).

Ora a literatura, como assinalam Henriques e Quinteiro (2011: 603), tem a capacidade de (re)construir a memória das cidades, “uma vez que se integra numa memória individual (a do escritor) e, simultaneamente, ao passar por um processo comunicativo, integra-se também numa memória cultural (coletiva)”. Todos os elementos passam a funcionar como “*aides mémoires*” (Stagl, 2004), ressuscitando memórias, como forma de não esquecimento (Choay, 2006).

Paralelamente, as autoras referidas assinalam ainda que as experiências culturais-criativas, assentes na literatura, se estruturam sob o reconhecimento de que a “literatura pode desempenhar um importante papel na configuração do turismo cultural-criativo e no sentido do ‘ser turista’, ao mesmo tempo que valoriza não só as ‘relações com o texto’, mas também as relações ‘para além do texto’ ” (Henriques e Quinteiro, 2011: 602). Relações estas que tendem a oferecer singularidade e autenticidade, elementos determinantes na valorização da identidade, elemento crucial na consideração do desenvolvimento do turismo cultural (OECD, 2009) e na (re)construção das cidades a partir da literatura. Porém, a autenticidade associada à genuinidade (Theobald, 1998), nem sempre é atingida, quando nos reportamos ao turismo enquanto atividade delimitada num tempo relativamente curto. Greenwood (1989) diz-nos: “*all viable cultures are in the process of ‘making themselves up’ all the time and mass tourism succeeds because tourists accept a loose interpretation of authenticity, being satisfied with play and make believe*”.

Como salienta Henriques (2008), no turismo cultural-criativo, para além de turismo e cultura, associam-se também “os diferentes tipos de cultura

através do estabelecimento de conexões entre diferentes elementos de cultura que podem propiciar uma experiência que se quer cultural ou de património”. De facto, e como perspetivam Richards e Wilson (2006), é na associação de elementos culturais que pode residir a criatividade do turismo cultural.

3. Estudo de Caso

3.1. Aspetos Metodológicos

No que refere à metodologia aplicada no estudo de caso, a obra e a cidade que aqui propomos foram selecionadas tendo em conta a necessidade de diversificar e de apostar em propostas que valorizem património menos conhecido e explorado. Procurámos, todavia, um autor que fosse facilmente reconhecível pelos possíveis visitantes do lugar literário em questão.

Paralelamente foi determinante estipular à partida quais as qualidades que definem um espaço/lugar literário. Para o efeito, seguimos a proposta de Herbert (2001), que assenta na determinação de que o espaço literário se articula com os agentes de desenvolvimento e respetivas políticas. O autor aponta qualidades gerais e qualidades excecionais do lugar (Figura 1). No que refere às qualidades excecionais do lugar, destacam-se aspetos como a sua associação aos escritores e aos seus textos, a valores afetivos, à nostalgia, à memória e ao simbolismo, entre outros. No que concerne às qualidades do lugar, destacam-se a capacidade de atração, os acessos e os equipamentos.

Escolhida, como referimos, a obra de Raul Brandão, procedemos à visita a todos os locais nela mencionados. No seguimento desta, questionámos o posto de turismo da cidade acerca dos itinerários existentes em Olhão, sendo que desconheciam a existência de qualquer itinerário, nomeadamente os percursos propostos pela APOS, ou até mesmo a existência de um Guia da Cidade, ainda que disponíveis na internet.

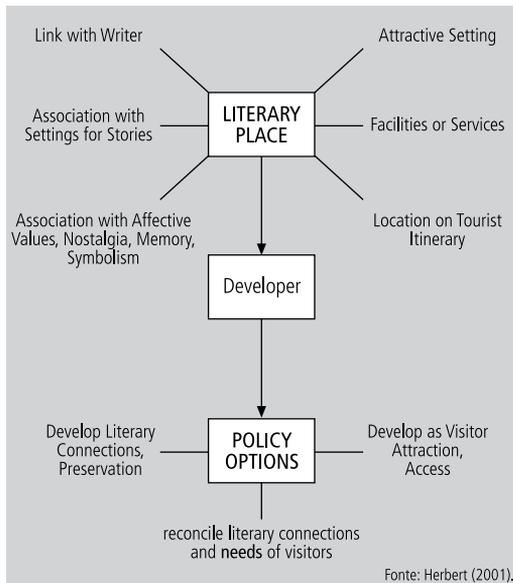


Figura 1 | As Qualidades do Lugar Literário.

Dadas as inúmeras referências à Ria Formosa, às suas ilhas e às atividades económicas associadas a esse espaço, de que ainda depende atualmente um elevado número de olhanenses, fizemos o passeio na réplica do caíque Bom Sucesso. Um passeio feito sem guia, mas com algumas indicações dadas pela tripulação.

Averiguámos ainda a possibilidade de se visitar a lota e de se fazer a simulação do pregão da venda do peixe, tal como vem descrito na obra. Verificámos também a presença de empresas da indústria de transformação de peixe, assim como a possibilidade de grupos de turistas efetuarem visitas às mesmas.

Por fim, deslocámo-nos às ilhas barreira para averiguar junto dos pescadores e mariscadores se as práticas, as embarcações e as artes referidas ainda existiam e poderiam ser observadas por eventuais visitantes.

3.2. Olhão em Os Pescadores

Segundo Charis Heelan (2004), a prática de efetuar viagens com motivação literária é um fenómeno que remonta ao século V a.C., quando

o escritor e historiador grego Heródoto incutiu o desejo de visitar as margens do rio Nilo em milhares de gregos, e mais tarde de romanos. Todavia, esta prática tornou-se mais visível em finais do século XVI, associada ao *Grand Tour*, existindo quase sempre por mera iniciativa de leitores que, pontualmente, procuram visitar os locais associados a um determinado autor ou obra. Com efeito, o interesse académico e o interesse dos profissionais da área do turismo e das autoridades pelo turismo literário é um fenómeno recente, como refere Busby (2004): “*Literary tourism, or the semiological realisation of space, as Hughes (1998) terms it, is not new (Ousby 1990). It is, however, only in recent times that local authorities have chosen to use literature to promote their tourism product*”.

Em muitos países são múltiplas e variadas as iniciativas que presentemente têm lugar no âmbito do turismo literário. Na verdade, o modo como estas se têm vindo a multiplicar nos últimos anos são reveladoras do crescente interesse suscitado por este tipo de turismo. Podemos indicar a título de exemplo as *Dracula Tours*, na Roménia, os percursos criados nos Estados Unidos com base na obra de Mark Twain, as *Da Vinci Tours*, em França, criadas a partir da obra de Dan Brown, as *Literatours*, em Veneza, as PWLP Litera-Tours, nos EUA, ou as Rotas Turístico-Literárias (com destaque para a dedicada a *D. Quixote*), na Espanha, as *Harry Potter Tours*, as *Jane Austen Tours* e os percursos com base nas obras de Sir Walter Scott, Robert Louis Stephenson, Wordsworth, Vita Sackville-West, Virginia Woolf, D. H. Lawrence, Keats, Shakespeare, Henry James, Rudyard Kipling e das irmãs Brontë, na Inglaterra, entre muitos outros. Destacamos a criação do Quarteirão Jorge Amado, no Brasil, e de um parque temático dedicado à obra Charles Dickens, em Londres, que comprovam a afirmação de Herbert (2001: 313) relativamente ao facto de os lugares/espacos literários serem construções sociais:

“Literary places are no longer accidents of history, sites of a writer’s birth or death; they are also social constructions, created, amplified, and promoted to

attract visitors (tourists hereafter). [...] Authenticity becomes a subjective experience, a combination of the developers' intentions, the consumers' interpretation, and the interactions among them".

De facto, esta afirmação deixa transparecer a importância da apresentação e interpretação de mitos/realidades associados ao autor e/ou à obra que potenciam o desenvolvimento do destino literário.

Igualmente relevante, e expressão do crescente interesse pelo turismo literário, é a recente criação por parte da UNESCO, no âmbito da "Creative Cities Network", de uma lista de "Cities of Literature", que é composta por Edimburgo, Melbourne, Iowa City, Dublin e Requejavique (UNESCO, 2011).

A forma como um espaço é referido num texto literário apresenta-se como um elemento que pode ser da maior relevância na construção da imagem desse espaço, podendo mesmo surgir como uma espécie de protocolo para a sua leitura. Este facto é relevante na medida em que a imagem/memória do espaço é central no processo da sua transformação em produto turístico. Não podendo ser experienciado pelo consumidor antes da sua aquisição, o destino turístico é um produto cuja valorização depende na íntegra do imaginário, das memórias evocadas por outros, das descrições que esses outros fazem do espaço em si, mas também das vivências e emoções por ele proporcionadas ou nele vividas. Se quisermos, esta valorização depende da criação no potencial turista de uma espécie de memória virtual ou de uma memória do não-vivido, que lhe permite antecipar a sua própria experiência. Ora, um dos meios que em muito contribui para a criação de uma imagem/memória do espaço é o texto literário, o registo ou a ficcionalização da memória, ou a mistura de ambos (Quinteiro, 2006: 129). Aquilo que ao longo de séculos os autores vão dizendo a propósito da sua própria experiência ou das experiências lá vividas pelas suas personagens gera uma memória desse espaço que pode ser utilizada, tendo em vista condicionar a imagem que dele é veiculada aquando da sua transformação em produto turístico.

Em Portugal, os itinerários literários ou outras formas de ligação entre literatura e turismo são ainda escassos e não estão articulados entre si. Todavia, quando pensamos na associação entre literatura e turismo, há seguramente autores e obras portuguesas que, pela sua relevância, e também pela relevância cultural que se reconhece aos espaços por eles referidos, constituem escolhas óbvias para a construção de itinerários literários. Eça ou Pessoa e Lisboa, Eça e Sintra ou Saramago e Mafra, por exemplo, são associações imediatas e, talvez por isso, já constituem, ou constituíram em algum momento, suporte para a construção itinerários turístico-literários. Já falar no Algarve, como região onde podem ser criados itinerários literários, poderá ser surpreendente, sobretudo se a proposta não incluir qualquer referência a Manuel Teixeira Gomes e à sua obra.

Como referimos atrás, o presente artigo visa averiguar a existência de elementos e de conexões que evidenciem a viabilidade da construção de um ou mais itinerários para a cidade de Olhão, partindo de *Os Pescadores*, obra onde o narrador faz um retrato da cidade e dos seus habitantes no início do século XX.

Considerando que Olhão tem ainda uma importância modesta no contexto turístico algarvio (cf. INE, 2011), é pois necessário que as entidades responsáveis tomem medidas no sentido de alterar esta situação, já que se afiguram perspectivas de crescimento neste domínio. Sublinhamos, desde logo, o trabalho desenvolvido pela Associação de Valorização do Património Cultural e Ambiental de Olhão (APOS, 2010), sobretudo através da publicação, em 2010, do *Guia Turístico de Olhão* (o último datava de 1946). Com base neste recente guia, a APOS implementou um conjunto de visitas turísticas orientadas, aos fins-de-semana, destinadas a grupos. Todavia, a nosso ver, existem ainda possibilidades inexploradas, nomeadamente ao nível do turismo literário e, apesar de nos centrarmos aqui em Raul Brandão, lembramos que Olhão é também a cidade natal de um importante autor algarvio, João Lúcio, e berço de um

conjunto de lendas que se prevê virem brevemente a dar origem ao “Caminho das Lendas”.

Não pretendemos, naturalmente, apontar Olhão como um destino de turismo literário que levará os turistas a deslocarem-se ao Algarve com o objetivo principal de efetuar os itinerários literários que lhes poderá proporcionar. É, todavia, de notar que, como afirma Herbert (2001: 315): *“Literary places may become stopping points along a more general tourism itinerary. The appeal of such places is, at least in part, one of geographical convenience”*. A nosso ver, é justamente este o caso de Olhão, o de um destino convenientemente inserido num outro mais abrangente, onde os itinerários literários e outras referências às conexões que se estabelecem entre cidade e literatura podem ser aproveitados como elemento de atração turística e de enriquecimento da oferta.

Neste estudo, procedeu-se, antes de mais, ao levantamento na obra das referências a elementos tangíveis e intangíveis que possam sustentar um itinerário literário em Olhão e, posteriormente, à sua verificação *in situ*. Não isolámos, portanto, os domínios do tangível e do intangível, na medida em que, como veremos adiante, estes existem numa relação de absoluta interdependência. Falar dos espaços é falar das gentes e do seu modo de viver e vice-versa.

A primeira alusão do narrador de *Os Pescadores* ao património da cidade salienta a arquitetura que a caracteriza. Trata-se de uma referência à Olhão cubista, onde a “habitação primitiva é um cubo com uma porta e uma janela”, onde as casas são “Cubos, linhas geométricas” e onde “Entre os terraços um zimbório redondo e túmido como um seio aponta o bico para o ar” (Brandão, 1923: 161). Para além, das características chaminés, o narrador sublinha também a existência das soteias “para onde se sobe por degraus de tijolos, e muitas vezes sobre a soteia o mirante” (Brandão, 1923: 161). As soteias ou açoteias são, no dizer do narrador, uma paixão dos olhanenses e “a melhor parte da casa”, o sítio onde respiram e onde dormem no verão (Brandão,

1923: 161), mas, na verdade, as soteias servem outras funções. São fundamentais para fazer passar o contrabando de casa em casa, evitando as autoridades (Brandão, 1923: 158), e servem de eira para as alfarrobas e para os figos. Estabelece-se aqui uma primeira ligação à gastronomia local e àquele que é o grande ícone da cidade de Olhão, o Mercado Municipal, onde ainda é possível adquirir os figos secos preparados de diversas formas pelas vendedoras.

Ainda no referente à descrição das casas olhanenses, o narrador refere a existência de uma outra particularidade: a guardadeira ou falso, onde todos os pescadores, ao longo de várias gerações, segundo é referido (Brandão, 1923: 158), esconderam o produto do contrabando. Para além disso, sublinha a brancura das casas, caiadas pelas mulheres “enquanto esperavam pelos maridos com alvoroço” (Brandão, 1923: 157). Uma brancura e um asseio que contrastam com as ruas:

“Entro num e noutro destes buracos com as telhas assentes em canas. Todos eles reluzem de cal. Dois compartimentos: a chaminé, que é o nome da cozinha, e a casa de fora. Uma esteira no chão, uma cama com uma colcha de seda que só serve nos dias de festa, uma cómoda e um bancal de renda. A um canto um pote e o indispensável pincel. Caia-se tudo. Caia-se o lar e os degraus. Caia-se sempre. É um delírio de branco” (Brandão, 1923: 161).

Na verdade, os traços mouros que ainda hoje reconhecemos na arquitetura olhanense não deixam de ser curiosos, na medida em que a primeira construção em alvenaria em Olhão data de 1715. Logo, não se trata de uma verdadeira recordação dos tempos islâmicos, como bem se refere no *Guia Turístico* da cidade (APOS, 2010), mas sim de uma memória da presença dos pescadores e contrabandistas de Olhão no norte de África, também referida na obra de Raul Brandão. Olhão é assim a única cidade europeia com uma arquitetura de inspiração moura que não nasceu sobre ruínas islâmicas, e esta singularidade que ainda hoje mantém distingue-a desde logo de outros destinos de turismo urbano

que, como assinalam Pender e Sharpley (2004: 171), se transformaram em espaços que se replicam, monótonos e indiferenciados.



Figura 2 | Olhão - Açoteias e mirantes.

Tratando-se de uma obra centrada nos pescadores, o narrador menciona essencialmente dois bairros típicos e algumas das suas ruas, que ainda hoje, apesar de degradados, conservam traços típicos da arquitetura cubista:

“Sigo por um novelo de ruas pelos dois bairros típicos, o da Barreta e o da banda do Levante. A boca negra dum arco e outra rua tortuosa onde a luz não penetra. Algumas têm nomes que as pintam: a Rua dos Abraços, a Rua dos Sete Cotovelos. Vive-se ao ar livre, come-se ao ar livre, dorme-se ao ar livre. A rua, fedorenta e animada, pertence aos pobres. Abancam no meio das vielas. Mulheres curvam-se sobre as sertãs frigindo peixe. O azeite respinga e fede. [...] À roda, encostados às paredes, os remos, os cabazes e as redes; ao lado o cano de esgoto que passa à mostra pelo meio da rua num escoço fétido” (Brandão, 1923: 160-161).

A nosso ver, seria de todo o interesse que as entidades responsáveis procedessem à recuperação do interior de uma das muitas casas típicas que marcam a arquitetura dos bairros mais típicos de Olhão. A sua transformação em casa museu (uma intenção já publicamente anunciada pela autarquia) constituiria seguramente uma mais-valia e uma atração para os já muitos turistas, principalmente estran-

geiros, que deambulam pelas ruas mais antigas da cidade. Nesta casa, poderia ser feita alusão a elementos referidos na obra de Brandão que já não existem como as figuras do “almocreve” que levava o peixe para o Alentejo (Brandão, 1923: 161), do “chamador” (Brandão, 1923: 156) e do “pregoeiro” (Brandão, 1923: 163). Seria igualmente de recuperar e apresentar nessa casa o misterioso traje típico feminino: o bioco e as cloques que, juntamente com a descrição da forma como a mulher é entendida – “a prenda da casa” é “bem tratada e muito bem fechada” (Brandão, 1923: 159) –, e com a própria descrição das ruas estreitas e coleantes contribuem para criar um ambiente que lembra “restos da vida moura” (Brandão, 1923: 159). Um toque de exotismo que pode ser apelativo para o turista e que, pelo menos, leva este narrador a declarar que em Olhão viveria “Em Portugal e no Sonho” (Brandão, 1923: 167).

Como seria de esperar, grande parte do texto assenta na descrição de espaços e atividades ligados à pesca. Fundamental, o mar é amplamente referido, mais do ponto de vista do pescador do que do turista. Assim, alude-se à Ria Formosa, à barra, às ilhas barreira e ao farol: “Para lá da água empoçada ficam os areais, a ilha da Armona, a do Levante, a ilha da Culatra e o farol de Santa Maria” (Brandão, 1923: 161). Menções que remetem para passeios que já estão implementados, mas não, como poderiam, em réplicas das tradicionais embarcações de pesca (que



Figura 3 | Mulheres de bioco.

já não existem): “Desde o calão, tipo mais antigo, grego ou fenício, até ao caíque, estão aqui representados a chalupa, o iate de pequena cabotagem, o bote, as lanchas de vela latina e as de Albufeira, com uma grande cabeleira na proa e dois olhos pintados no costado” (Brandão, 1923: 161). De resto, existe já uma réplica do caíque “Bom Sucesso” ancorada junto aos Mercados Municipais, da responsabilidade da empresa FESNIMA, que o aluga a grupos. Nesta embarcação são proporcionados passeios até às ilhas barreira que poderiam facilmente ser integrados num itinerário com base na obra de Brandão, desde que acompanhados de um guia, o que não sucede presentemente.

Um outro espaço visitável, e cuja atividade é longamente descrita, é o cais, local onde chega o peixe e de onde parte para diferentes destinos que sugerem, por sua vez, diferentes pontos de visita. Antes de mais, a lota, que pode ser visitada e onde a presença de um funcionário que já foi leiloeiro permite ainda uma simulação do leilão oral do peixe com fins turísticos e/ou educativos. Para além disso, é ainda possível visitar o que resta da indústria conserveira na zona industrial da cidade. E, apesar de já não haver salga de peixe, a recordação desta prática pode ser recuperada com uma visita aos tanques de salga de peixe construídos pelos romanos e às próprias salinas, situados no Parque Natural da Ria Formosa. De resto, o relato da chegada do peixe ao cais que abaixo transcrevemos, remete também para os mercados, datados de 1912 e 1915 (e para os contíguos jardins Patrão Joaquim Lopes e Pescador Olhanense, inexistentes à época), ou para os restaurantes da cidade, onde se podem degustar pratos típicos com todos os tipos de marisco e peixe adiante mencionados. De salientar que os mercados são seguramente a maior atração turística de Olhão. Aos sábados é notório o número de turistas que os visitam (sem guia) e que, normalmente, são transportados em autocarros turísticos de outros pontos do Algarve. Os mesmos turistas que encontramos nas ruas dos bairros antigos ou nas esplanadas dos restaurantes e cafés junto aos mercados, sem que haja qualquer tipo de itinerário pré-definido.

Retomamos a questão do cais e a descrição da chegada do peixe, dada a centralidade que ocupam na obra e na vida dos olhanenses:



Figura 4 | Avenida 5 de Outubro com vista para a Mercado do Peixe.

“E é aqui também, na agitação da baixa-mar, que eu anoto os nomes das diferentes redes e dos diferentes peixes: a murjona, o tapa-esteiros, que apanha o peixe no rio à maneira que a água vai vazando, a toneira para os chocos e as lulas, a redinha e o tresmalho, e outras engenhocas do subtil pescador, que chega a agarrar o langueirão com um botão de ceroula e alguns alfinetes e o polvo com velhos alcatruzes de nora. Tudo vem ter ao cais – peixes esplêndidos de uma abundância e de uma variedade extraordinária – do rio o linguado, o pregado, o peixe-rei, o xarroco, os capitães, os alcabrozes, os robalos, etc., uns pescados à fiska, como a liça, a safata, o robalo, outros ao anzol e ao candeio; e do mar, despejados nas linguetas, montes de cações, de galhudos, que têm um pique no cerro, de monstruosas raias, de donzelas, de albufares pardacentos e enormes e de feios dentulhos. Atiram do fundo do barco para as pedras a abrótea, bandos de vermelhos e lindos cantarilhos, que parecem peixes de aquário, xaputas dum negro prateado com o rabo aberto como as pontas da cauda da andorinha, esguias tintureiras, corvinas e cestos de polvos enrodilhados. [...] Venham assistir à lota!” (Brandão, 1923: 161).



Fonte: Museu fotográfico de Olhão.

Figura 5 | Descarga de peixe na Rampa do Caduca, nos anos de 1920.

No que concerne à pesca propriamente dita e à vida a bordo, o narrador descreve detalhadamente desde a constituição e funções dos diferentes elementos da tripulação, à forma como é escolhido o local para lançar as redes, como estas são recolhidas, como é feita a venda do peixe e a divisão do produto dessa venda. Apresentamos apenas um breve excerto, escolhido por relatar a particularidade do papel do cão de água, também ele oriundo de Olhão, na atividade piscatória:

“A pesca do alto fazia-se em caíques cobertos, de vinte e cinco a trinta toneladas, com duas velas triangulares. Este barco voava. Ia a Setúbal, a Lisboa, às Berlengas, ao Porto, e só voltava a casa no S. João, no Natal e nas festas grandes do ano. [...] Tripulavam-no vinte e cinco homens e dois cães, que ganhavam tanto como os homens. E mereciam-no. Era uma raça de bichos peludos, atentos um a cada bordo e ao lado dos pescadores. Fugia o peixe ao alar da linha, saltava o cão no mar e ia agarrá-lo ao meio da água, trazendo-o na boca para bordo. O caíque pescava e vendia pela costa fora” (Brandão, 1923: 157).

Em *Os Pescadores*, são ainda referidos alguns tipos de arte e instrumentos que não são usados nas embarcações, sendo próprios da pesca feita na Ria e da atividade dos mariscadores. Grande parte do que é descrito ainda é prática atualmente e pode ser facilmente observado em passeios feitos junto ao mar, ou em passeios pela Ria Formosa e pelas ilhas barreira.

E, porque, como bem referem Pender e Sharpley (2004: 173), o sentido do lugar ou o sentir do espírito do lugar, que aqui pensamos ser uma questão fundamental, “*can emanate from a number of different characteristics of a location – architectural or planning style, land- or skyline, land use and people-oriented communities and their resulting customs and practices. Indeed, it frequently results from a combination of these cultural attributes and is often an intangible amalgam of them*”, não podemos deixar de referir a alusão à forte religiosidade dos pescadores e, em particular, a grande devoção ao Senhor dos Passos. Uma religiosidade que reflete

o sentimento destes homens do mar que se sentem diariamente à mercê dos caprichos do seu Deus e das famílias que em terra os aguardam com os olhos postos na barra, a partir dos mirantes que encimam as casas. Trata-se de uma referência que remete para uma visita às igrejas da cidade: à Igreja Matriz e à igreja de Nossa Senhora da Soledade, onde existe uma imagem do Senhor dos Passos.

4. Conclusão

O turismo literário tem ainda um longo caminho a trilhar em Portugal. No respeitante ao Algarve, destino turístico associado fundamentalmente ao sol e mar, o turismo cultural e, nomeadamente, o literário tem expressão limitada, muito embora seja cada vez mais reconhecido o valor da cultura para o turismo e o seu contributo para o desenvolvimento sustentável.

Neste contexto, este artigo pretendeu chamar a atenção para o património cultural/literário existente na cidade de Olhão, capaz de valorizar a experiência turística, sob o pressuposto de que a literatura detém capacidade de (re)construir a memória das cidades e de potenciar a sua criatividade.

Considerando *Os Pescadores*, de Raul Brandão, e o retrato nele traçado da cidade de Olhão e dos seus habitantes no início do século XX, foi possível pôr em evidência a exequibilidade da criação de itinerário(s) para a cidade, apoiado(s) num conjunto de elementos tangíveis e intangíveis e da sua combinação.

Em *Os Pescadores*, várias são as alusões ao património olhanense, onde se distinguem aspetos relacionados com a arquitetura das casas, bairros típicos e morfologia das ruas que fazem hoje de Olhão a “cidade cubista”. Ao mesmo tempo, cabe salientar que os aspetos tangíveis referidos são perspetivados por elementos intangíveis que, na sua interconexão, conferem o “espírito” e o “sentido” a Olhão. Entre esses elementos assinala-se o modo de viver, comunicar e sentir dos habitantes locais.

Outro elemento central é o mar, aqui associado a todo um património de técnicas ancestrais, utensílios, indústrias (conserveiras) e recursos (peixes, sal), bem como as personagens únicas e inspiradoras de histórias que dão a identidade à cidade como, por exemplo, o pregoeiro, o chamador, mas também o cão de água (considerado como mais um elemento da tripulação dos barcos de pesca).

Cabe referir que apesar dos 100 anos que nos distanciam da escrita desta obra, ainda é possível criar uma experiência turística com algum grau de proximidade relativamente à do narrador de Raul Brandão. Consequentemente, os elementos referidos, valorizadores da identidade da cidade e sua memória, deverão ser contemplados pelas entidades responsáveis no sentido de aprofundar a experiência turístico-cultural do visitante/turista com o intento de contribuir para a competitividade e atratividade de Olhão.

Agradecimentos

Este artigo foi parcialmente financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (This paper was partially financed by the Foundation for Science and Technology).

Bibliografia

- Augé, M., 2004, Non-Places, and the Geographies of England's M1 Motorway. *Theory, Culture & Society* October, Vol. 21(4-5), pp.145-167, [Http://tcs.sagepub.com/content/21/4-5/145.short], (Site accessed 19 January 2012).
- APOS [Associação de Valorização do Património Cultural e Ambiental de Olhão], 2010, *Guia Turístico de Olhão*, [http://www.olhao.web.pt/APOS/Turismo.htm], (Site accessed 19 January 2012).
- Brandão, R., 1988 [1923], *Os Pescadores*, Ulisseia, Lisboa.
- Busby, G. D., 2004, Representations of Cornwall in fiction: the influence on tourism, *Conference Proceedings – Tourism and Literature*, 22-26 July, Harrogate, ISBN 1843870853.
- Butler, R., 2000, Literary Tourism, in Jafari, J., (ed.), *Encyclopedia of Tourism*, Routledge, London/New York, pp. 360.
- Canadian Tourism Commission, 2003, *Langley - Cultural Tourism Economic Impact*, Grant Thorton, Langley.
- Choay, F., 2006, *A Alegoria do Património*, Estação da Liberdade, São Paulo.

- ECORYS (Research and Consulting), 2009, *Study on the Competitiveness of the EU Tourism Industry – with specific focus on the accommodation and tour operator & travel agent industries – Final Report*, September, ECORYS SCS Group – FN97613 – FWC Sector Competitiveness – EU Tourism Industry.
- Greenwood, D., 1989, Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization, in Smith, V. (ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Grefe, X., 2003, *La Valorization Économique du Patrimoine*, La Documentation Française, Paris.
- Grefe, X., Pflieger, S., e Noya, A., 2005, *Culture and Local Development*, Organisation for Economic Co-operation and Development Publishing, Local Economic and Employment Development (Program).
- Hall, C.M., Zeppel, H., 1990, History, Architecture, Environment: Cultural Heritage and Tourism, *Journal of Travel Research*, Vol. 29(2), pp. 54-55.
- Heelan, C., 2004, *Loved the Book? Go There, Literally, with a Literary Tour, Frommer's*, [http://www.frommers.com], (Site accessed 19 January 2012).
- Henriques, C., 2008, Património Cultural e Turismo. Uma relação simbiótica. A Análise de dois percursos turístico-culturais: James Joyce e Fernando Pessoa, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, N.º10, pp. 25-39.
- Henriques, C., e Quinteiro, S., 2011, O Turismo Literário. Olhão sob a perspectiva de João Lúcio, in *Book of Proceedings of the International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve, 2011, Encontros Científicos – Tourism Management Studies, Special Edition*, pp. 614-622.
- Herbert, D., 2001, Literary Places, Tourism and the Heritage of Experience, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28(2), pp. 312-333.
- ICOMOS [International Council on Monuments and Sites], 2008, Finding the Spirit of Place, *16th General Assembly and Scientific Symposium*, Québec, Canada.
- INE, 2011, *Estatísticas do Turismo 2010*, Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.
- Law, C., 2002, *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*, 2 ed., Continuum, London.
- Mateus, A., e Associados/MC (Ministério da Cultura), 2010, *O Setor Cultural em Portugal – Sumário Executivo*, Ministério da Cultura, Gpeari.
- McKercher, B., e Cros (Du), H., 2002, *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Tourism Management*, The Harworth Hospitality Press, USA.
- Museu Fotográfico de Olhão, [http://www.olhao.web.pt/museu_fotografico_de_olhao.htm], (Site accessed 19 January 2012).
- Navrud S., Ready, R. C., 2002, Valuing cultural heritage: applying environmental valuation techniques to historic buildings, monuments and artifacts, Edward Elgar Publishing, Northampton, MA.
- OECD [Organisation for Economic Co-Operation and Development], 2009, *The Impact of Culture on Tourism*, OECD.
- Pender, L., e Sharpley, R., 2004, *The Management of Tourism*, Sage Publications, London.
- Pine II, J., e Gilmore, J., 1999, *The Experience Economy*, Harvard Business Scholl Press, Boston.
- Quinteiro, S., 2006, True Histories and their Fictional Memories, in Nünning, A., Gymnich, M., Sommer, R., (eds.), *Literature and Memory: Representations, Functions, Intersections*, Francke Verlag, Tübingen, pp. 129-137.
- Richards, G., 1996, The Scope and Significance of Cultural Tourism, in Richards, G., (ed.), *Cultural Tourism in Europe*, TRAM Research, pp. 21-38.
- Richards, G., e Wilson, J., 2006, Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?, *Tourism Management*, Vol. 27(6), pp. 1209-1223.
- Richards, G., 2009, Tourism development trajectories – From culture to creativity?, Paper presented to the *Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism*, Jeju Island, Republic of Korea, 3-5 June 2009.
- Richards, G., 2006, *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*, Haworth Hospitality Press, New York.
- Ritzer, G., Liska, A., 1997, "McDonaldization" and "Post-Tourism": Complementary Perspectives on Contemporary Tourism, in C. Rojek, J. Urry (eds.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, London, Routledge, pp. 96-109.
- Robinson, M., 2008, "Memories, Meanings and Mess: Untold Stories of a 'Heritage' Site in Jordan", *ATLAS Annual Conference 2008, Selling or Telling? Paradoxes in Tourism, Culture and Heritage*, 2-4 July 2008, Brighton.
- Robinson, M., and Anderson, H. (eds.), 2002, *Literature and Tourism: Reading and Writing Tourism*, Continuum, London.
- Rojek, C., 1995, *Decentring leisure*, Sage, London.
- Scott, A., 2000, *The Cultural Economy of Cities*, Sage, London.
- Stagl, S., 2004, Valuation for sustainable development - the role of multicriteria evaluation, *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, Quarterly Journal of Economic Research*, Vol. 73(1), pp. 1-10.
- Theobald, W.F., 1998, *Global Tourism*, 2 ed., Butterworth – Heinemann.
- Towse, R., 2005, Alan Peacock and Cultural Economics, *The Economic Journal*, Vol. 115(504), pp. 159-296.
- UNESCO, *Creative Cities Network*, 2011, [http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network/literature], (Site accessed 19 January 2012).
- UNESCO, 2010a, *The Power of Culture for Development*, UNESCO.
- UNESCO, 2010b, *UN Millenium Development Goals*, UNESCO.
- Urry, J., 1995, *Consuming Places*, International Library of sociology, Lancaster University, Routledge, London.
- UNWTO, 2007, [http://www.unwto.org], (Site accessed 19 January 2012).
- UNWTO, 2009a, *Tourism and Economic Stimulus – Initial Assessment*, Madrid, [http://unwto.org], (Site accessed 19 January 2012).
- UNWTO, 2009b, *Tourism Highlights*, [http://unwto.org], (Site accessed 19 January 2012).
- UNWTO, 2010, *World Tourism Barometer – Committed to Tourism, Travel and the Millenium Development Goals*, Vol. 1, January 2010.
- Watson, N. (ed.), 2007, *Literary Tourism and the Nineteenth-Century Culture*, Macmillan Publishers Limited, Hampshire, England.
- WTO, 2005, *The Role of Government in Product Development for Cultural Tourism*, WTO, [http://wto.org], (Site accessed 19 January 2012).

WTTC [World Travel & Tourism Council], 2010, *Travel & Tourism Economic Impact- Executive Summary 2010*, [<http://www.wttc.org>], (Site accessed 19 January 2012).

Xicatto, C., 2008, *O Turismo Literário na Revista Cult: Uma Análise Semiótica*, [biblioteca.rosana.unesp.br/upload/Camilla.pdf], (Site accessed 19 January 2012).