

**UNIVERSIDADE METODISTA SÃO PAULO**  
**DIRETORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

FLÁVIO MENEZES SANTANA

**O CARANGUEJO E A CONSTRUÇÃO DA  
IDENTIDADE CULTURAL DE ARACAJU: UMA  
ANÁLISE FOLKCOMUNICACIONAL**

São Bernardo do Campo, 2020

**UNIVERSIDADE METODISTA SÃO PAULO**  
**DIRETORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

FLÁVIO MENEZES SANTANA

**O CARANGUEJO E A CONSTRUÇÃO DA  
IDENTIDADE CULTURAL DE ARACAJU: UMA  
ANÁLISE FOLKCOMUNICACIONAL**

Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), para obtenção do grau de Mestre.

Orientador (a): Prof. Dra. Camila Escudero

Coorientador (a): Prof. Dr. Guilherme Moreira Fernandes

São Bernardo do Campo, 2020

### FICHA CATALOGRÁFICA

Sa59c	<p>Santana, Flávio Menezes</p> <p>O caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju: uma análise folkcomunicacional / Flávio Menezes Santana. 2020.</p> <p>308 p.</p> <p>Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) --Diretoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2020.</p> <p>Orientação de: Camila Escudero.</p> <p>Coorientação de: Guilherme Moreira Fernandes.</p> <p>1. Aracaju (SE) – Identidade cultural 2. Caranguejos – Aracaju (SE) 3. Comunicação e desenvolvimento 4. Folkcomunicação I. Título.</p> <p><b>CDD 302.2</b></p>
-------	--

## FOLHA DE APROVAÇÃO

A dissertação de Mestrado intitulada "O CARANGUEJO E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE CULTURAL DE ARACAJU: UMA ANÁLISE FOLKCOMUNICACIONAL", elaborada por Flávio Menezes Santana, foi defendida e aprovada com louvor em 12 de maio de 2020, perante banca examinadora composta por Prof. Dr. Dimas Antônio Künsch (Presidente/Umesp), Profa. Dra. Beatriz Correa Pires Dornelles (Titular/PUC-RS) e Prof. Dr. Roberto Joaquim de Oliveira (Titular/Umesp).

---

Profa. Dra. Camila Escudero

Orientadora

---

Prof. Dr. Vander Casaqui

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

**Programa:** Pós-graduação em Comunicação Social

**Área de concentração:** Processos Comunicacionais

**Linha de Pesquisa:** Comunicação Comunitária, Territórios de Cidadania e Desenvolvimento Social

*Ao incansável e incentivador mestre José Marques de Melo (in memorian);*

*Aos moradores e moradoras do Povoado Coqueiro que seguem imersos nos manguezais  
sergipanos, na manutenção de suas identidades marginalizadas.*

Aracaju, para quem não conhece ainda é uma tranquila capital do nordeste. Novos imponentes edifícios foram erguidos nos últimos anos, shoppings centers brotaram aqui e ali, como, de resto, aconteceu em todas as principais cidades deste país. Só que grande parte de Aracaju moderna foi conquistada aterrando os manguezais. As multidões que atravancavam as galerias climatizadas das butiques na verdade, são os vencedores pisoteando o túmulo de uma paisagem dilacerada para sempre (GABEIRA, 2000, p. 47).

## AGRADECIMENTOS

Ler a sociedade e interpretar seus mais profundos problemas estruturais, por vezes me causaram desconforto e a sensação de incapacidade, mas coincidentemente, nutriram-me de força e coragem para não fugir à luta. Não seria nos momentos difíceis que as melhores contribuições são semeadas? Como tenho dito, para transformar o mundo faz-se necessária a autotransformação, ainda que esta se caracterize como um impulso que jamais poderia ser tomado sozinho.

Gratidão à mainha, Maria Auxiliadora Menezes, à minha irmãzinha Franciele Santana e, principalmente, a painho, José Francisco de Santana, pelas mais variadas formas e gestos de amor;

Ao eterno professor José Marques de Melo (*in memorian*), por toda atenção, carinho, incentivo e confiança nos meses que passamos juntos; e à sua esposa, Silvia Briseno Marques Melo, que se manteve presente, mesmo com a ausência do mestre;

Ao irmão Ricardo Alvarenga e à irmã Clarissa Josgrilberg, por toda confiança, incentivo e contribuições desde o processo de acesso à Pós-graduação ao término do curso;

À minha orientadora Camila Escudero pela contribuição significativa, tanto à esta dissertação, quanto à minha formação intelectual e humana, e pelos sorrisos tirados sobre os puxões de orelha;

Ao meu coorientador Guilherme Moreira Fernandes pelas críticas, sugestões e gestos de confiança e admiração durante a minha caminhada acadêmica, antes mesmo do mestrado;

A Marcelo Andrade, amigo de longa data, por se fazer presente em minha vida, mesmo a quilômetros de distância;

Às minhas amadas Priscila Gonçalves e Naile Braffo Conde, que não só dividiram comigo as dores e angústias da vida acadêmica, como também se fizeram parte desta;

À toda família da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), em especial à Severino Alves de Lucena Filho, Júnia Martins, Cristina Schmidt e Beatriz Dornelles;

À professora Anamaria Fadul, pela acolhida e incentivo;

À Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), pelas inúmeras oportunidades de mostrar o meu trabalho e me permitir contribuir com as Ciências da Comunicação;

À Universidade Metodista de São Paulo, sempre bem representada pelas professoras e professores do antigo PósCom (*in memorian*) injustamente desligados: Marli dos Santos,

Cicilia Peruzzo, Elizabeth Gonçalves, Magali Cunha, Wilson Bueno, Daniel Galindo, José Salvador Faro e Sebastião Squirra;

Aos docentes do atual PósCom Metodista, em especial Roberto Joaquim de Oliveira e Dimas Antonio Künsch, por todas as contribuições e ensinamentos para além das disciplinas cursadas;

Aos colegas e amigos que o PósCom Metodista me permitiu conhecer, em especial à Marília Carrera, Adriana do Amaral, Edna Pereira, João Gremmelmaier Cândido e Ingrid Pfützenreuter Bizan, pelas experiências e partilhas durante as atividades acadêmicas;

Ao Instituto Ecumênico de Pós-Graduação em Ciência Religião (IEPG), na pessoa de Ana Maria Fonseca, por me oportunizar moradia na Casa dos Estudantes;

À toda a comunidade do Povoado Coqueiro, pela recepção carinhosa em todas as minhas visitas;

À Secretaria de Saúde do município de São Cristóvão/SE, principalmente aos servidores (as) Gyselle e Solano, pela ajuda na coleta de dados durante o trabalho de campo;

Ao companheiro das jornadas nos mangues são-cristovenses, Carlos Wilker, e à querida Agente Comunitária de Saúde (ACS), Maria Hilda dos Santos, pelas recorrentes contribuições;

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, pela concessão da bolsa;

A todas e todos que participaram desse processo comigo e que de alguma maneira contribuíram para o meu crescimento profissional e humano.



SANTANA, Flávio Menezes. **O Caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju**: uma análise folkcomunicação. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2020.

## RESUMO

Aracaju, capital de Sergipe, é conhecida tradicionalmente por sua relação histórica com o ecossistema manguezal e o caranguejo tornou-se um dos principais elementos constituintes de sua identidade. Por considerar que as identidades são construídas em acordo com a estrutura e hierarquia da sociedade, entendemos a comunicação como um mecanismo de disseminação de padrões culturais que constantemente organiza e articula as relações sociais. Assim, a partir de uma perspectiva folkcomunicação, esta pesquisa busca analisar a relação entre identidade de uma comunidade de catadores de caranguejo e a identidade abordada no espaço midiático aracajuano, frente ao processo de formação da identidade cultural da capital. Para isso, foram analisadas entrevistas semiestruturadas com catadoras e catadores de caranguejo da comunidade do Povoado Coqueiro, em São Cristóvão/SE; e matérias jornalísticas de jornais e portais de notícias da capital sergipana, publicadas durante os meses de agosto de 2015 e 2016, período do Festival do Caranguejo. Esta investigação revela que o caranguejo possui forte relação histórica com a capital sergipana, no entanto, o crustáceo está relacionado a duas identidades. Uma construída a partir da relação de subsistência com os ribeirinhos, marginalizada midiaticamente, e a outra, por sua vez, disseminada pela mídia, relaciona-se à gastronomia local, instituída pelo hábito de aracajuanos em quebrar caranguejo.

**Palavras-chave:** Aracaju; Caranguejo; Comunicação para o desenvolvimento; Folkcomunicação; Identidade.

SANTANA, Flávio Menezes. **The Crab and the construction of Aracaju's cultural identity:** a folkcommunicational analysis. 2020. Dissertation (Master in Social Communication) - Methodist University of São Paulo, São Bernardo do Campo, 2020.

### **ABSTRACT**

Aracaju, capital of Sergipe, is traditionally known for its historical relationship with the mangrove ecosystem and the crab has become one of the main constituent elements of its identity. Because we consider that identities are built in accordance with the structure and hierarchy of society, we understand communication as a mechanism for the dissemination of cultural patterns that constantly organizes and articulates social relations. Thus, from a folkcommunicational perspective, this research seeks to analyze the relationship between the identity of a community of crab scavengers and the identity addressed in the media space in Aracaju, facing the process of forming the cultural identity of the capital. For this, semi-structured interviews were analyzed with waste pickers and crab pickers from the community of Povoado Coqueiro, in São Cristóvão / SE; and journalistic articles from newspapers and news portals in the capital of Sergipe, published during the months of August 2015 and 2016, the period of the Crab Festival. This investigation reveals that the crab has a strong historical relationship with the capital of Sergipe, however, the crustacean is related to two identities. One built from the subsistence relationship with the riverside people, marginalized by the media, and the other, in turn, disseminated by the media, is related to local gastronomy, established by the habit of aracajuans in breaking crab.

**Keywords:** Aracaju; Crab; Communication for development; Folkcommunication; Identity.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Limites geográficos da Região Metropolitana de Aracaju (RMA).....	97
Figura 2. Localização geográfica do município de São Cristóvão/SE .....	103
Figura 3. Limites geográficos do povoado Coqueiro .....	105
Figura 4. Manguezais do povoado Coqueiro.....	108
Figura 5. Caranguejo recém capturado.....	111
Figura 6. Cata de caranguejo .....	125
Figura 7. Catadora exercendo atividade de cata no mangue .....	127
Figura 8. Empada com patinhas de caranguejo .....	178
Figura 9. Caranguejo cozido no prato .....	178
Figura 10. Arena gastronômica em processo de montagem.....	179
Figura 11. O Caranguejo Gigante da Orla de Atalaia.....	179
Figura 12. Aracaju realizará Festival do Crustáceo.....	184
Figura 13. Publicação do caranguejo uçá no <i>Correio de Sergipe</i> .....	185
Figura 14. Caranguejo móvel na segunda edição do Festival do Caranguejo de Aracaju .....	192

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Taxa de analfabetismo no Brasil 2016-2018 .....	77
Tabela 2. Dados socioeconômicos das macrorregiões brasileiras. ....	80
Tabela 3. Rendimento médio mensal de 50% da população com menores rendimentos, segundo as regiões brasileiras .....	85
Tabela 4. Dados socioeconômicos das UFs da Região Nordeste .....	91
Tabela 5. Região Metropolitana de Aracaju (RMA) .....	98
Tabela 6. Faixa etária da comunidade do Povoado Coqueiro .....	105
Tabela 7. Nível de formação da comunidade Coqueiro .....	107

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1. Veículos de comunicação instalados em Aracaju.....	156
Quadro 2. Publicações nos jornais do mês de agosto de 2015 .....	170
Quadro 3. Publicações nos jornais do mês de agosto de 2016 .....	171
Quadro 4. Publicações nos portais de notícias do mês de agosto de 2015 .....	172
Quadro 5. Publicações nos portais de notícias do mês de agosto de 2016 .....	172

## LISTA DE SIGLAS

**Abrasel** - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

**ADEMA** – Administração Estadual do Meio Ambiente

**AM** – Amplitude Modulada

**C4D** – Comunicação para o Desenvolvimento

**CEPAL** – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe

**CI** – Comissão de Serviços de Infraestrutura

**CNPA** – Sistema Confederativo da Representação Sindical da Pesca Artesanal

**Conepe** – Conselho Nacional de Aquicultura e Pesca

**EMBRATUR** – Empresa Brasileira de Turismo

**EMSETUR** – Empresa Sergipana de Turismo

**FECOMERCIO** – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe

**FEPESSE** – Federação dos Pescadores de Sergipe

**FM** – Frequência Modulada

**FUNDAP/SE** - Fundação Aperipê de Sergipe

**GTDN** – Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste

**Ibama** – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**ICMBio** – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

**IDH** – Índice de Desenvolvimento Humano

**IDHM** - Índice de Desenvolvimento Humano Médio

**Ipea** – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

**MAPA** - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

**MOM** – Monitor de Propriedade dos Meios

**ONU** – Organização das Nações Unidas

**PIB** – Produto Interno Bruto

**Plansab** – Plano Nacional de Saneamento Básico

**PNAD** – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

**PNADC** – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua

**PNUD** – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

**PO** – População Ocupada

**Prodetur** – Programa de Desenvolvimento do Turismo

**PSDI** – Programa Sergipano de Desenvolvimento Industrial

**RGA** – Região Metropolitana da Grande Aracaju

**RM** – Região Metropolitana

**RMA** – Região Metropolitana de Aracaju

**RPG** – Registro Geral de Pescador

**RSF** – Repórteres Sem Fronteiras

**Secult** - Secretaria de Estado da Cultura

**Setransp** – Associação de transporte público de Sergipe

**Sudene** – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste

**SUS** – Sistema Único de Saúde

**SIS** – Síntese de Indicadores Sociais

**TEM** – Ministério do Trabalho

**TICs** – Tecnologias da Informação e da Comunicação

**UF** – Unidade de Federação

**Unesp** – Universidade Metodista de São Paulo

**VAB** – Valor Adicionado Bruto

**WCED** – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO I – FORMAÇÃO IDENTITÁRIA, FOLKCOMUNICAÇÃO E MARGINALIZAÇÃO SOCIAL .....</b>	<b>26</b>
1.1 Espaço comum, dominância e formação identitária.....	26
1.2 Folkcomunicação e desenvolvimento social .....	34
1.2.1 Folkcomunicação como discurso dos grupos marginalizados .....	34
1.2.2 A cultura folk e o processo de marginalização social .....	41
1.3 Identidade e mídia: da Folkcomunicação à folkmídia.....	53
<b>CAPÍTULO II – DESENVOLVIMENTO, FORMAÇÃO SOCIAL E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO .....</b>	<b>60</b>
2.1 O desenvolvimento na perspectiva da comunicação .....	60
2.2 Desenvolvimento e formação social brasileira.....	73
2.2.1 O ilusório desenvolvimento do Brasil .....	73
2.2.2 As disparidades regionais e o caso do Nordeste.....	84
2.2.3 O estado de Sergipe e a formação de Aracaju .....	91
<b>CAPÍTULO III – O CARANGUEJO E A FORMAÇÃO IDENTITÁRIA DA COMUNIDADE DO POVOADO COQUEIRO .....</b>	<b>102</b>
2.1 O território e a ocupação do povoado Coqueiro.....	102
2.2 A comunidade do Coqueiro e a formação identitária.....	110
2.2.1 Comunicação .....	115
2.2.2 Desenvolvimento.....	124
2.2.3 Identidade .....	146
<b>CAPÍTULO IV – IDENTIDADE E A COBERTURA MIDIÁTICA DO FESTIVAL DO CARANGUEJO .....</b>	<b>155</b>
4.1 Articulação midiática local.....	155
4.1.1 Os Jornais analisados.....	162
4.2 O Festival do Caranguejo .....	166
4.3 Análise da cobertura midiática do Festival do Caranguejo .....	168
4.3.1 Comunicação .....	169
4.3.2 Desenvolvimento.....	186
4.3.3 Identidade .....	194
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>200</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>211</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>219</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>278</b>



## INTRODUÇÃO

O desafio de trabalhar com o caranguejo, enquanto elemento de identidade cultural de Aracaju, adveio da ambição de fazer um estudo que disseminasse a importância do crustáceo na capital sergipana. Diante de uma visão de deslumbramento, a qual chamamos de ‘limitada’, os questionamentos motivadores se baseavam no tamanho espanto quando, através da mídia tradicional da referida capital, se projetavam as imagens midiáticas do caranguejo cozido, coberto dos mais variados temperos. Seduziam-se sergipanos, aracajuanos e turistas de dentro e fora do país, que rondavam a passarela do caranguejo, localizada na extensa Orla de Atalaia.

O fato de revelar a importância do costume dos aracajuanos em quebrar caranguejo nos fins de semana, daria o norte necessário para justificar os anseios da pesquisa em questão, em identificar que esse aspecto possibilitou que a cultura do caranguejo influenciasse formas de expressões ligadas a seguimentos como artesanato, culinária, dança, artes plásticas, eventos culturais, dentre outros. Como exemplo disso, há o Festival do Caranguejo, que foi inserido no calendário turístico como um evento em que o crustáceo é o ingrediente principal em uma ampla arena gastronômica. Levantou-se, ainda, argumentos para visualizar o desenvolvimento da economia local em uma singela parceria entre catadores, vendedores, donos de bares e empresários do turismo. À primeira vista, nos parecia que o fenômeno do caranguejo em Aracaju beneficiava a todos os indivíduos envolvidos, desde o catador do crustáceo – que enfrentava o sol e a chuva diariamente, ao aterrar parte do seu corpo nas lamas dos manguezais sergipanos – até o “empreendedor” local, que vende o crustáceo nos diferentes espaços da capital.

O projeto, por fim, fechado, seguia com uma bibliografia consideravelmente pequena, mas que dava conta de responder os questionamentos científicos. Ingenuamente contribuiria com a mesma perspectiva de muitas pesquisas em comunicação e identidade, instituídas nas universidades brasileiras. Seria um modo de evidenciar que o caranguejo aracajuano tem ganhado atenção nos diversos espaços de Aracaju a partir das práticas midiáticas. Sem intenção nenhuma de desqualificá-las e muito menos descaracterizar esse campo de observações, o qual definimos como expressivo dentro da comunidade acadêmica, temos claro que seria mais um mecanismo que continuaria a reforçar um sistema pelo qual não mediremos esforços em criticar no decorrer deste trabalho.

A partir dos aspectos iniciais, trazíamos ao campo da Ciência da Comunicação uma perspectiva de trabalhar como a mídia local construía as imagens do caranguejo e contribuía para a valorização do elemento, enquanto símbolo de representação social do povo aracajuano.

Entendíamos que o jornalismo, enquanto propulsor de valorização identitária, seria o grande mantenedor desse fenômeno e nos traria aspectos para evidenciar isso a partir de um minucioso recorte. E que os conteúdos de propaganda e marketing, são essenciais na construção da identidade cultural de uma região. Acreditava-se que tais espaços, ao apresentarem o caranguejo como parte da cultura aracajuana, contribuíssem significativamente para o desenvolvimento econômico e cultural da cidade, já que estimulava a cultura como atração turística, na motivação do interesse das pessoas em conhecerem Aracaju.

Diante disso, destacamos o papel da mídia em consolidar a cultura como algo atrativo, o que consequentemente traz ganhos para a atividade turística e o “desenvolvimento” local. O turismo, portanto, seria entendido como um dos aspectos que contribuem fortemente para a construção da identidade, já que o investimento turístico permite ampliação de símbolos e significados. E diante dos contornos da Folkcomunicação, constatávamos que o caranguejo estava integrado a cultura de Aracaju, e ganhava abrangência pelos meios de comunicação, precisamente na prática do jornalismo cultural.

Não negamos que todos os olhares expostos são válidos e dão conta de responder estas e outras provocações. A prática midiática, o turismo e seus mecanismos de valorização cultural são relevantes às diversas manifestações distribuídas por todo o país. No entanto, percebemos que uma abordagem comunicacional voltada para reforçar as estratégias de marketing em função do crustáceo seria equivocada, uma vez que há uma série de questionamentos por trás da grande figura do caranguejo. O fato de um elemento de subsistência dos manguezais se reconfigurar como símbolo e engendrar estratégias de comunicação na oligarquia midiática local, aliada ao turismo, é um tanto curioso. Por que o crustáceo ganharia tamanha notoriedade como símbolo de identificação cultural dos aracajuanos? E quem o escolheu como representante da cultura aracajuana?

Primeiramente, no viés da formação estruturada da capital, na qual nos debruçamos para encontrar possíveis respostas nestes últimos anos, nos passava despercebido que Aracaju se trata de uma cidade planejada e construída literalmente em cima de manguezais, áreas inundáveis, canais e trechos do rio Sergipe. Esse processo se estabeleceu devido a uma crise de insalubridade e o combate a doenças, após o início da urbanização da cidade; a busca por novos acessos, já que o manguezal seria um empecilho a navegação do Rio Cotinguiba, atualmente Rio Sergipe; e o desenvolvimento urbano, justificados na época.

Entendemos, a princípio, que a formação de Aracaju adveio do processo de modernização e desenvolvimento instaurado no sistema global, em consenso com o restante do Brasil. Esse cenário evidencia a prioridade de uma urbanização urgente, fundamentada na

necessidade de suprir objetivos econômicos em detrimento das populações originárias que ali habitavam, já que, conforme Almeida (2008), os manguezais em Sergipe Colonial eram ligados a subsistência, ao curtume, abastecimento de combustível e ao comércio, unidos a fungibilidade e a comodidade da alimentação dos primeiros habitantes da Capitania de Sergipe.

Embora não existam dados que registrem o quantitativo da devastação dos manguezais do Estado de Sergipe, segundo os dados do Mapa de vegetação e usos da terra de Sergipe, com destaque para áreas de manguezal, todo o estado de Sergipe tem aproximadamente 247,74 km<sup>2</sup> de extensão de manguezais atualmente (ALMEIDA, 2008). Desses, 1,17% constituem a passagem de área coberta por manguezais em Aracaju, o equivalente a 250 quilômetros quadrados tombados como áreas de preservação ambiental. No entanto, toneladas de lixo são encontradas em suas áreas de preservação. Em monitoramento via satélite, a Secretaria de Estado do Meio Ambiente (SEMA) constatou em 2013, que cinco mil metros quadrados de manguezal em Aracaju<sup>1</sup> estavam mortos.

Atualmente a cidade ainda não encontrou meios de sanar a destruição das áreas de preservação e fortalecer a participação comunitária, já que a poluição impede que os manguezais aracajuanos ofereçam condições sanitárias para a cata de caranguejos. Por esse aspecto, Almeida (2008) evidencia que

atualmente a relação aracajuano-manguezal, baseada na associação do manguezal ao lixo, muito provavelmente, é herdeira da mentalidade vigente na capital sergipana, do final do século XIX. Essa atrelou a proliferação de doenças e a insalubridade da cidade de Aracaju, presentes até a primeira metade do século XX, aos manguezais. Convém refletir sobre isto, uma forma de pensar que se iniciou há mais de 150 anos, e que, ainda está presente nas ações dos aracajuanos que suprimem as áreas de manguezais (ALMEIDA, 2008, p. 141-142).

A começar de 1977, Aracaju passa a valorizar e criar métodos de viabilização do turismo, em atenção à grande indústria e à infraestrutura turística, com a criação da Empresa Sergipana de Turismo (EMSETUR), cujo objetivo baseou-se em movimentar a economia local e o desenvolvimento. Assim, criou-se a Orla de Atalaia, o grande cartão postal da cidade que tem atraído uma ampla rede de hotelaria. Trata-se, neste aspecto, de discursos criados que buscam promover representantes políticos e os destinos como mecanismos de conhecimento

---

<sup>1</sup> Cinco mil metros quadrados de manguezal estão mortos em Aracaju. Disponível em: <http://g1.globo.com/se/sergipe/setv-2edicao/videos/v/cinco-mil-metros-quadrados-de-manguezal-estao-mortos-em-aracaju/2442667/>. Acesso em 14 jan. 2019.

por parte dos turistas, e o (re) conhecimento dos sergipanos, como pontua Denio Santos Azevedo (2014).

Na época, com o intuito de fomentar o turismo em Aracaju, o Governo fez alto investimento em rodovias para facilitar o acesso a capital e às praias do seu litoral, além de inúmeros equipamentos instalados e a catalogação das potencialidades, aliadas aos principais veículos de comunicação do estado. Mais adiante, a partir do Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur), pôs-se em prática um projeto de duplicação da pista de 1.100 metros, na construção de um canteiro central e mais de 150 vagas de estacionamento (AZEVEDO, 2014).

Embora o ecossistema manguezal esteja historicamente relacionado a devastação desde o processo de adaptação de Aracaju ao modelo urbano, a cidade ganhou destaque por essa relação e a comercialização do caranguejo. Foi a partir da estratégia turística que os mais variados espaços onde se encontram a figura “gigante” do caranguejo foram construídos. Na extensa passarela onde se concentram bares e restaurantes, a iguaria principal em hipótese nenhuma pode faltar no prato dos visitantes. “Por se tratar de uma área de ponto de encontro, onde já existiam alguns bares que ofereciam o caranguejo como prato principal, decidiram valorizar e potencializar o produto denominando-se essa área como “Passarela do Caranguejo”” (AZEVEDO, 2014, p. 253).

Assim, vê-se que o caranguejo se tornou a pedida perfeita do verão, um elemento de representatividade do costume/tradição do povo aracajuano. Sua imagem encontra-se, por exemplo, em diversos locais. Seja na culinária local, na escultura gigante do caranguejo; na Passarela do Caranguejo; no artesanato vendido pelos produtores da cultura popular, nas feiras da cidade e, principalmente, nas várias comunidades em que o elemento é a chave de subsistência.

Por esse ponto de vista as cidades se planejam e organizam suas estratégias junto as empresas de comunicação e turismo em busca de desenvolvimento, a partir dos elementos construídos em seus contextos, considerados como patrimônios identitários. Enfatizamos, então, que a formação de Aracaju, ligada ao ecossistema manguezal, estabeleceu uma relação com o caranguejo e o tornou um dos principais protagonistas no turismo sergipano. Visto esse cenário, Luiz Antônio Barreto (2005) enfatiza que é a partir dessa lógica que cidades nordestinas se organizam de acordo com os ditames turísticos a partir dos anos 1960, ao lançar investimentos para dotar praias de hotéis, restaurantes, bares, equipamentos artísticos e facilidades como atrações turísticas. “Para tanto, os grupos são arrancados de seus habitats,

deixam as suas obrigações, e são levados como exemplares exóticos que a terra do Nordeste guarda, apesar do tempo e do progresso” (BARRETO, 2005, p. 113).

Frente a esse cenário, percebemos que Aracaju vive um paradoxo. Historicamente a relação da cidade com o manguezal baseou-se no desprezo, no que tange o fato do ambiente do mangue ser visto e entendido como fonte de insalubridade e doença (ALMEIDA, 2008). A mídia, por sua vez, enfatiza e reconhece o elemento enquanto símbolo identitário, no entanto, mascara e oculta os meios hábeis de manutenção da tradição e na preservação. Desvaloriza, assim, os sujeitos que perpetuam a cultural local nas comunidades e se retroalimenta da imagem do elemento com intenções de consumo.

Esse cenário contemporâneo, considerado por muitos como pós-moderno<sup>2</sup>, evidencia que os meios de comunicação convencionais seguem estreitamente vinculados à economia política e ao capitalismo, a generalizar as novas tendências emergentes a uma cultura dominante e a se apropriar da cultura tradicional. Assim, a imagem comunitária do caranguejo se reconfigura como um produto vendável e demonstra que quanto mais a vida social é mediada pelo mercado midiático, maior a tendência das identidades se desassociarem de seus habitats.

Por todos os argumentos levantados, evidências e contradições, entendemos que a trajetória acadêmica proporcionou o que aqui chamamos de amadurecimento intelectual por parte do pesquisador deste trabalho, como também um melhor aprofundamento da temática no que tange a visualizar uma situação de marginalidade e exploração. Entendemos o caranguejo como um elemento cultural que permeia dois universos, um em franco desenvolvimento e outro submetido à marginalização. É por este sentido que propomos desbravar os mangues sergipanos na tentativa de explicar tamanha desproporção que embate os problemas de comunicação que ocultam uma grande massa marginalizada.

A partir dos pressupostos de José Marques de Melo (1974), entendemos que a hierarquia desenvolvimentista da sociedade, estabelecida a partir da industrialização, segue na alfabetização – formação e instrução – e crescimento dos meios de comunicação e restringe-se a uma parcela da população. Trata-se de um processo que legitima o avanço do processo modernizador e desasiste uma vasta parcela da população que sequer conseguiu concretizar a etapa de acesso à educação. Neste percurso, propomos demonstrar diversos aspectos que justificam os problemas cruciais da sociedade aracajuana fundamentados pelo grande nível de desigualdade social, conflitos existentes em relação às diferenças sociais e identitárias, e aos

---

<sup>2</sup> A pós-modernidade é vista por sociólogos e estudiosos de outros campos do conhecimento para descrever a sociedade contemporânea, tratada, também, nas teorias sociológicas contemporâneas como modernidade tardia ou modernização reflexiva.

paradoxos evidenciados pela modernidade, reforçados pela globalização e a unificação dos mercados.

Entendemos que a mídia tem grande influência na consolidação dos símbolos de representação social, e que os meios de comunicação caracterizam-se como mecanismos de apropriação e disseminação da cultura, no que tange ao fato de reforçar as interações dos indivíduos a outras paisagens e novas culturas e que, por assim considerar, possui papel central no processo de construção da identidade cultural de Aracaju. Assim, buscamos, em uma premissa inicial, destacar que a formação da identidade cultural de Aracaju é consolidada a partir de uma construção social, mas que a representação do caranguejo na mídia se distingue da imagem do caranguejo na comunidade ribeirinha, que utiliza o elemento como principal fonte de subsistência. Frente a tais considerações, levantou-se o seguinte problema: como se estabelece a relação entre a construção da imagem do caranguejo na comunidade e na informação jornalística, no processo de formação da identidade cultural de Aracaju?

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a relação entre a construção da imagem do caranguejo na comunidade marginal e no espaço midiático, no processo de formação da identidade cultural de Aracaju, a partir de uma perspectiva folkcomunicacional. Como objetivos específicos: 1) Analisar a formação identitária na sociedade contemporânea a partir da folkcomunicação, bem como os processos de desenvolvimento social e marginalidade; 2) Apresentar como a comunidade marginal estrutura sua realidade a partir do caranguejo; 3) Identificar como a mídia se apropria dos elementos comunitários e identitários na informação jornalística; 4) contrastar a estrutura da comunidade marginal com a representação da imagem do caranguejo na mídia.

A fim de responder aos objetivos apresentados, escolhemos para análise a comunidade do povoado Coqueiro, do município de São Cristóvão, região metropolitana de Aracaju, por esta se inserir diretamente na coleta de caranguejo como principal fonte de subsistência. É importante levar em consideração que São Cristóvão se configura como um dos principais municípios que ofertam caranguejo à população, sobretudo em bares e restaurantes de Aracaju. Além disso, esta cidade está inserida dentro dos limites da região metropolitana de Aracaju, interligada pela proximidade e avanço dos meios de transporte na região.

Visto que será preciso conhecer diversos aspectos da vida comunitária, entendê-los e interpretá-los, optamos por uma entrevista aprofundada com catadores e catadoras de caranguejo na comunidade<sup>3</sup>. Em relação ao tipo de entrevista, planejamos seguir o modelo da

---

<sup>3</sup> Para a realização das entrevistas, foi necessária a aprovação do Comitê de Ética da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), já que trata-se de uma pesquisa que envolve seres humanos e lida diretamente com a

entrevista semi-aberta, por este permitir a flexibilidade de questões não estruturadas por meio de um roteiro controlado (DUARTE, 2006). Ou seja, o pesquisador lança uma pergunta e explora o máximo cada resposta até que a questão investigada se esgote. Consideramos, assim, que essa estrutura permite tratar do tema de forma ampla, a partir de questões pontuais, mas suficientes para serem discutidas com profundidade, com a possibilidade de tratar da amplitude do tema. Geralmente é conduzida a partir do conhecimento do entrevistado, porém, trabalhada no roteiro do pesquisador.

Para entender a relação entre os “dois universos” destacados, como a imagem do crustáceo se estabeleceu em cada um deles, e quais os fatores que os diferenciam, além da análise da comunidade, faz-se necessário analisar a atuação da mídia local na representação do caranguejo em suas mensagens. Para isso, por considerar o Festival do Caranguejo um importante evento turístico, onde se destacou a imagem do crustáceo, realizamos um recorte de diferentes veículos de comunicação de Aracaju, on-line e impressos, a fim de analisar como a imprensa se apropria e articula os elementos identitários na informação jornalística e sua influência na construção da identidade cultural, em contraste com a realidade das comunidades ribeirinhas.

Como suporte teórico, escolhemos a folkcomunicação, por esta visualizar o crescimento da desigualdade entre os mais diversos grupos sociais representados pelo duelo entre as formas de comunicação dos meios e as parcelas excluídas da população. Essa conjuntura apresenta, de forma evidente, não só a exclusão dos anseios de uma parcela representada por suas identidades marginalizadas, como também enfatiza a comunicação como mecanismo de disseminação de padrões culturais determinados por um jogo de interesse mercadológico. Para tanto, nos baseamos nos conceitos de marginalização social dentro do contexto brasileiro, com foco na organização das comunidades para, por fim, entender como as identidades culturais são formadas a partir do caranguejo.

Consideramos que os estudos latino-americanos são capazes de responder aos fenômenos aqui observados, e desta forma, todo o aporte teórico utilizado corresponderá a esse recorte. Avaliamos que essa posição busca mudar um cenário acadêmico que, constantemente traz visões e compreensões da ciência desenvolvida fora do contexto brasileiro. Como elucidou Marques de Melo (2003), as universidades se estruturam a partir de modelos de fora e seus intelectuais tem buscado fontes de conhecimento além-fronteiras, sem “reconhecer as

---

intimidade e a vida pessoal dos catadores e catadoras. Para isso, os entrevistados (as) receberam os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, com a garantia do mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo (a), de acordo com as solicitações do comitê de ética.

singularidades dos pensadores regionais ou nacionais que os precederam, legando-lhes contribuições inovadoras ou problematizantes” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 43). Além do mais, trata-se de uma maneira carinhosa de homenagear o professor José Marques de Melo, por sua contribuição significativa a esta dissertação e por sua trajetória desbravadora na busca pela disseminação das pesquisas das Ciências da Comunicação no contexto latino-americano.

Deste modo, dividimos esta dissertação em quatro capítulos. O primeiro contextualiza a formação e articulação das identidades a partir de uma visão de indivíduo e suas relações em sociedade. Logo mais discutimos sobre as raízes da Folkcomunicação e como esta foi pensada para o desenvolvimento. Para isso, fez-se necessária a discussão de algumas questões teóricas deixadas pelo seu idealizador, bem como os entendimentos da marginalidade, que nesta pesquisa ganha relevância e contribui significativamente para as análises da comunidade proposta. Por fim, a partir de uma visão da sociedade contemporânea, levantamos uma discussão final acerca da identidade e da mídia, a partir dos aportes teóricos da nova abordagem da folkcomunicação no século XXI.

O segundo, por sua vez, apresenta uma fundamentação teórica da noção Comunicação para o Desenvolvimento (C4D), a partir das discussões a respeito do desenvolvimentismo e formação social brasileira, esclarecer como tais medidas contribuíram para construção de identidades e amparar os postulados da folkcomunicação e da marginalização social. Apresentamos um percurso teórico baseado na premissa que a realidade aracajuana é reflexo de um sistema que busca desenvolvimento, mas não reconhece a importância do fortalecimento da participação ativa da sociedade como uma maneira de sanar os problemas sociais. Paralelamente apresentamos a ideia de uma comunicação para o desenvolvimento como mecanismos para se pensar em um sistema de comunicação eficaz e pertinente aos anseios das aglomerações situadas em patamares subalternos.

No terceiro capítulo entramos diretamente no trabalho empírico, onde buscamos identificar a raiz desse paradoxo que envolve as questões do crustáceo, em sua cidade de origem e sua relação com a subsistência local. Nosso objetivo é entender como um elemento nascido em um ecossistema manguezal local, profundamente devastado em seu processo de desenvolvimento, consegue se estabelecer como identidade de um povo. Portanto, na primeira seção apresentamos algumas considerações a respeito da comunidade escolhida para o estudo em questão, caracterizamos a comunidade e seus aspectos frente às características marginais propostas por Beltrão (2014, 1980) e, logo mais, avançamos sobre a questão identitária. A partir do Estudo de Caso como método, utilizamos algumas técnicas de pesquisa, são elas: pesquisa



bibliográfica, observação direta, entrevista em profundidade realizadas na comunidade e análise de conteúdo.

Para o último capítulo, destinamos a análise das publicações dos jornais definidos. O primeiro tópico apresenta a articulação midiática local, e os principais veículos de comunicação instalados em Aracaju. O segundo faz uma abordagem sobre a escolha dos jornais e portais de notícias analisados e seus respectivos históricos. No terceiro apresentamos uma análise de enquadramento das publicações levantadas, com o objetivo de discutir como a mídia se apropriou do caranguejo na construção de notícias a respeito do Festival do Caranguejo.

Por fim, reservamos o espaço das considerações finais para apresentar e discutir os resultados relacionados às principais teorias trabalhadas no decorrer desta dissertação. Assim, debatemos como a mídia influencia e qual, de fato, é a imagem do caranguejo no processo de formação da identidade cultural de Aracaju. O objetivo é apresentar elementos da identidade da comunidade trabalhada no terceiro capítulo, em contraste com a representação da imagem do caranguejo na mídia, analisados no capítulo quarto.

Nos apêndices desta dissertação, encontram-se o questionário, bem como a transcrição de fragmentos das entrevistas realizadas com os moradores da comunidade. E nos anexos reservamos imagens, tabelas e demais fontes dos dados discutidos no decorrer dos capítulos.

## **CAPÍTULO I – FORMAÇÃO IDENTITÁRIA, FOLKCOMUNICAÇÃO E MARGINALIZAÇÃO SOCIAL**

O percurso teórico da investigação proposta, parte da compreensão do processo de formação identitária de Aracaju e sua relação com os meios de comunicação. Por meio de um estudo bibliográfico, baseado em Stumpf (2005), o capítulo está estruturado em duas seções. A primeira trata sobre a construção de identidades na sociedade contemporânea, através da relação entre o espaço midiático e o espaço comum, e como estas são concebidas e estabelecidas. O segundo, por sua vez, traz a discussão da folkcomunicação, principal ferramenta de análise desta pesquisa, em diálogo com as noções de marginalização social e suas contribuições à teoria. A discussão aqui apresentada torna-se relevante por trazer novas abordagens, olhares e contribuições às discussões sobre identidades culturais na contemporaneidade, como também ressaltar a folkcomunicação como uma perspectiva teórica de inclusão a participação social.

### **1.1 Espaço comum, dominância e formação identitária**

O debate acerca das concepções de identidade cultural exige, inicialmente, que tenhamos claro que se trata de um processo que sofre constantes transformações. Muito embora a noção da identidade seja frequentemente discutida, não se trata de uma temática atual, visto que esta perpassa todas as fases históricas de uma sociedade. Leva-se em conta que a lógica da sociedade contemporânea parte de mudanças contínuas que se aceleraram ainda mais no final do milênio e no início dos anos 2000, devido a integração econômica, social, cultural e política, em nível global.

De todo modo, é importante destacar que toda identidade é constituída através das relações dos atores sociais e “adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas” (WOODWARD, 2014, p. 08). No entanto, não é algo preexistente, já que constantemente criam-se e recriam-se identidades a partir de negociações na quais formam-se parâmetros e regras pré-estabelecidas entre o grupo. Há recorrentemente uma reconstrução de identidades e nunca uma mesma construção.

Por assim dizer, a identificação consiste num processo construído, nunca completo e nunca determinado, caracterizado como um meio de articulação e determinação, o qual delibera o fechamento e a marcação da sua fronteira. Constrói-se a partir do reconhecimento de alguma origem comum ou de características que são partilhadas com outros grupos e/ou pessoas alicerçadas em um mesmo ideal. A partir dela ocorre um fechamento natural de solidariedade

e de fidelidade a seu grupo, o que comprova que as identidades não são nunca unificadas e/ou singulares, mas sim cada vez mais fragmentadas e multiplamente construídas a partir dos discursos, práticas e posições tomados no meio social, que podem se cruzar ou não (HALL, 2014).

Entende-se, portanto, que a identidade possui uma definição discursiva e linguística, sujeita a vetores de força e relação de poder em um campo hierárquico de constantes disputas. Nestas, se envolvem contestações mais amplas por outros recursos simbólicos e materiais da sociedade, que traduzem o desejo de garantir acesso aos bens sociais. Assim, o poder surge através do processo de diferenciação, na operação de inclusão e exclusão.

A identidade e a diferença se traduzem, assim, em declarações sobre quem pertence e sobre quem não pertence, sobre está incluído e quem está excluído. Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora (SILVA, T, 2014, p. 82).

Essa relação estreita de dependência entre a identidade e a diferença ganha significação em acordo à organização social, na qual permite-se dividir e ordenar o mundo social em grupos e classes, e se arranja com as formas pelas quais a sociedade produz e utiliza dessas classificações. Segundo Tomaz Tadeu da Silva (2014), não podem ser compreendidas fora do sistema de significação no qual ganham sentido. Essa divisão consiste em hierarquizar, por meio da atribuição de valores aos grupos classificados que constroem seus significados. “Um sistema classificatório aplica um princípio de diferença a uma população de uma forma tal que seja capaz de dividi-la (e a todas as suas características) em ao menos dois grupos opostos – nós/eles; [...] eu/outro” (WOODWARD, 2014, p. 40).

Por este aspecto, consideramos que a formação identitária faz referência à formação das sociedades e como estas foram estabelecidas historicamente. A comunidade, por exemplo – vista e entendida nesta pesquisa como um dos principais espaços de construção de identidades, onde os indivíduos organizam seus próprios meios de articulação e costumes, e efetivam suas tradições –, compreende-se como espaço onde artifícios e expressões populares se tornam discursos identitários, em acordo aos seus integrantes, mas que se modificam conforme os determinismos relacionados ao poder de uma sociedade.

Por esse ponto de vista, em relação ao nosso objeto de pesquisa, entendemos que as comunidades ribeirinhas sergipanas, que vivem da pesca artesanal e da coleta de caranguejos, constituíram-se a partir dos processos históricos vividos em Aracaju, seguidos da modernização e dos novos modelos de planejamentos urbanos. Deste modo, se configuram a partir dos

critérios da atribuição territorial que lhes foi dado, cujo fator de importância é determinante ao domínio que as identidades adquiriram e/ou irão adquirir. De certa maneira, esse fato delibera que tais comunidades assumam características da “pobreza”, impostas pela formação das identidades dominantes que recorrentemente se articulam a partir do auxílio dos meios de comunicação.

Como bem colocou Silva, T (2014), essas classificações dos níveis de valores e hierarquizações destacam que essa estrutura gira em torno de oposições binárias que não expressam uma simples divisão, mas privilegia uma em detrimento da outra. Parte-se do princípio de que as relações sociais são determinadas e que os indivíduos ocupam na sociedade posições definidas. Esta perspectiva justifica o surgimento de identidades com características hegemônicas em posição significativa a outras identidades que além de não serem reconhecidas, se mantêm à margem da sociedade. Assim, esses modos, pelos quais determinados grupos da sociedade se socializam, continuam a criar estilos de vida e pensamentos dentro desta mesma categoria, como um processo histórico e cultural.

A identidade e a diferença estão associadas a sistemas de representação, onde as coisas ganham sentido de acordo com a maneira que os indivíduos as representam. E o poder de definir e determinar a identidade está nas mãos de quem tem o poder de representá-la. “Questionar a identidade e a diferença significa, nesse contexto, questionar os sistemas de representação que lhe dão suporte e sustentação. No centro da crítica da identidade e da diferença está uma crítica das suas formas de representação” (SILVA, T, 2014, p. 91).

Frente uma sociedade onde a comunicação é o principal mecanismo que organiza e articula as relações sociais na sociedade contemporânea, questionamos como as identidades se organizam em uma sociedade onde as novas ferramentas promovidas pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) permitiram uma reconfiguração no modo de se comunicar. Nos referimos a um período contemporâneo marcado por uma constante interação entre os indivíduos e bens simbólicos e sociedades, onde a instantânea troca de informações em âmbito global dos meios de comunicação, causada pelos fenômenos da globalização, proporcionaram mudanças nas formas de organização social. Afinal, como falar da identidade e da diferença em um cenário onde tudo se movimenta, se transforma, ganha novo sentido, mudam-se os conteúdos, discursos e falas?

Jesús Martín-Barbero (2010, p. 60), menciona que o processo de globalização “é ao mesmo tempo um movimento de potencialização da diferença e da exposição constante de cada cultura às outras, de minha identidade àquela do outro”. Este processo é responsável pelos conflitos e determinações de valores em acordo à posição dos seus indivíduos e seus meios de

organização. Assim, à medida que os processos de comunicação se intensificam, tanto nos níveis de mensagens quanto nos métodos utilizados, o “outro” entra em evidência e põe em xeque o “eu”, estabelece-se, então, a chamada “crise” de identidades (HALL, 2016) ou dissolução das monoidentidades (CANCLINI, 2015b).

Em estudo anterior (SANTANA, 2018), discutimos a respeito de identidade e globalização cuja problemática enfatizava justamente entender como se baseiam os principais efeitos da modernidade nas identidades tradicionais e como uma identidade cultural tem sido firmada em uma sociedade considerada por muitos cientistas como “pós-moderna”. Levamos em consideração que o processo global evidencia uma ambiguidade. Enquanto esse efeito distancia as identidades do indivíduo, da sua comunidade e da sua cultura, ele também produz meios pelos quais suas identidades culturais são fixadas.

Silva, T (2014) entende que o processo de produção da identidade segue entre dois possíveis caminhos. Se por um lado as identidades se desestabilizam e se fragmentam, por outro, elas são fixadas – embora o processo de fixação em cada uma das diversas dimensões da identidade (nacional, de gênero, sexuais, raciais e étnicas) sigam dinâmicas diferentes. Por este aspecto, Néstor García Canclini (2015b) entende que as identidades estão diretamente ligadas aos cenários interétnicos, transclassistas e transnacionais, pelos quais elas se reestruturam conforme os contatos interculturais, e com apropriação de repertórios heterogêneos nesses circuitos. Assim, proporcionam um valor que separaram nações, etnias e classes, e cruzamentos socioculturais da mistura do tradicional com o moderno (CANCLINI, 2015a).

A comunidade seria, então, a extensão necessária para que essa produção se efetive, siga para um contexto mais amplo e se generalize por uma região, com a formação do que entendemos por identidade cultural. Stuart Hall (2014) entende por identidade cultural o que se constitui como aquele um “eu” coletivamente construído a partir de vários outros “eus”, sejam eles superficiais ou artificialmente impostos, e composto por uma história e/ou uma ancestralidade partilhada. Esse processo se intensifica na atualidade, quando uma determinada cidade busca recuperar a verdade em seu passado, em sua história cultural construída entre os seus indivíduos, para reafirmá-la através de uma representação cultural que reconhece o seu lugar como “único” e “diferente”.

Por outro lado, não podemos desconsiderar que, conforme observa Canclini (2015b), o multiculturalismo se estabelece como espaço repleto de culturas, que hora se encontram, hora se fundem e hora se distanciam. Em meio a essa variedade, formalizam-se conflitos que dificultam o entendimento e a caracterização das particularidades de cada cidade na contemporaneidade.

Esse processo vive em um círculo constante, no qual se transforma os modelos de comunicação, aproximam os indivíduos e as sociedades e, conseqüentemente, as identidades individuais se fragmentam e reformulam as identidades culturais. Estabelece-se, então, um processo revolucionário que corrobora com a confusão entre as relações individuais em sociedade. Esse cruzamento de sujeitos entre locais e paisagens, por exemplo, gera movimentos complexos que ocasiona o que Silva, T (2014) chama de subversão. Isso quer dizer que, a partir da dinâmica social, as diferentes identidades se misturam e formalizam a “hibridização”<sup>4</sup>. “A identidade que se forma por meio do hibridismo não é mais integralmente nenhuma das identidades originais, embora guarde traços delas” (SILVA, T, 2014, p. 87).

A análise da hibridização se estende nos processos culturais na década final do século XX, onde o intercâmbio entre as diferentes culturas e a sociedade provoca uma multiplicação das culturas híbridas. Para Canclini (2015a), esse processo é visto como um meio de ajudar a dar conta dos conflitos gerados pela interculturalidade, diante dos projetos de modernização na América Latina que entraram em decadência, e em suas palavras significa "processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas" (CANCLINI, 2015a, p. 9).

Por este aspecto, Silva, T (2014) entende que muitas vezes a hibridação se concretiza a partir das relações de poder, já que esta nasce dos conflitos entre os grupos. “Eles estão ligados a histórias de ocupação, colonização e destruição. Trata-se, na maioria dos casos, de uma hibridização forçada” (SILVA, T, 2014, p. 87). Assim, quando supostamente as sociedades tentam reafirmar suas identidades, conseqüentemente constroem novas (WOODWARD, 2014).

Em ponte com o nosso objeto de estudo, vislumbramos que o caranguejo proporciona novos olhares ao público aracajuano, agora encontrado não só no seu habitat natural, mas também em diversos espaços sob diferentes situações. É o caso da sua culinária local; da escultura gigante do caranguejo; da Passarela do Caranguejo; do artesanato vendido pelos produtores da cultura popular, nas feiras e mercados da cidade. Além disso, por dois anos Aracaju sediou o Festival do Caranguejo, inserido no calendário turístico como um evento em que o crustáceo é o ingrediente principal em uma ampla arena gastronômica. Esses diferentes espaços certamente causam impacto e promovem diferentes maneiras de consumo e mercantilismo.

---

<sup>4</sup> Hibridização ou, simplesmente, hibridação, conforme Canclini (2015a, p. XXIX), “aparece mais dúctil para nomear não só as combinações de elementos étnicos e religiosas, mas também a de produtos e tecnologias avançadas e processos sociais modernos ou pós-modernos”.

Esse processo de formalizar e identificar uma identidade comum pode ser compreendido a partir de diferentes perspectivas. Podemos enxergar que se trata nada mais do que impor determinada identidade a um grupo, onde a maioria detém desse sentimento, por meio das chamadas “comunidades imaginadas” que constituem uma identidade alicerçada em um agrupamento e criam laços imaginados entre pessoas (SILVA, T, 2014). Por esse mesmo caminho, Kathryn Woodward (2014) reforça que as identidades são marcadas pela diferença dos seus meios simbólicos e são vistas como elementos de atração, capazes de promover tanto a identificação, a partir dos hábitos culturais e sociais, como a exclusão, ao estigmatizar um modelo e se desfazer de outros. Assim, se valoriza uma unidade, como pertencente da maioria, e transforma-a em “mercadoria”, a partir do que Canclini (2015b, p. 127) chama de “mercantilização moderna e espetacularização no consumo”. A esse ponto de vista, Woodward (2014, p. 18) ressalta que

Os anúncios só serão eficazes no seu objetivo de nos vender coisas se tiverem apelo para os consumidores e se fornecerem imagens com as quais eles possam se identificar. É claro, pois, que a produção de significados e a produção das identidades que são posicionadas nos (e pelos) sistemas de representação estão estreitamente vinculadas. O deslocamento, aqui, para uma ênfase da identidade é um deslocamento de ênfase – um deslocamento que muda o foco: da representação para as identidades.

Canclini (2015b) entende que a expansão e a renovação incessante do consumo na sociedade contemporânea não são processos inconscientes e involuntários, e servem para explicar que as maneiras de consumir também determinam a divisão entre grupos e classes. Parte-se da premissa de que as necessidades ou gostos individuais não são os fatores determinantes de como e quem consome. Frente ao processo histórico socioeconômico, evidencia-se que o fator econômico seria o principal definidor da sociedade a qual conhecemos hoje, já que o ciclo de produção e reprodução social dependem das estruturas de administração do capital.

O modo como se planifica a distribuição dos bens depende das grandes estruturas de administração do capital. Ao se organizar para prover alimento, habitação, transporte e diversão aos membros da uma sociedade, o sistema econômico "pensa" como reproduzir a força de trabalho e aumentar a lucratividade dos produtos (CANCLINI, 2015b, p. 61).

A esse quesito, especificamente no caso brasileiro, a discussão sobre identidades culturais revela problemas na formação da cultura nacional, onde a urbanização e as estratégias

econômicas se tornaram ideais desenvolvimentistas que interferiram drasticamente na natureza e no tecido social. Desta forma, o afloramento da desigualdade social parte das políticas desiguais em relação aos espaços nobres e marginais, definidos a partir do poder e da dominância.

Os meios de comunicação, por sua vez, tornam-se canais para ofertas de bens e serviços e a indução publicitária de sua compra não são atos arbitrários. Por meio do que Canclini (2015b) chama de racionalidade sociopolítica interativa, o consumo condiz com o acesso aos bens e serviços e contribui para o conflito de classes. "Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo" (CANCLINI, 2015b, p. 62).

Denis de Moraes (2010) nos apresenta que as corporações de mídia e entretenimento exercem duplo papel no agenciamento à globalização, e sua anunciação discursiva à um aspecto hegemônico, "propagando visões de mundo e modos de vida que transferem para o mercado a regulação das demandas coletivas" (MORAES, 2010, p. 187). Infere-se, portanto, a articulação midiática à lógica capitalista, em manter o domínio da produção simbólica, definir os conteúdos culturais, visto que a retórica global é "incutir a convicção de que a fonte primeira da expressão cultural se mede pelo nível de consumo dos indivíduos" (MORAES, 2010, p. 187). Esse cenário reflete que os meios são responsáveis em produzir ideologias, ao fazer e refazer a cultura, já que "não somente se comercializam formatos, mas recriam-se as narrativas nas quais se entrelaça o imaginário mercantil com a memória coletiva" (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 63). Dessa forma, atualmente se unifica não uma vontade de liberdade, mas de domínio; não a cooperação, mas a competitividade (MARTÍN-BARBERO, 2010).

Paralelo a isso, um terceiro aspecto apontado por Canclini (2015b) seria a lógica pensada para a construção de signos e nas maneiras de comunicá-los, que determina a formação de aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade consumidora, onde as relações sociais se constroem em relação a apropriação e acesso aos bens simbólicos. "A lógica que rege a apropriação dos bens como objetos de distinção não é a da satisfação de necessidades, mas sim a da escassez desses bens e da impossibilidade de que outros os possuam" (CANCLINI, 2015b, p. 63).

As narrativas e os discursos são construídos através dos sistemas de representação, que se utilizam das identidades nas estratégias de marketing, ao articular e distribuir modos de vida, a partir da cultura e dos significados presentes nas relações sociais como um mecanismo de atração que elege "modelos" que identifica o público escolhido. Trata-se de uma estratégia de



ativação dos desejos das pessoas, que se estabelecem a partir de relações de poder, nas quais se definem o que deve ser incluído e/ou excluído (WOODWARD, 2014).

Diante disso, Silva, T (2014) esclarece que as relações de poder das identidades, consideradas hegemônicas sobre as remotas, quase todas relacionadas as classes empobrecidas das sociedades, sobressaem, e inserem elementos hegemônicos em outras identidades justamente pelo poder que elas carregam.

Normalizar significa eleger – arbitrariamente – uma identidade específica como parâmetro em relação ao qual as outras identidades são avaliadas e hierarquizadas. [...] significa atribuir a essa identidade todas as características positivas possíveis, em relação às quais as outras identidades só podem ser avaliadas de forma negativa. (SILVA, T, 2014, p. 83).

Canclini (2015b) frisa que na segunda metade do século XX, o simulacro das monoidentidades se torna inverossímil e explode nas cidades. Neste sentido, tem-se pensado na apropriação cultural, principal perspectiva onde se questionam os limites do uso do "tradicional" em práticas de mercado e consumo, o que pretendemos discutir mais adiante. Dessa maneira, a sociedade contemporânea segue estreitamente vinculada à economia política e ao capitalismo que generaliza as novas tendências emergentes a uma cultura dominante. Os elementos “selecionados” como representação adquirem características hegemônicas e desprezam suas raízes culturais, as quais nasceram em contextos humildes e pobres. Por esse ponto de vista, a necessidade de pertencimento ganha uma lógica de mercado e consumo. É o que diz Woodward (2014, p. 21):

A homogeneidade cultura promovida pelo mercado global pode levar ao distanciamento da identidade relativamente à comunidade e à cultura local. De forma alternativa, pode levar a uma resistência que pode fortalecer e reafirmar algumas identidades nacionais e locais ou levar ao surgimento de novas posições de identidade.

Em relação ao caranguejo em Aracaju, pode-se dizer que há uma valorização do crustáceo como símbolo identitário, por representar a população no que se refere à prática da quebra do caranguejo, no entanto, não viabiliza meios de manutenção e preservação da tradição da cata nas comunidades ribeirinhas. A esse respeito, Canclini (2015b) entende que para se pensar em estratégias que promovam cidadania, deve-se ter em conta que as necessidades culturais exigem políticas multissetoriais, adaptadas a cada zona, em consideração às necessidades e demandas da população. No mais, para se construir um imaginário comum, é crucial que se combine “o

enraizamento territorial de bairros e grupos com a participação solidária na informação e com o desenvolvimento cultural proporcionado pelos meios de comunicação de massa, na medida que estes tornem presentes os interesses públicos” (CANCLINI, 2015b, p. 110).

Ademais, a comunicação atua na cultura como ferramenta que desempenha o processo de intercâmbios e sentidos e, neste caso, seria impossível não gerar conflitos às culturas tradicionais. O comunicador, portanto, assume a responsabilidade em explicitar “a relação entre diferença e ocasião de domínio, e a partir daí trabalha para fazer possível uma comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores” (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 69). Por assim dizer, os espaços de comunicação servem de intermédio à promoção da valorização de diferentes falas, sem classificação. Mas, para que isso ocorra, a comunicação precisa se atentar a proporcionar solidariedade que amenize a exclusão social política e cultural e promova a integração entre os povos, além de evidenciar a necessidade das políticas culturais como maneiras de cessar os problemas sociais e promover a transformação (MARTÍN-BARBERO, 2010).

## **1.2 Folkcomunicação e desenvolvimento social**

Os estudos da Comunicação voltada para o desenvolvimento social no âmbito brasileiro se concretizaram na década de 1960, a partir da proposta de Luiz Beltrão<sup>5</sup> em estudar as formas de comunicação dos grupos marginalizados. Apoiado no processo desenvolvimentista desigual e nos ideais de uma comunicação voltada à valorização dos indivíduos excluídos econômica, política, social e culturalmente, Beltrão (2014), elucidou que a realidade brasileira apontava disparidades comunicacionais, principalmente no Nordeste do país, equivalente a uma elite dirigente que desconsiderava as alternativas de organização feitas pelo povo e para o povo.

### **1.2.1 Folkcomunicação como discurso dos grupos marginalizados**

A abordagem comunicacional frente aos problemas sociais intrínsecos na sociedade brasileira, quando esta, de fato, passava pelas primeiras fases do processo de desenvolvimento econômico – por meio da transformação das atividades artesanais em novos modos de produção

---

<sup>5</sup> Jornalista, escritor e professor brasileiro que dedicou uma trajetória, em mais de cinquenta anos, às Ciências da Comunicação. Criou e defendeu, em 1967, a Folkcomunicação como uma nova disciplina acadêmica na área da Comunicação Social. Alcançou, assim, duplo pioneirismo por evidenciar uma teoria da comunicação legitimamente brasileira e por se tornar, ao defendê-la, o primeiro doutor em comunicação no país (MARQUES DE MELO, 2008a).

e consumo desenhados no avanço industrial ditado pela tão esperada Revolução Industrial Brasileira (BRESSER-PEREIRA, 2003) – vislumbrou um cenário carregado de problemas e percebido através dos métodos e atitudes de uma massa, onde se confirmava demonstração de total inoperância do povo frente aos meios de comunicação massivos. A comunicação seria, então, solução para as problemáticas entre elites e massas, que demonstravam a existência de dois brasis, um em franco desenvolvimento e outro marginalizado.

[...] tem sido assinalada com frequência, como sinal marcante da situação nacional, a oposição entre Estado e Nação, entre as elites dirigentes e a massa urbana e rural, entre os receptores contumazes das mensagens veiculadas pelos meios convencionais, notadamente os de massa, e os públicos cegos e surdos a tais canais e, aparentemente, mudos e inoperantes (BELTRÃO, 1980, p. 15).

A partir de então, Beltrão (1980, 2014) propôs mecanismos da comunicação como fornecedores de acesso à informação e possibilidades de interação do público na tomada de decisões no âmbito político e social, ao encarar os canais de comunicação “artesanais” como possíveis caminhos de celeridade à transformação da sociedade. A folkcomunicação, portanto, se torna ferramenta plural para enxergar e compreender as reações do povo – muitas vezes distantes dos espaços comuns da sociedade e não diretamente engajados aos meios de comunicação – e propor estratégias que contribuam na supressão dos problemas da comunicação.

Como principal marco teórico, definimos tal teoria como um dos mecanismos que abastecem o campo da Comunicação para o Desenvolvimento, no que se refere aos métodos de reconhecimento e valorização cultural dos povos em circunstância de exclusão comunicacional. Em sua própria terminologia, destacam-se dois importantes conceitos: folclore e comunicação, já que ‘folk’ advém de ‘povo’, pelas “formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizada pelas classes subalternas” (MARQUES DE MELO, 2008a, p. 17) e ‘comunicação’ enquanto método de análise. Folkcomunicação é, assim, a comunicação do povo, onde os mecanismos artesanais expressam “em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural” (MARQUES DE MELO, 2008a, p. 17).

Nas palavras de Hohlfeldt (2013, p. 877), folkcomunicação é definida como:

o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da

comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (HOHLFELDT, 2013, p. 877).

A teoria beltraniana propõe pensar em metodologias próprias voltadas à compreensão das demandas das regionalidades na difusão de informações, na orientação da opinião pública e na promoção do bem comum, em consideração, principalmente, que as camadas populacionais se tornam cada vez maiores e dispersas, diferenciadas por sua cultura, etnia e distâncias espaciais e sociais, e organizadas através de missões e interesses. Do contrário, esses grupos não entrarão em comunhão e continuarão “privados da plena obtenção dos seus fins, do cumprimento satisfatório da sua missão e, por conseguinte, com os seus interesses definidos ameaçados” (BELTRÃO, 2014, p. 51).

Por assim dizer, as estratégias de comunicação partiriam do reconhecimento à pluralidade cultural por meio do aperfeiçoamento dos profissionais da mídia, conforme aponta Beltrão (2014, p. 48):

Para a sociedade de massa, exige-se a comunicação maciça e coletiva que, utilizando diferentes instrumentos e técnicas, fornece mensagens de acordo com a identidade de valores dos grupos e, dando o curso a diferentes pontos de vista, fomenta os interesses comuns, ora desintegrando, ora criando solidariedades sociais.

Quando a comunicação passa a ser coletiva, o agente comunicador exerce o envio das mensagens, mas o seu retorno não é necessariamente um “diálogo”, já que neste tipo de comunicação não há uma discussão, mas sim uma ação. No entanto, “[...] se o povo não reage às sugestões que lhes são feitas, há duas possibilidades: ele não compreendeu a mensagem e por isso não reagiu, ou a mensagem não atende às suas necessidades e reivindicações” (AMPHILO, 2010, p. 70). Assim, a prática do jornalismo ganha relevância por efetivar a comunicação e garantir a sobrevivência e o aperfeiçoamento dos povos, cujo elementos lhes proporcionam meios para inventar, produzir, modificar, estruturar, imprimir em seus subjetivos uma cultura, que conseqüentemente ganha dimensão simbólica para adquirir significados distintos.

Isabel Amphilo (2013) enfatiza que o problema evidenciado e pensado sobre a ótica da comunicação é que, “a elite quer que o povo assimile a mensagem transmitida pelos meios massivos de comunicação, mas não se interessa em saber nada sobre esse povo” (AMPHILO, 2013, p. 982). Segundo ela, “os intelectuais viviam de costas para o povo brasileiro, alheios a sua realidade e necessidades” (AMPHILO, 2013, p. 982), como destaca o próprio Beltrão:

A nossa elite, inclusive a elite intelectual, tem o *folk-way* das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária. A literatura, a arte, as crenças, os ritos, a medicina, os costumes dessas camadas sociais, os seus meios de informação e de expressão continuam ignorados em toda a sua força e verdade. O que impossibilita a comunicação e a comunhão entre governo, povo, elite e massa. (BELTRÃO, 2014, p. 56).

Cabe referenciar que quando a folkcomunicação foi pensada, a realidade brasileira, mais especificamente no Nordeste do país, demonstrava, efetivamente, que não havia comunhão entre os veículos de comunicação existentes e os grupos que se encontravam em situação de marginalização. Segundo o Censo Demográfico brasileiro de 1960<sup>6</sup>, apenas 35,18% da população tinha acesso ao rádio e 4,30% a televisão. Desses, somente 7,33%, dos que tinham acesso ao rádio, morava na área rural. E uma situação ainda mais crítica no acesso a televisão: apenas 0,15% da população rural possuía TV. Além do mais, o acesso aos meios de comunicação estava entre os fatores, mas não se tratava do único problema enfrentado pela realidade brasileira. A falta de saneamento básico significava um sério problema, que afetava grande parte da mesma população (ARAGÃO, 2017).

Amphilo (2010) enfatiza que a Folkcomunicação caminhou paralelamente ao processo de desenvolvimento do Brasil, com o intuito de trazer artifícios para uma integração nacional junto à implantação de políticas públicas. Nesse ponto de vista, os meios de comunicação poderiam ser usados como mecanismos para a transformação social, visto que as diferentes ferramentas poderiam ser usadas na aproximação dos diferentes grupos da sociedade.

Entretanto, visualizava-se um modelo de comunicação dito “democrático”, mas que, aliado a grupos políticos, que atuam em lugar de dominância e poder, isentam-se de suas responsabilidades e negam a assistir as necessidades do povo. “A multidão alienada do pensamento das elites entravava o progresso nacional, porque não respondia, através de ações, ou seja, através do voto às mensagens transmitidas pelos meios de comunicação coletiva” (AMPLHILO, 2010, p. 66). Não se levou em consideração, deste modo, que um sistema de comunicação democrático é a base para o alcance dos projetos desenvolvimentistas do governo (BELTRÃO, 2014). Além disso:

Não se procurou pesquisar a maneira pela qual o povo reage às sugestões que lhe são feitas. Nem situar os meios de que se pode dispor para fazer com que a população menos dotada aceite princípios e normais de mudança social,

---

<sup>6</sup> Apresentado por Aragão (2017).

adote maneiras de trabalhar, de agir, de divertir-se, um outro modo de crer e decidir (BELTRÃO, 1980, p. 17).

Nesse aspecto, Beltrão (1980) entendeu que os povos colonizados, considerados incultos, através de suas formas de civilização, sem os artefatos sociais de comunicação – como a tipografia, o livro e o jornal –, excluídos e à margem, desenvolveram seus próprios meios de comunicação, que, conforme Barreto (2005), seguem expressos em manifestações variadas de criação, recriação ou uso repetitivo, como próprios das vivências memoriais.

Por esse ponto de vista, o discurso da Folkcomunicação se fundamentou na clareza e na percepção dos conteúdos, códigos e significados de circulação popular, cujos métodos respondem a realidade do espaço comum entre os indivíduos e que não necessariamente necessitam dos meios de comunicação formal para ganharem relevância. Em contrapartida, o ponto central e indiscutível dessa realidade é pôr em evidência que um país busca desenvolvimento, mas não se compromete em integrar todos os grupos sociais a esse processo, além de difundir, a partir dos meios de comunicação, o discurso do povo como desprovido de conhecimento.

Se por um lado a folkcomunicação revela o desconhecimento e a importância de se investigar as “formas de expressão e dos meios de comunicação de que se vale o povo para impor, às vezes de um modo inesperado, palpável, o seu pensamento e a sua vontade” (BELTRÃO, 2014, p. 58), por outro propõe reflexão acerca do obstáculo no envio e na circulação de informação em sociedade a partir dos meios de comunicação. Deste modo, aclara que os paradigmas que apontam o poder dos meios de comunicação e o desempenho passivo por parte dos receptores frente à emissão e a transmissão de mensagens simplesmente não davam conta de ilustrar a realidade brasileira.

Todas as investigações levaram à evidência de que o efeito dos meios – jornais, rádio, televisão e cinema – postos a serviço de grandes campanhas políticas ou sociais, visando mudar opiniões e atitudes a curto prazo, não era tão eficaz como se imaginava (BELTRÃO, 2014, p. 59).

Beltrão (2014) apontou que a intercomunicação empregava instrumentos eficazes que se perduravam em outros fluxos, ainda dentro do processo de comunicação, através de um sujeito social que atuava como representante de determinado grupo. A partir da hipótese construída por Paul Lazarsfeldt, Bernard Berelson e Hazel Gaudet, na teoria do fluxo comunicacional em duas etapas – two-step-flow of communication –, destacou-se que a presença de um líder mantinha o processo comunicacional em dois estágios. Logo constatou-se que

difusão não acontecia em apenas dois, mas em múltiplos estágios (LAZARSELD, 1964). Em outras palavras, “[...] a comunicação pessoal parece servir de intermediário na transmissão de informações e influências, dos meios de comunicação coletiva para seus derradeiros receptores” (LAZARSELD, 1964, p. 96).

Assim, na perspectiva da Folkcomunicação, o líder de opinião seria um indivíduo do mesmo nível social que, mais propenso a receber informações da cultura de massa, reinterpretaria as mensagens em uma linguagem mais próxima do grupo em condição de marginalização. Em outras palavras, uma influência indireta dos Meios de Comunicação de Massa (MCM). Nas palavras de Beltrão (2004, p. 44), seria o

[...] personagem quase sempre do mesmo nível social e de franco convívio com os que se deixavam influenciar, tendo sobre eles uma vantagem: estavam mais sujeitos aos meios de comunicação do que os seus liderados. Conheciam o mundo – isto é, haviam recebido e decodificado as mensagens dos meios, transmitindo-as em segunda mão ao grupo com o qual se identificavam.

Diante do cenário globalizado, com a comunicação horizontalizada a partir das novas plataformas de comunicação, onde os indivíduos sociais têm acesso direto aos MCM, Trigueiro (2008a) faz uma nova leitura do líder da folkcomunicação. O autor entende que esta figura perde sua importância no processo folkcomunicacional, mas ganha visibilidade como agente cultural cujo papel é fazer mediação, com o objetivo de suprir deficiências de suas realidades a partir da apropriação e do uso da cultura midiática. Ou seja, trata-se de uma contribuição aos entendimentos do líder de opinião, a partir da ótica dos estudos culturais latino-americanos, onde o ativista midiático pode ser interpretado, neste contexto, como intermediário cognitivo entre os produtores de cultura e os consumidores. A esse novo indivíduo, Trigueiro (2008b, p. 143) denomina de ativista midiático da folkcomunicação, que

opera em esferas diferentes do campo de interesse, da mídia hegemônica, inventa novas interações socioculturais de convivências entre as tradições locais e a vida moderna como forma de estar sempre atualizado com o que acontece no mundo de fora, com visões dos muitos lugares.

Embora o líder folk não tenha papel ativo no processo de comunicação contemporâneo, a reinterpretação da perspectiva de Paul Lazerfeld à realidade brasileira, demonstrou total inoperância dos MCM, ao evidenciar que o processo de comunicação não se limitava apenas ao emissor, mensagem e receptor. Trata-se de uma das principais contribuições da folkcomunicação às pesquisas em Comunicação no âmbito da América Latina.

Compreendemos que o folclore passou a exercer papel fundamental em meio a cultura popular que, além de se comprometer a preservar práticas tradicionais, se configurou como forma de representação e expressão comunicativa do povo e para o povo, encarados por suas condições sociais e possibilidades de criar, reproduzir e contestar estereótipos e hierarquias transmitidos pela comunicação de massa. Assim, seu discurso está relacionado ao desenvolvimento social do indivíduo para além da questão biológica e caracteriza-se pelo olhar contra-hegemônico da cultura popular à cultura erudita, concretizado pela luta em fazer ouvir sua voz e suas reivindicações, em prol do bem comum (AMPHILO, 2013).

Cabe destacar, entretanto, que nossa proposta não busca apenas expor a teoria beltraniana como aporte teórico para entender os mecanismos e ferramentas de comunicação articulados pelo povo<sup>7</sup>, mas por esta apresentar e propor um conjunto de instrumentos que viabilizam a compreensão e a reflexão de como podemos visualizar o cenário comunicacional brasileiro relativo às perspectivas de exclusão social, realidade tão presente nas comunidades dependentes do caranguejo estudadas neste trabalho.

Acreditamos que a realidade sergipana demonstra um cenário de marginalização social, o qual apresentaremos no próximo capítulo, resultado do processo histórico da capital em conformidade com os projetos de desenvolvimento do Brasil. O controle industrial e urbano sob o meio ambiente e sua necessidade de desenvolvimento acabou por distanciar as populações que ali se estabeleciam em função do ecossistema manguezal. Em contrapartida, como bem aclarou Beltrão (2014), a comunicação entre os grupos resultados desse processo se torna menos frequente e mais complexa. A mídia aracajuana, conforme discutiremos no capítulo IV, tem contribuído com o processo de marginalização social.

Sustentada na premissa de visualizar os mecanismos artesanais como veículos de comunicação popular e, ao mesmo tempo, dar reconhecimento a um grupo constantemente excluído, a folkcomunicação também se configura como um mecanismo de quebra de paradigma, tanto para enxergar quanto denunciar um problema que está enraizado na sociedade brasileira. Não é por acaso, como bem destacou Marques de Melo (2008a), que essa teoria sofre resistência por parte dos folcloristas conservadores, que defendiam a cultura popular dos efeitos da modernidade, como também dos próprios comunicólogos, que adotavam as manifestações populares como artifícios de exigência política, ao invés de visualizá-las como símbolos de resistência à sua situação de pobreza e marginalização.

---

<sup>7</sup> Para um entendimento da Folkcomunicação em perspectiva histórica, consultar Marques de Melo (2008a).



Certamente “a falta de coerência, refinamento e acuidade teórica por parte dos pesquisadores terminam por confundir a folkcomunicação com o estudo do folclore e cultura popular” (HOHLFEDLT, 2013, p. 878), bem como a limitação referente a noção de marginalidade na aplicação metodológica dos estudos folkcomunicacionais (SANTANA, 2019) corroboraram às restrições e resistências por parte da comunidade acadêmica das Ciências da Comunicação.

### 1.2.2 A cultura folk e o processo de marginalização social

Na teoria da folkcomunicação, utilizou-se o termo “marginalizado” para identificar o grupo que em situação de exclusão cultural, econômica e política, privado das mensagens jornalísticas dos veículos convencionais, não respondia aos apelos dos MCM (BELTRÃO, 2014). Muito embora tal concepção não tenha sido claramente justificada nos primeiros postulados da teoria, a audiência folk é formada pelos indivíduos que se utilizam das formas artesanais, direta ou indiretamente relacionadas ao folclore, como ferramentas de comunicação popular.

Ainda que os entendimentos da marginalidade se pautem pelos mesmos conceitos, Beltrão (1980) ancorou-se em noções de teorias da marginalidade para identificar os grupos que, pela imposição de dominância, seguem situados à margem, obstinados a carregar efeitos simbólicos reverberados pelas práticas midiáticas. Essa perspectiva parte do princípio de enxergar as manifestações culturais excluídas “não só do sistema político como da comunicação social, ambos voltados à preservação do *status quo* definido pela ideologia e pela ação planejada dos grupos dirigentes” (BELTRÃO, 1980, p. 39).

Marques de Melo (1980) destaca que tal abordagem oferece um esclarecimento maior a respeito da comunicação dos grupos populares, praticadas nas comunidades operárias, camponesas e nos grupos de classe média, o que abre discussão para questionar o folclore e a cultura popular enquanto objetos exclusivos da teoria. Denominou-se, assim, de Folkcomunicação “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios *direta e indiretamente* ligados ao folclore” (BELTRÃO, 1980, p. 24, grifo nosso).

Embora o conceito de folkcomunicação cunhado por Hohlfeldt (2013, p. 877), apresentado no início deste capítulo, esclareça que a teoria consiste em estudar o processo de comunicação dentro das manifestações da “cultura popular” ou do “folclore”, ainda assim é importante estabelecer um limite do lugar de ambos os termos como objetos de estudo da teoria.

O marginalizado na folkcomunicação é o indivíduo perdido entre duas culturas, recorrentemente reconfigurado através dos efeitos dos meios de comunicação de massa, e que não necessariamente utiliza das expressões folclóricas como discurso. Como bem destaca o próprio Beltrão (2004, p. 93):

Ocorre ainda que nem todos os usuários do sistema pertencem ao universo folclórico, isto é, são originalmente partícipes das camadas populares que sentem, pensam, agem e se expressam de modo peculiar, ligados a crenças, costumes e formas tradicionais e arraigadas no seu espírito e na sua vida (BELTRÃO, 2004, p. 93).

O conceito de marginal foi discutido pela primeira vez no artigo *Human migration and the marginal man*<sup>8</sup>, do jornalista e sociólogo da Escola de Chicago<sup>9</sup> Robert Park<sup>10</sup>, publicado em 1928 no *American Journal of Sociology*. O termo surgiu a partir dos estudos das migrações humanas, contatos e conflitos entre os povos, no qual utilizou-se o conceito de “homem marginal” para ilustrar o indivíduo em situação de migrante:

um híbrido cultural, um homem que vive e compartilha intimamente a vida cultural e as tradições de dois povos distintos; nunca muito disposto a quebrar, mesmo que ele tenha permissão de fazê-lo, o seu passado e suas tradições, e não muito aceito, por causa do preconceito racial, na nova sociedade em que agora procurava encontrar um lugar. É um homem à margem de duas culturas e duas sociedades, que nunca completamente se interpenetram e se fundem (PARK, 2017, p. 121).

Na perspectiva de Park (2017), o avanço de uma cultura ocorre em consequência do contato e da comunicação. É a partir da migração e do movimento das populações que se afrouxam os laços tradicionais e garante-se a liberdade das cidades e a organização da civilização. A partir de uma abordagem psicossocial, Park (2017) busca entender o processo migratório não apenas pelos seus efeitos, como se manifesta nas modificações dos costumes,

---

<sup>8</sup> Texto traduzido por Mauro Guilherme Pinheiro Koury e republicado na Revista de Antropologia e Sociologia ‘Sociabilidades Urbanas’, em novembro de 2017, a qual utilizaremos como referência neste estudo.

<sup>9</sup> A Escola Sociológica de Chicago ou Escola de Chicago surgiu a partir de um grupo de professores e de pesquisadores por iniciativa de sociólogos americanos que integravam o corpo docente do Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago, nos Estados Unidos, reunido por volta dos anos de 1920 para estudar e discutir sobre questões operantes a sociologia, contribuindo, também, com a Psicologia Social e às Ciências da Comunicação. Seu surgimento está vinculado ao processo de expansão urbana e crescimento demográfico da cidade de Chicago no início do século XX, que trouxe à tona o crescimento da criminalidade, a delinquência juvenil, gangues, pobreza, desemprego e a imigração, resultado do acelerado desenvolvimento industrial das metrópoles (BECKER, 1996).

<sup>10</sup> Como professor e pesquisador da Escola de Chicago, o trabalho de Robert Erza Park foi referenciado em diversos estudos sobre a dinâmica das cidades e os posicionamentos dos indivíduos, a partir das relações formalizadas em seu próprio grupo e da inserção dos imigrantes.

mas na manifestação subjetiva e na personalidade que produz no indivíduo que vive esse processo. É o desmoronamento de uma organização tradicional que causa a emancipação do homem individual. “O indivíduo torna-se livre para novas aventuras, mas ele encontra-se mais ou menos sem direção e controle” (PARK, 2017, p. 118).

Por assim, pode-se dizer que o marginal é aquele que vive em dois mundos, dois grupos culturais distintos, onde ele é mais ou menos um estranho. Torna-se um sujeito com personalidade fruto desse conflito entre culturas, devido aos impactos diante do diferente, daquele que não pertence a sua realidade. “É na mente do homem marginal, por fim, – onde as mudanças e fusões da cultura estão acontecendo – que podemos estudar melhor os processos de civilização e de progresso” (PARK, 2017, p. 122).

O trabalho de Park (2017) traz significativa importância à folkcomunicação no que se refere ao processo de contato entre diferentes culturas, as constantes afrontas às relações e a importância do processo de comunicação entre os indivíduos de diferentes sociedades. No entanto, na teoria beltraniana o indivíduo é marginalizado não em situação de migrante, mas por se situar à margem de duas culturas – a cultura dominante, constantemente processada pelos meios de comunicação, e a cultura pertencente ao seu grupo, construída a partir das suas próprias tradições.

Embora a Folkcomunicação tenha alcançado um avanço no que se refere a sua audiência, Beltrão (1980) não trouxe um aprofundamento das discussões a respeito da marginalidade, já que limita-se apenas a propor entender as expressões de comunicação e os grupos em situação de marginalização. Essa questão, de fato, torna-se curiosa, já que a teoria vai ao encontro da crítica ao processo da colonização vivido na realidade brasileira, que pôs as culturas em situação marginal (BELTRÃO, 1980), e ancora-se no processo de desenvolvimentismo (ARAGÃO, 2017).

Acreditamos que este fator limitante na discussão da marginalidade tenha sido proposital por duas razões que se complementam entre si: a) a noção da marginalidade tem cunho social denso e desenvolve-se por meio de perspectivas puramente sociológicas, que vão além da prática comunicacional; e b) a marginalidade levanta a noção de divisão de classes sociais, o que o próprio Beltrão (2004) entende que não é o objetivo dos estudos da folkcomunicação.

Ao recorrermos à bibliografia utilizada pelo autor, percebemos a importância das noções da marginalidade e as possíveis contribuições ao desenvolvimento da folkcomunicação. Visualiza-se que a teoria beltraniana serve não só para compreender o processo cultural na contemporaneidade, sem restringir seu ângulo de observação apenas ao popular, como também

para visualizar a cultura enquanto espaço de dominância, ao enfatizar os grupos situados na margem, destinados a carregar efeitos simbólicos disseminados pelas práticas midiáticas.

Cabe ressaltar que o fenômeno da marginalidade tornou uma importante questão social e nos remete ideias estereotipadas sobre os espaços à margem que afetam milhões de pobres. Conforme Janice Perlman (2002), a marginalização está estreitamente ligada a ideologias e o processo de modernização, com implicações no capitalismo e no imperialismo. As parcelas da população que não são detentoras de uma boa condição de vida, são enquadradas em termos de inferioridade, em geral, pelas características sociais, culturais, econômicas e políticas concomitantes. Assim, o termo refere-se, mesmo que de maneira vaga, a vários grupos que geralmente se confundem a partir de cinco fatores de definição, que são empregados comumente ao termo: 1) localização; 2) situação inferior na escala econômico-ocupacional; 3) migrantes, recém-chegados ou membros de diferentes subculturas; 4) minorias raciais e étnicas; e 5) transviados.

Maria Célia Paoli (1974) estabelece que o fato da construção de espaços marginais é especificamente resultado de graves problemas sociais, como o êxodo rural, por exemplo, formalizados por um processo desenvolvimentista desigual. Trata-se de um problema que vive escancarado em nossa sociedade e que denuncia um sistema capitalista em conformidade com uma lógica econômica excludente, onde o próprio homem se torna objeto diante de uma história dilacerada pela exploração.

Na América Latina, o uso comum do termo se configura como rótulo social de cunho político, a partir de interesses econômicos, surgidos inicialmente com as conotações dos pobres, diante de suas raízes históricas, uma vez que a cidade está ligada a limites de classe e poder, em paralelo ao migrante e ao desenvolvimento das favelas no cenário urbano, que foram tratados como pragas. Dessa forma, à medida que a população subnormal da cidade crescia, também crescia o desemprego (PERLMAN, 2002). Assim, a partir da incapacidade de uma economia assumir essa parcela na força de trabalho, reforçava-se, ainda mais, a ameaça de colapso social e político, o que paradoxalmente influenciou no enfrentamento desse “temor”, com a integração destas em um sistema que a produz, social e economicamente, marginal.

Deste modo, esse indivíduo se constitui um agente “barrado nas fontes de trabalho estável e rentável, e, portanto, barrado do usufruto dos padrões de consumo desejáveis e efetivamente auferidos por outra gente” (PAOLI, 1974, p. 120). Ou seja, as relações de força de trabalho e a distribuição da renda justificam e enfatizam a pobreza de um grupo e o diferencia dos demais que não compartilham das mesmas condições. Esse sistema, pelo que entendemos, estrutura e submete o indivíduo que vive nessa realidade à condição de “pobre”. Nesse

segmento, a pobreza gera também o lugar e coisas próprias de gente pobre e, por fim, a pauperização impõe um reconhecimento mútuo e estrutura a situação da participação e da exclusão.

Perlman (2002) enfatiza que, além da construção de estereótipos, instituições responsáveis pelas políticas que atuam, seja pela solução ou pela instauração das favelas, reforçaram e perpetuaram esses conceitos, ao caracterizar o espaço da favela como irregular, composto por subproletários sem capacitação profissional, de baixos padrões de vida, analfabeto etc., e como espaço de refúgio para criminosos, marginais, parasitas e doenças contagiosas. “Esta contradição entre o temor das “crescentes massas bárbaras” nas cidades e a consciência de sua inevitável existência é subjacente à ideologia da marginalidade e à sua manipulação política (PERLMAN, 2002, p. 124).

O fenômeno tem sido constantemente entendido no viés da comunicação em perceber os MCM e seus mecanismos de articulação ideológica em função de sua influência no meio social e de garantia à classe dirigente do controle sobre as classes subalternas. Trata-se, especificamente, de enxergar os meios como instrumentos de dominação política da população e na tomada de consciência desta em prol do firmamento do sistema capitalista.

A temática da marginalidade tem se expandido para diferentes escolas de pensamento e contribuído para entender a sociedade, e em todas elas convergem com o estudo do pobre urbano. No entanto, muitos deles têm se apresentado contraditórios, visto que Perlman (2002) acredita se justificar pelos diferentes cenários estudados, métodos de análise ou pelos segmentos teóricos e ideológicos adotados. Segundo a autora, “é impossível qualquer classificação ou taxonomia segura das escolas de pensamento que estudaram a marginalidade” (PERLMAN, p. 130).

Na perspectiva da Escola Arquitetônico-Ecológica, o termo marginal foi instituído pelos estudiosos da urbanização na América Latina à assentamentos improvisados nos arredores das áreas urbanas, em espaços irregulares e de difícil acesso, ocupados, em sua maioria, por migrantes, nestas características, a própria favelização. “Os aglomerados marginais eram classificados uniformemente como favelas, perigosos sintomas de doença social” (PERLMAN, 2002, p. 135). A habitação, neste caso, seria uma questão social dos países em processo de desenvolvimento na América Latina.

A Escola Etnográfica atribuiu marginalidade à “persistência e costumes rurais num ambiente de outra forma urbano” (PERLMAN, 2002, p. 139), devido a “ausência de pressão comunitária no sentido de aplicar maiores sanções ou recompensas à população migrante” (PERLMAN, 2002, p. 140). Esse pensamento se baseou em buscar a integração dos indivíduos,

considerados marginais, à vida urbana, com o objetivo de “descrever a preservação ou destruição dos atributos e instituições rurais na cidade” (PERLMAN, 2002, p. 139), bem como “determina-lhes a funcionalidade ou disfuncionalidade como mecanismos de adaptação urbana” (PERLMAN, 2002, p. 139). Dessa maneira, esquece-se de verificar a possibilidade dos dois grupos em questão se harmonizarem, visto que ambos se configuram com atitudes e estilos de vida distintos, que corroboram nas decisões de suas participações ativas na vida urbana.

É a combinação e hipotética covariação sistemática dessas dimensões que permite a manipulação da marginalidade como uma conceituação aplicável às classes inferiores em geral, e como uma explicação para a existência da pobreza. Cada dimensão refere-se a uma maneira específica de colocar-se fora do funcionamento padronizado da sociedade, mas não são conectadas pelo fato espacial-ecológico da residência em uma favela (PERLMAN, 2002, p. 130).

A Escola do Tradicionalismo se caracteriza pelos entendimentos associados ao efeito rural-urbano diante do processo de modernização e desenvolvimento, conforme nos esclarece Perlman (2002). Se pauta pela diferença de estilos identitários tradicionais e modernos, que estabelece, dessa maneira, a marginalidade diante da noção que “grandes parcelas dos pobres e favelados nas cidades são migrantes de primeira ou segunda geração, comumente oriundos da roça, e que não se integram à vida citadina por lhes faltar a necessária síndrome de atitudes e comportamentos *modernos*” (PERLMAN, 2002, p. 141). Se formulou entendimentos de que a comunidade rural, detentora da cultura popular, é inferiorizada, oposta à comunidade de cultura urbana.

A Escola da Cultura e da Pobreza, que se constitui como importante fonte para os entendimentos sobre marginalidade, tratou de compreender e evidenciar que certos traços de personalidade se referem à um estado de privação, perpetuados a partir do processo de socialização a gerações subsequentes. “Considera-se que esse fato cria um círculo vicioso de pobreza, supostamente, mais difícil de vencer que a própria penúria econômica” (PERLMAN, 2002, p. 149).

Atenta aos obstáculos de se formar uma comunidade integrada, da mesma maneira que os técnicos de urbanização implantavam, Paoli (1974) enfatiza o problema de integração econômica de uma população em relação a situação regional ou local, tende a ser estabelecido. Ou seja, as justificativas se caracterizam pelos modos de vida, recursos econômicos e o nível cultural da localidade que, de encontro às constantes intervenções urbanísticas e aterros de

manguezais, se estruturam pelo próprio impedimento do desenvolvimento e se enquadra socialmente como fator de marginalidade.

As escolas de pensamento citadas convergem em trabalhar a marginalidade com a mesma ideia, já que relacionam o termo ao pobre urbano, opostos à classe média, quando “existe pouca evidência empírica de que todos os membros da classe média urbana moderna possuam tais atributos, ou de que outros grupos não os tenham” (PERLMAN, 2002, p. 130). Apesar disso, muitos desses estudos têm se configurado como contraditórios, visto que há diferentes análises, períodos de tempo, indicadores do mesmo conceito, ou estudos qualitativos e quantitativos (PERLMAN, 2002). No entanto, é importante considerarmos que dentro de todas as perspectivas postas, há um fator comum que é relevante para seguirmos a discussão: a cultura enquanto fator de dominância.

Dentro desta perspectiva, Paoli (1974) entende cultura como o “universo de significações constituído e institucionalizado, que manifesta e realiza as relações entre os grupos e classes sociais de uma formação social concreta” (PAOLI, 1974, p. 115-116). Assim, a cultura ganha dimensão de dominação a partir de sua lógica histórica em acordo com os sentidos construídos por comportamentos sociais, entre os seus próprios agentes, ditados por valores e costumes intrínsecos e característicos da localidade que impedem que haja compreensão do caráter histórico da dominação.

Tratam-se de concepções que sustentam a marginalidade nas relações sociais, e as interações entre as agências culturais de manutenção de dominação e os sujeitos a elas expostos. Ou seja, “o que constitui essa parcela da força de trabalho como grupo específico é a sua condição de “excluídos”, dada como forma própria de participação na realidade, que lhe confere um significado particular na estrutura de dominação vigente (PAOLI, 1974, p. 117).

Ao considerar que a composição da cultura é originada a partir das formas de representação de experiências e interesses de um povo de maneira contínua, avalia-se que as relações que permeiam o cotidiano dos grupos humanos podem ser configuradas como atributos das interações sociais, pelas quais se concebe significações “comunicadas” pelos atores envolvidos. Assim, a partir de um processo de desenvolvimento modernizador, a sociedade apresenta uma relação de distribuição problemática, ilustrado em um campo de carências, onde o conceito simbólico de pobreza é equivocado (PAOLI, 1974).

A relação dos meios de comunicação e sua dialogia com a sociedade nos exige duas observações importantes. Se por um lado a comunicação estabelece a exclusão de uma participação de um determinado grupo, por outro, contribui na criação e disseminação de estereótipos desses grupos que não detém do acesso ao produto social, o que causa a propagação

da marginalidade também no viés simbólico. Essa cultura, portanto, gera um universo simbólico, visto que se estrutura a partir de um modo social de ser, rico por estabelecer como resposta à participação-exclusão, mas distorcido quando entende a situação como desorganização social, já que traz a pobreza como referência ao trabalho assalariado e o consumo.

A cultura da pobreza é formada pelos mecanismos de organização fechada aos próprios indivíduos inseridos nesse contexto e mantém a função de “adaptar o pobre a uma situação adversa, que a cria enquanto cultura própria para poder sobreviver, frente à improbabilidade continuada da realização de si mesmo na sociedade” (PAOLI, 1974, 122-123). Trata-se de uma característica dos efeitos do capitalismo nas sociedades, que ao se urbanizarem, evacuam parte de uma população que, sem nenhum padrão institucional, produz um ponto de vista de suas próprias funções.

Observa-se, portanto, que a cultura da pobreza destaca o tipo de trabalho e a carência em relação ao consumo, mas esquece que ela não se caracteriza como pobre se observarmos que dentro dos limites da exclusão, esse grupo absorve e integra significativamente as ideias em acordo com a sua exclusão. Ou seja, “não é uma cultura mais pobre do que outros estoques simbólicos próprios a outros grupos da sociedade, por mais que estes tenham um monopólio efetivo da informação” (PAOLI, 1974, p. 124).

Leva-se em consideração que, de uma forma ou de outra, a pobreza gera uma simbologia que o indivíduo abdique de outras necessidades e dê atenção apenas a sua sobrevivência e às fontes de renda possíveis. Assim, é bem provável que essa situação ressalte o papel “mascarado” de indivíduo dominado, já que o mesmo é impedido de se organizar e mobilizar. Em outras palavras, esse lugar que o sujeito é inserido dissimuladamente o impede de superar sua condição de “marginal”. “Quanto mais a sobrevivência se impõe como dado primeiro e urgente, mais existe uma barreira à capacidade de compreensão de sua vida de modo a poder controlá-la: ele se submete ao que der e vier” (PAOLI, 1974, p. 125).

Por tais perspectivas, dentro do espaço marginalizado, os indivíduos articulam seus próprios métodos de desenvolvimento, contrários e fora dos limites dos demais espaços sociais, através de seus próprios modos de vida, organizados e comunicados, entre os seus participantes comuns, por suas próprias linguagens. Além desse processo ser efetivado a partir de uma má organização política e social, que em nome de questões econômicas que não oferecem artifícios cabíveis, dentro dos espaços midiáticos, continua-se a disseminar imagens e símbolos que contribuem significativamente para mantê-los à margem.



A partir disso, Paoli (1974) entende a religião e os MCM como “experiências mágicas”, relacionadas à manutenção das relações dominantes impostas aos grupos marginais. Assim, dentro do universo marginal estruturado pelo campo simbólico, a força de trabalho e a distribuição de renda são vitais tanto para a caracterização do grupo, quanto para impor a pobreza. Assim, configuram-se identidades próprias e a identidade institucionalizada pelos demais grupos da sociedade.

A experiência religiosa e a interação com os produtos disseminados pelos veículos de comunicação de massa estabelecem a visão entre a vida concreta e o mundo do imaginário, em um primeiro momento, nos quais o indivíduo “converte-se em um mundo passível de controle, ao contrário do mundo real, incontrolável e resistente à efetivação da prática racional” (PAOLI, 1974, p. 129). Diante disso, esse controle da apropriação sobre o mundo imaginário, é conexo com o mundo real, já que possibilita que esse indivíduo consiga entendê-lo a partir dos ritos e relevâncias do imaginário. Enquanto a religião ajuda o excluído a “integrar-se de modo peculiar na sociedade, ao visualizá-la como manifestação divina” (PAOLI, 1974, p. 132), os meios de comunicação proporcionam acessibilidade às mercadorias e um estilo de vida a ser tentado. “Como participação compensatória, os produtos da indústria cultural mantêm o mundo do consumo acessível simbolicamente e acentuam a diluição das fronteiras da exclusão, afirmando que o mágico acontecerá a qualquer momento” (PAOLI, 1974, p. 139).

É importante destacar que tal papel de marginal coincide com o universo ideológico da cultura afirmativa, que ora distingue culturalmente os indivíduos pertencentes a esse grupo, ora revela suas diferenciações em nível econômico. Portanto, a relação entre cultura e dominação se tornam ineficazes para explicar se o potencial político do grupo em questão pode ou não ser inoperantes politicamente. A falta de experiência de organização e reivindicação desses indivíduos promove a significação das agências simbólicas apontadas (religião e meios de comunicação) “ao tentarem manipular esta negação e se tornarem o nível de manifestação da experiência do pauperismo, invertendo o sentido histórico desse processo” (PAOLI, 1974, p. 143).

À vista disso, Beltrão (1980) se baseia no modelo de comunicação vigente que se mantém contrário às massas em situação de marginalidade, ao identificar a abstenção desses grupos no processo comunicacional, justamente pelos ditames econômicos e as disposições modernizadoras que o Brasil vivia durante o desenvolvimentismo industrial.

O sistema de comunicação social, como a comunicação de massa, reclama uma infraestrutura industrial, econômica, mercantil, bastante cara. [...] Estão, por isso mesmo, praticamente vedadas aos públicos de baixa renda, pois também

destes exige uma preparação, uma formação específica, uma “alfabetização” em cada linguagem, de modo que não se deixem iludir ou massificar, mas mantenham seu espírito crítica e sua capacidade de decisão de enriquecimento espiritual (BELTRÃO, 1980, p. 21).

Diante desse questionamento, é importante considerar que além do aspecto econômico, ancorado na má distribuição de renda e do acentuado nível de pauperismo, a vulnerabilidade social também atua como um importante elemento na forma como os MCM se exercem na sociedade, em consideração aos altos índices de analfabetismo, à má distribuição populacional, às condições de intolerância sexual, religiosa e à ideologia contrária à vigente<sup>11</sup>. Assim, a partir da contribuição das noções de marginalidade, a folkcomunicação fornece mecanismos para legitimar a cultura popular e todos os elementos artesanais, no âmbito dos grupos marginalizados, em contraposição às conspirações das elites dirigentes (AMPHILO, 2010) e questionar o modelo comunicacional vigente que se abastece das expressões populares e suas identidades dissimuladamente.

O próprio Beltrão (1980) assume a importância desse novo olhar para a folkcomunicação, posto que se trata de um estudo com mais vigor que compõe “um traço de *universalidade* que advém de sua fundamentação no folclore” (BELTRÃO, 1980, p. 40), no que se refere aos discursos dos marginalizados e do reconhecimento das raízes, troncos e ramos da cultura popular arraigados na natureza humana. A comunicação dos marginalizados é observada, desde então, a partir de “palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas”, e que não necessariamente se desvinculam do discurso folclórico, já que ambos possuem “relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer” (BELTRÃO, 1980, p. 40).

Devemos levar em consideração, portanto, que Beltrão (1980), enfaticamente acentuado aos postulados sobre marginalidade, interpretou diferentes posicionamentos para definir como a cultura e as expressões populares se enquadram como marginais e dividiu a audiência da folkcomunicação em três grandes grupos: os grupos rurais marginalizados, os urbanos marginalizados e os culturalmente marginalizados. Segundo o autor (1980, p. 40), para cada ambiente há um vocabulário e uma sintaxe própria, o que permite ao agente-comunicador utilizar um canal que melhor responda à sua realidade.

---

<sup>11</sup> Fernandes e Woitowicz (2017), em uma rememoração e atualização da obra de Beltrão a partir dos aspectos dos estudos de gênero na contemporaneidade, apresentam os grupos homossexuais como objetos chave para demonstrar a constante resistência aos padrões culturais vigente e a luta por seus direitos civis, políticos, culturais e comunicacionais.

Os grupos rurais marginalizados se caracterizam, assim, como aqueles constituídos de habitantes de áreas isoladas, geralmente subinformados, desamparados ou com pouco contato com as instituições da sociedade. No ponto de vista intelectual, o grau de instrução dos indivíduos pertencentes a esse grupo é baixo, com um vocabulário reduzido e muito específico (rico em dialetos e expressões coloquiais). Beltrão (1980) afirma que mesmo sem acesso aos meios de massa, não deixam de se informar e manifestar suas opiniões, realizadas pelo contato direto em conversas, relato de ‘causo’ e histórias. As oportunidades de comunicação desse grupo são apresentadas nas celebrações de efemérides religiosas (a exemplo dos ciclos de Natal, Quaresma e santos padroeiros) e atividades coletivas da produção e do comércio.

Os grupos urbanos marginalizados são caracterizados pelo reduzido poder aquisitivo devido à baixa renda. Integrariam este grupo os indivíduos que ocupam subempregos, que não exigem mão de obra especializada, e também aqueles que vivem de expedientes ilegais (ladrões, prostitutas, cafetões e passadores de ‘bicho’). Geralmente o grupo se concentra em aglomerados de moradias nos bairros periféricos das cidades. Conforme Beltrão (1980), os indivíduos pertencentes a esse grupo são subinformados ou equivocadamente informados pelo sistema midiático. A expressão de seu pensamento, geralmente, é praticada em manifestações coletivas e atos públicos promovidos por instituições próprias (sindicatos, escolas de samba, organizações religiosas etc.). As grandes oportunidades de comunicação acontecem em festas religiosas urbanas (independente do credo), celebrações cívicas e carnaval (maracatu, escolas de samba e frevo).

E, por fim, os grupos culturalmente marginalizados configuram-se como aqueles que se organizam para contestar a cultura e a organização social em vigor, por adotarem práticas contrárias às ideias e práticas comuns dentro de sua própria comunidade. Assim, tais grupos se acham separados dos demais, mas utilizam meios e métodos para atrair outros indivíduos ao seu grupo. “Até que alcançam situações privilegiadas, seja pelo número de adeptos, boa organização ou afrouxamento de restrições legais, atuam na clandestinidade” (BELTRÃO, 1980, p. 103). São eles: os messiânicos, político-ativistas e o erótico-pornográfico. A esse grupo, é importante rememorar uma discussão do autor:

Quanto à expressão de seu pensamento e aspirações, utilizam, como os demais grupos marginalizados, os meios que denominamos de folk. No entanto, *é em manifestações coletivas e atos públicos*, promovidos por instituições próprias [...] que, sob formas tradicionais, revestindo conteúdos atuais, *sob ritos, às vezes universais, mas consagrados pela repetição oportuna e especialmente situada, essa massa popular urbana melhor revela suas opiniões e reivindicações*, exercitando a crítica e advertindo os grupos do sistema social dominante de seus propósitos e de sua força (BELTRÃO, 1980, p. 60).

De antemão, em consideração a comunidade estudada, localizada em um espaço rural do Povoado Coqueiro, dentro dos limites da região metropolitana de Aracaju, utilizaremos por base as discussões a respeito do grupo rural marginalizado, sob a ótica da folkcomunicação. Trata-se de um território constituído por habitantes de áreas isoladas, geralmente em aglomerados de moradias nos bairros periféricos; subinformados ou equivocadamente informados pelo sistema midiático, principalmente quando nos referimos a grupos pertencentes à sociedade conectada em rede que, apesar disso, mantêm um mínimo contato com as instituições da sociedade – o que não inviabiliza a possibilidade de se manterem informados e manifestarem opiniões, geralmente agregadas em novas plataformas sociais (Facebook, Instagram, Youtube etc.), promovidas pelas TICs; grande maioria possui grau de instrução baixo, de acordo com sua baixa escolaridade, e coerente ao vocabulário reduzido e muito específico do contexto no qual está inserido; de baixa renda, já que ocupam-se nas atividades comerciais de pesca e coleta de caranguejos, prática que não exige mão de obra especializada; seus atos de comunicação “informais” e “indiretos” se organizam em manifestações coletivas, sejam eles públicos ou promovidos por suas próprias instituições, como o sindicato, associação de moradores e a igreja

Na folkcomunicação, o espaço rural foi e ainda é amplamente discutido e faz-se necessário para entender como a comunicação se faz em seu interior, justamente por suas características em relação ao ambiente urbano. Esse questionamento, melhor abordado por Roberto Benjamin (2017), se refere aos entendimentos da comunicação rural frente a vida do homem do campo, marcada pelas “suas relações de trabalho, de convivência social, de lazer, de praticar a religião” (BENJAMIN, 2017, p. 202) e distanciados dos meios de comunicação, que seguem instalados nas sedes das cidades.

A relação rural e urbano na realidade brasileira, a partir dos processos de industrialização, conforme veremos no próximo capítulo, tem significativa importância para os estudos da folkcomunicação, posto que o urbano passa a exercer um certo controle nas atividades agrícolas e consequentemente as áreas rurais viveram um constante processo de mudanças significativas nas suas formas de trabalho. De fato, esse processo não ocorreu em todos os espaços rurais, no entanto, contrário a realidade apresentada por Benjamin (2017), onde quase metade da população brasileira vivia no campo e a quantidade de receptores nessas áreas ainda era significativamente reduzida, a sociedade contemporânea é marcada por um constante processo de comunicação através do avanço tecnológico. Certamente, o questionamento de Benjamin (2017) a respeito da comunicação entre o homem da cidade com o homem do campo já foi resolvido.

Acreditamos que as noções de marginalidade contribuem à folkcomunicação para pensar os MCM como mecanismos que atuam em função de dominação e da marginalidade social. No entanto, torna-se necessário pensar que a comunicação sozinha não seria um mecanismo efetivo para promover transformação e mudança, como também não pode ser o único fator atuante na exclusão social. A própria Paoli (1974) entende que embora tais experiências mágicas promovam uma situação de exclusão e submetam os indivíduos dentro do campo marginal, ambas possuem pouca importância, já que se articulam às concepções integradoras do sistema e não seriam elementos totalmente definidores deste processo de marginalização.

Diante da discussão exposta, o caráter da folkcomunicação a partir das noções de marginalidade exigem que avaliemos até que ponto a Folkcomunicação pode ser utilizada como mecanismo para questionar a estrutura vigente e como, por um outro lado, ela pode dar relevância social às formas de expressões populares e estabelecer a cultura dos grupos marginalizado, tanto quanto às demais. No âmbito do desenvolvimento, a teoria é a ferramenta que dá suporte no reconhecimento dos meios de expressão do povo, a fim de diminuir as discrepâncias comunicacionais. Mas isso não seria possível sem a participação de políticas que viabilizassem estratégias de participação desses grupos nos demais espaços da sociedade. À vista disso, acreditamos que o debate a partir das noções de desenvolvimento e a marginalidade dentro da teoria tornam-se um mecanismo positivo para identificar criticamente o processo de comunicação e seus efeitos dentro do âmbito social, principalmente porque para falar do processo exige-se não só a compreensão das relações sociais, mas do fenômeno sociopolítico e socioeconômico dentro do espaço social.

### **1.3 Identidade e mídia: da Folkcomunicação à folkmídia**

Temos claro que o conceito de cultura dentro dos limites da Folkcomunicação parte da noção da dinâmica e da possibilidade de ressignificações da prática folclórica e as manifestações reproduzidas pelos grupos marginalizados, e da possibilidade de criação, reprodução e recusa dos estereótipos e hierarquias transmitidos pela comunicação de massa. Entretanto, as constantes transformações sociais viabilizaram, além de novas formas de se comunicar, maior horizontalidade no processo comunicativo. Essa fase de transição provoca sérias consequências na relação entre local e global, o que necessariamente influencia na construção de novas formas de aproximação entre o eixo comunicação e cultura, e ultrapassa

as próprias fronteiras locais em um sistema de integração mundial. Cabe-nos, portanto, abrir o caminho para entender como se enxerga o popular em uma sociedade globalizada<sup>12</sup>.

O questionamento de Juremir Machado da Silva (2014) a respeito da existência do popular, põe em evidência as principais premissas de pensar a Folkcomunicação no limiar do século XX. “Se a folkcomunicação é a comunicação em nível popular, o que é o popular na época da comunicação de massa?” (SILVA, J, 2014, p. 22). A interrogação se faz relevante para pensar a teoria beltraniana diante de uma sociedade marcada pela instantânea troca de informações em âmbito global, onde o espaço e o tempo foram alterados e reajustados pelo avanço dos meios de transporte e das TICs.

Cabe relacionar esse período, considerado por muitos autores contemporâneos como pós-moderno, às modificações profundas na cultura em todos os âmbitos, as fronteiras entre os conceitos de cultura, cultura popular e folclore ganham aproximação e por vezes se confundem, como bem pontuou Cristina Schmidt (2006). Nesta mesma perspectiva Marcelo Sabbatini (2012) elucida que o cenário das mídias digitais, a partir da abertura horizontalidade da comunicação em rede, provoca um choque cultural e a quebra da cultura a partir das tendências de nível global em um palco de conflitos, o que, ao mesmo tempo, abre uma via de análise sob a ótica da Folkcomunicação.

Antes de mais nada, nos é interessante apontar o popular como o tradicional, aquele advém do povo, o qual Beltrão (1980, 2014) utilizou para destacar os mecanismos artesanais de comunicação dos grupos que estavam à margem da sociedade. A Folkcomunicação, diante disso, surge para enxergar o folclore a partir do seu poder comunicativo de trazer para a contemporaneidade as tradições e identidades populares e identificar que seus meios de informação e de expressão são ignorados e/ou inferiorizados.

Por esse ponto de vista, é interessante apontar que dentro do ângulo regional e popular, os efeitos globais possibilitam uma abertura ao popular. Percebemos, portanto, que a cultura se configura como processo de síntese de saberes de uma determinada comunidade, que gera produtos de profunda carga simbólica, transmitidos como um procedimento de conhecimento acumulado. Essa transmissão se estabelece através das tradições que são processadas e transmitidas na contemporaneidade e que, de certa forma, torna cada comunidade única. Ao mesmo tempo em que as ferramentas de turismo e comunicação usufruem do tradicional, este

---

<sup>12</sup> Para continuar o debate acerca do popular na sociedade globalizada, faz-se necessária a aproximação da folkcomunicação aos entendimentos dos Estudos Culturais Latino-americanos. Para melhores entendimentos sobre o diálogo entre as duas vertentes, sugerimos leitura de Guilherme Moreira Fernandes (2011a, 2011b, 2013) e Karina Janz Woitowicz (2014).

se transforma e adquire elementos necessários para continuar a existir. Trata-se de entender o que Canclini (2015b) chama de diluição as lealdades e o sentido de pertencimento, já que

a mistura de ingredientes de origem "autóctone" e "estrangeira" é percebida, de forma análoga, no consumo dos setores populares, nos artesãos camponeses que adaptam seus saberes arcaicos para interagir com turistas, nos trabalhadores que se viram para adaptar sua cultura operária às novas tecnologias, mantendo suas crenças antigas e locais (CANCLINI, 2015b, p. 68).

É por essa perspectiva que a folkcomunicação adentra o século XX estruturada em seis tópicos: A comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura folk; a mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa; a apropriação de tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk; a presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk; a apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita (projeção do folclore); a recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massas (BENJAMIN, 2000).

Deste modo, inferimos que os canais de comunicação próprios desses grupos continuam a serem perpetuados pelos seus praticantes, além de estabelecerem uma forte relação com os MCM. Compreendemos que as identidades são firmadas no contexto tradicional, e que seus atores sociais resguardam suas práticas para que sejam reproduzidas no futuro, sem perder suas origens. No entanto, para conseguir concretizar esse processo, o consumo e o mercado sobrepõem o valor do povo à um aspecto consumista e mercadológico.

Frequentemente, frente a sociedade globalizada, os mecanismos do povo trazem uma apropriação dos conteúdos e símbolos disseminados pela mídia. Consideramos que estas seis classificações de Benjamin (2000) serão discutidas nas próximas páginas, principalmente porque elas estão relacionadas entre si e se configuram como observações acerca de novas maneiras de enxergar os mecanismos artesanais dos grupos marginalizados frente a uma sociedade globalizada.

Podemos entender esse processo a partir do caranguejo de Aracaju, nosso objeto de estudo, onde as comunidades populares constantemente trazem o discurso verbal do caranguejo como elemento do aracajuano, como também o discurso estético, impresso em seus artesanatos com a imagem turística do caranguejo da Orla de Atalaia. Entendemos, pois, que estas continuam a definir a folkcomunicação como um importante mecanismo de participação e de orientação à observação e valorização dos grupos marginalizados.

Sigrist (2013) considera um desafio compreender as relações no campo da cultura no tocante a continuidade das tradições. A cultura e a identidade são apresentadas em modelos, normas, símbolos e valores que são construídos pelos integrantes da sociedade, determinadas por fatores externos ao grupo. Fica claro que a criação e a construção de significados resultam das inovações tecnológicas com parte do imaginário social (SIGRIST, 2013). Contudo, é importante destacar a ampliação das culturas regionais e locais quando os seus produtos e processos veiculados nas mídias massivas, que algumas vezes se aproveitam desses meios para se auto beneficiar. Experiências que possibilitam que “as manifestações “atualizem-se” ou criem linguagens próprias para inserção na arena global” (SCHMIDT, 2008, p. 149).

Schmidt (2008) evidencia que os entendimentos das atualizações da Folkcomunicação se baseiam em processo de apropriação da cultura e das identidades com um olhar mercadológico. Tais processos entendem a cultura como elemento de desenvolvimento e consolidação de diferenciais entre grupos. “As manifestações culturais, mais especificamente o folclore, são ao mesmo tempo potencial econômico resistência, é mercado consumidor e referência para novos produtos e processos” (SCHMIDT, 2008, p. 150).

Apropriação cultural seria, então, uma forma de adotar alguns elementos específicos da cultura popular em um outro contexto que não seja propriamente o cultural. Nos casos específicos dos estudos da folkcomunicação, essas apropriações transmitem mensagens sejam elas positivas ou negativas. Como bem esclarece Kreutz (2007, p. 79), “toda mensagem (texto e/ou imagem) é um sistema de sinais organizado de acordo com códigos e subcódigos que refletem certos valores, atitudes, convicções, suposições e práticas do sujeito emissor e receptor”.

Marques de Melo (2008a) considera natural que a mídia se abasteça das expressões culturais populares, afinal, trata-se de uma maneira de atender às novas audiências e corresponder aos interesses das classes privilegiadas. O jornalismo se define como um meio que se abastece da cultura popular, visto que inserem vivências tradicionais como suas fontes e as converte em notícia devido ao seu caráter “inusitado, pitoresco ou sentimental”. No entanto, é importante levar em consideração que a prática jornalística contemporânea se modifica, deixa de falar de cultura como agente social e passa a trabalhá-la como entretenimento em um processo puramente de lazer, a partir da indústria cultural.

A folkcomunicação, por sua vez, atua na mídia para dar visibilidade e tornar esses grupos, que até então eram marginalizados, integrantes e agentes culturais midiáticos. Benjamin (2017) justificou a relação entre a cultura folk e a cultura de massa com o uso do termo “folk media” como o processo de comunicação dentro das atividades populares. Trata-se da



influência da mídia nas ações da cultura popular, que se estabelece na inserção de alguns elementos da cultura de massa nos contextos populares.

Contudo, Luyten (2006) esclarece que o termo “Folkmídia” está muito próximo ao conceito de Folkcomunicação e se configura como um sinônimo do trabalho de Beltrão. Segundo ele “a mídia vem representando, no plano nacional, um fator de estímulo ao fortalecimento da cultura popular, coexistindo dinamicamente com a cultura erudita e a cultura massiva” (LUYTEN, 2006, p. 44). Identifica, assim, que a Folkmídia seria o processo de veiculação da cultura popular na mídia, especificamente na televisão, já que

a palavra mídia (ou “mídia”) significa “meios”, isto é, meios, sistemas de comunicação de massa e folk [...] julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa (LUYTEN, 2006, p. 47).

Nesse segmento, a folkcomunicação enxerga que a prática cultural popular ganha ênfase como elemento inusitado na atração turística que contribui para o desenvolvimento local e/ou regional. Por essa perspectiva, Severino Alves de Lucena Filho (2003) entende que a cultura popular, construída pela participação e pelo contato, muitas vezes se torna mercadoria sem perder sua capacidade criativa e seu cheiro de gente e chama esse processo de folkturismo, uma nova perspectiva presente nos estudos folkcomunicacionais<sup>13</sup>.

Algumas noções de folkturismo, desenvolvidas por Roberto Benjamin, traz duas perspectivas para entender o folclore a serviço do turismo. A primeira pode ser vista pelos eventos em que importantes celebrações recebem incentivos do Governo e de empresas privadas para comporem o calendário turístico da região. A segunda, “é representada pelos shows para turistas, em que manifestações locais são transferidas do seu habitat tradicional para lugares turísticos, como hotéis e jardins de museus” (FERNANDES, 2010, p. 563). Assim,

O que nos interessa são os mecanismos comunicacionais (relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda) que geram a atividade turística em um determinado lugar e o modo com que os agentes folks locais utilizam as técnicas da folkcomunicação para atrair a atenção do público (FERNANDES, 2010, p. 563).

---

<sup>13</sup> O folkturismo, melhor conceituado por Guilherme Moreira Fernandes (2010), é uma área recente de estudos das atualizações da Folkcomunicação que, neste viés, busca trabalhar o processo de apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa. Tal termo aparece com frequência nos textos de Roberto Benjamin, mas atualmente Severino Lucena Filho se debruçou a trabalhar melhor a temática a partir de diversos objetos de estudo, o que o fez tornar-se uma grande referência dentro dos estudos da comunicação e do turismo.

Portanto, destacamos que a cultura popular, enquanto conhecimento acumulado, se torna uma das principais fontes de atração turística e, através do folkturismo, ganha visibilidade. Consequentemente, o turismo, enquanto prática que busca a comercialização, pode trazer a difusão das manifestações e da cultura local que estimula seus praticantes a perpetuarem suas manifestações. Para isso, é necessário que a prática se atente também para preservar tais manifestações e incluí-las em projetos de políticas públicas articuladas ao desenvolvimento local (SANTANA; LUCENA FILHO, 2018).

Diante de uma evolução dos mercados, do mesmo modo que o turismo, as estratégias de marketing também se integram aos processos culturais, ao enxergar a possibilidade como uma troca de interesses. Enquanto os produtos se vinculam à cultura popular, ela ganha visibilidade e conquista espaço, que até então só as culturas hegemônicas dominavam. Por esse segmento, Lucena Filho (2012) entende que a Folkcomunicação se abre para enxergar os processos culturais a partir da comunicação organizacional, cenário onde as manifestações folclóricas, por exemplo, atuam como mediação/decodificação e se reconfiguram na sociedade contemporânea. Em seu entendimento, o folkmarketing, enquanto estratégia,

é uma modalidade comunicacional, com base nas matrizes teóricas da teoria da folkcomunicação e do marketing, adotada pelos gestores comunicacionais dos mercados regionais, apresentando como característica diferenciada a apropriação das expressões simbólicas da cultura popular, no seu processo constitutivo, por parte das instituições públicas e privadas, com objetivos mercadológicos e institucional (LUCENA FILHO, 2012, p. 35).

A evolução dos mercados promoveu o avanço da comunicação organizacional, que atua em um processo de construções permanentes, em função do ambiente que se encontra e baseadas em estratégias integradas aos processos culturais da região. “O folkmarketing catalisa na constituição do processo comunicacional, elementos singulares das identidades, regionais ou locais, que passam a alimentar e mobilizar os sentidos de pertencimento e de valoração das tradições e dos saberes do povo” (LUCENA FILHO, 2012, p. 34).

A partir destes apontamentos, enxergamos que as diversas imagens midiáticas do caranguejo de Aracaju em diferentes espaços da cidade mantêm o folkmarketing baseadas nas ações de organizações públicas e privadas, que se interessam em promover o elemento enquanto símbolo de identificação do povo aracajuano. Dessa mesma forma, reforça o crustáceo como espetáculo, em articulação ao turismo, e desperta o desejo do público externo em conhecer a cidade do caranguejo.

Tais entendimentos se baseiam no processo de apropriação da cultura e das identidades com um olhar mercadológico, que estabelece espaços tanto aos grupos em situação de marginalização, quanto a expansão das diferenças sociais estabelecidos pelos efeitos da globalização. Trigueiro (2005), por sua vez, elucida que as manifestações populares (festas, danças, culinária, arte, artesanato, etc.) já não pertencem apenas aos seus protagonistas. As culturas tradicionais no mundo globalizado são também do interesse dos grupos midiáticos, de turismo, de entretenimento, das empresas de bebidas, de comidas e de tantas outras organizações sociais, culturais e econômicas.

A partir deste ponto de vista, cabe-nos questionar se essa troca de interesses é justa e saudável, tanto às práticas de comunicação modernas, utilizadas pelas indústrias midiáticas, turísticas e de marketing, como para o público popular. Seria esse um mecanismo suficientemente capaz de modificar a condição de marginal do grupo? O quanto essas estratégias se utilizam da condição do grupo marginalizado para ganharem benefícios meramente econômicos?

Acreditamos questionamentos como estes impedem que caiamos nas armadilhas da modernidade e do avanço exponencial do capitalismo, com certas noções que, por vezes, servem de base para perpetuar as mesmas ideias hegemônicas e elitistas que aqui criticamos. Aracaju, conforme abordaremos no próximo capítulo, demonstra uma realidade onde um elemento nascido nos mangues – o caranguejo – se caracteriza como identidade cultural de um povo, mas dissimula um cenário marginalizado econômica, política e socialmente reforçado pelos meios de comunicação e estratégias de turismo e marketing. Essa abordagem exige que haja uma compreensão a partir do processo de formação de Aracaju, já que entendemos que se trata de um problema estrutural decorrente dos métodos utilizados no processo de desenvolvimento da capital sergipana.

## **CAPÍTULO II – DESENVOLVIMENTO, FORMAÇÃO SOCIAL E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO**

Este capítulo objetiva trazer questões teóricas – por meio de revisão bibliográfica (STUMPF, 2006) e pesquisa documental (MOREIRA, 2006) – sobre os entendimentos do processo de desenvolvimento e a formação social brasileira e como a comunicação está articulada a tais processos. Para isso, traçamos um percurso teórico embasado na compreensão de como as concepções do desenvolvimento influenciaram o uso da comunicação na difusão de ideais favoráveis ao progresso. Em seguida, levantamos os pressupostos do desenvolvimento, a fim de trazer perspectivas de quais foram os modelos adotados para a transformação social da realidade, como a Região Nordeste está inserida neste contexto e como se caracteriza o processo vivido em Sergipe. Certos que tais perspectivas nos ajudarão a visualizar o cenário midiático da capital sergipana, recorreremos, por fim, à economia política da comunicação como base para entender como os MCM estão articulados no cenário brasileiro.

### **2.1 O desenvolvimento na perspectiva da comunicação**

Discutir o desenvolvimentismo tem se apresentado como relevante e necessário à sociedade contemporânea, em consideração às dificuldades e controvérsias em sua delimitação. Seu conceito está relacionado à condição de evolução que oferece conotação positiva, referente ao crescimento ou à representação de uma etapa do progresso e pode servir a diversos âmbitos da sociedade, seja no que se refere a coisas, pessoas, territórios ou fenômenos. No entanto, a questão se decorre justamente pelo objetivo do desenvolvimento em si.

Embora esteja diretamente relacionado a um processo de modificações e transformações, e possa ser compreendido em diferentes áreas, o termo tem percorrido uma evolução constante, a partir de diferentes concepções, e por meio das importantes perspectivas que teorizam seu conceito. Camila Escudero (2018) entende que trata-se de um conceito mutante e dinâmico à medida que demonstra relevância enquanto recurso teórico-metodológico para enxergar os fenômenos sociais em diversos campos do conhecimento.

Atualmente, ainda que o termo tenha relação direta com estratégias e intervenções que não contemplam o que necessariamente afirma teoricamente, questiona-se o que seria o desenvolvimento, quais os seus seguimentos e a quem beneficia. Estas são, de certa maneira, as três perguntas essenciais para o início da discussão aqui proposta, já que discuti-lo sem

justificar o contexto pretendido viabilizaria possíveis contradições e equívocos, um risco que não pretendemos cometer.

Durante uma evolução histórica o conceito percorreu três fases, distintas e dependentes entre si, classificadas por Jan Servaes (2004) a partir de algumas vertentes e correntes que se apresentaram paralelamente em diferentes contextos sociais: 1) econômica, relacionada a teoria da modernização; 2) social e cultural, estabelecida pela teoria da dependência; e 3) participativo ou sustentável, visão recente e contemporânea. Cada uma dessas fases causou transformação no conceito do termo e implicou em mudanças nas maneiras de governar a prática anterior (SERVAES, 2004; PERUZZO, 2014; ESCUDERO, 2018).

Muito embora a ideia de desenvolvimento esteja relacionada as três fases citadas, suas raízes estão estreitamente ligadas à economia e remontam à Revolução Industrial, momento histórico que trouxe consolidação e expansão do capitalismo, e que paralelamente reconfigurou os modos de produção em larga escala, com a reordenação da economia mundial e, conseqüentemente, as modificações na Divisão Internacional do Trabalho (DIT)<sup>14</sup>. As discussões a seu respeito, no que tange ao progresso, mantém-se atemporal, visto que o fator econômico sempre foi visto e entendido como uma das principais condições para o seu alcance e, na maioria das vertentes, como o próprio desenvolvimento.

Em meados do Século XX, a necessidade das sociedades se modernizarem, a partir dos parâmetros dos países desenvolvidos, tornou-se uma concepção de desenvolvimento que influenciou políticas públicas em todo o mundo, denominada, especificamente na América Latina, de modernização. Essa concepção está relacionada à Teoria da Modernização<sup>15</sup>, paradigma que predominou os círculos acadêmicos entre 1945 e 1965, e que definiu o acesso à informação e o conhecimento e as modificações tecnológicas, como uma das suas principais premissas para o alcance da industrialização – método indutor do desenvolvimento ((PERUZZO, 2014; ESCUDERO, 2018). Nas palavras de Cicilia Peruzzo (2014, p. 163), buscava-se “era promover uma intervenção nas nações tidas como subdesenvolvidas, como prenúncio de mudanças mediante a modernização dos sistemas de produção e circulação de bens a fim de gerar o presumível desenvolvimento”.

Como grande marco do período citado, destaca-se a intervenção dos Estados Unidos (EUA), após a Segunda Guerra Mundial, frente aos países da América Latina, por muito tempo

---

<sup>14</sup> A Divisão Internacional do Trabalho (DIT) trata-se de uma distribuição da produção econômico-industrial articulada internacionalmente, baseada na divisão dos campos produção e especialização dos diversos países, já que seria impossível um único país ter potencialidade para produzir todas as mercadorias.

<sup>15</sup> Para uma discussão mais aprofundada sobre a Teoria da Modernização, recomendamos leitura de Servaes (2004) e Peruzzo (2014).

induziu esse modelo de desenvolvimentismo (PERUZZO; VOLPATO, 2019). Constroem-se, assim, as sociedades dependentes, industrializadas tardiamente<sup>16</sup>, articuladas a partir das formas de difusão da tecnologia moderna, que encontram-se fadadas a ocuparem uma posição de dependência de fatores externos. Dependência esta que tende a autoperpetuar-se, ao deliberar aos centros dominantes as atividades do progresso tecnológico e torna-los controladores das atividades produtivas.

Nas palavras de Paulo Freire (2018a), a sociedade latino-americana foi induzida a adotar métodos e modelos do ponto de decisão da região matriz. Esta se encontra exterior a ela e mantém o comando da região que está sob suas ordens e estabelece uma relação de exploração. A este processo, formam-se dois tipos de sociedade: sociedade-sujeito e sociedade-objeto. O caráter de imitação de outros modelos de sociedades caracteriza a sociedade-objeto como alienada, sem consciência do seu existir, seja por comprometer seu pensar, por observar seu espaço com olhos alheios ou viver uma realidade imaginada através da visão de outro país.

Nestas sociedades se instala uma elite que governa conforme as ordens da sociedade diretriz. Esta elite impõe-se às massas populares. Esta imposição faz com que ela esteja *sobre* o povo e não *com* o povo. As elites prescrevem as determinações às massas. Estas massas estão sob o processo histórico. Sua participação na história é indireta. Não deixam marcas como sujeitos, mas como objetos (FREIRE, 2018a, p. 43).

Nas sociedades-objeto cria-se o desejo de viver em outro país, e se lamenta ter nascido no de origem. “O erro não está na imitação, mas na passividade com que se recebe a imitação ou na falta de análise ou de autocritica” (FREIRE, 2018a, p. 45). Sua organização segue estruturada de forma rígida e autoritária, por desfazer-se da importância de seu povo, transformado em massa, e prezar pelo status ou privilégio, já que enxerga o processo de educação apenas alcançá-los e mantê-los. Assim, as altas posições sociais são consideradas e o trabalho manual é desprezado, o qual se torna modelo de mobilidade vertical ascendente onde um indivíduo de baixas condições financeiras não pode alcançar o lugar de posição privilegiada, ou o contrário. Neste caso, tratam-se sociedades servis e não tecnológicas.

Por esta perspectiva, entendemos que os métodos econômicos provocam um tipo de acirramento da competição entre os países em nível mundial que acarreta na dominação externa e na perpetuação do sistema desigual em um círculo vicioso que engendra uma série de outras

---

<sup>16</sup> Os países em situação de subdesenvolvimento são referenciados como países de industrialização tardia ou periférica, cujo atividade industrial se operou lentamente justamente pelos modos como as inovações penetraram, como enfrentaram o processo de crescimento industrial, em dependência dos investimentos financeiros estrangeiros, e se estabeleceram com passividade às economias industrializadas.

questões, como a formulação das características dos grupos mais vulneráveis, e o distanciamento social a partir das próprias relações que são construídas. Os valores de universalidade e racionalidade, neste ponto de vista, provocam o “desencantamento”, pela valorização da cultura burguesa e inferiorização da cultura popular. Este fato, portanto, baseava-se na ideia de legitimação da hegemonia burguesa e na descaracterização das práticas e manifestações culturais mais tradicionais, vistas, até então, como “incultas”. Esses determinantes históricos certamente caracterizam a formação de uma sociedade díspar e intolerante, rechaçada às condições sociais.

Assim, mais do que proporcionar o desenvolvimento dos países e suas sociedades, desestruturam o sistema subdesenvolvido em face da dominação com procedentes financeiros e é responsável pelos modelos impostos a esses sistemas, através do DIT, e a restrição do acesso ao produto social a grupos menores privilegiados. Como bem destaca Santos (2008), é inegável que neste período a necessidade de um avanço econômico colocou à vista um aumento significativo da pobreza, que em grande escala segue a margem, mediante os grupos de interesses políticos e econômicos.

As próprias classes inferiores são vítimas desse estado de espírito, em sua qualidade de vítima das exigências de um consumo ainda não satisfeito, senão marginalmente. O consumo, aliás, é frequentemente a base de egoísmos de grupo ou territoriais e encontra-se por trás da defesa útil (e as vezes bem-sucedida) de interesses corporativos (SANTOS, 2008, p. 121).

Não obstante, com o amadurecimento do capitalismo, onde o desnível de renda deliberava os países pobres e ricos, inclusive dentro das próprias sociedades ditas industrializadas, passou-se a questionar a condição econômica de um país ou região como insuficiente para explicar o nível de avanço de uma população. A experiência demonstrou as contradições do paradigma da modernização e, inclusive, os próprios teóricos passaram a repensá-lo (PERUZZO, 2014; PERUZZO; VOLPADO, 2019).

Essa preocupação acarretou na busca pelo progresso e de melhores condições de vida das nações e regiões, intenções que foram destacadas em declarações e conferências. A Carta das Nações Unidas<sup>17</sup> levantou importantes questões voltadas ao desenvolvimento em um

---

<sup>17</sup> A Carta das Nações Unidas trata-se de documento elaborado pelos representantes de 50 países em São Francisco de 25 de abril a 26 de junho de 1945, durante a Conferência sobre Organização Internacional. No último dia da Conferência o documento foi assinado por todos os presentes e, dois meses mais tarde, pela Polônia, inicialmente com um total de 51 países. No mesmo ano da Conferência de São Francisco, a carta passa por uma ratificação da China, EUA, França, Reino Unido e a ex-União Soviética, como também pela maioria dos signatários, em 24 de outubro, na mesma cidade, a Organização das Nações Unidas começa a existir oficialmente com o intuito de trabalhar pela paz e pelo desenvolvimento. Atualmente a ONU conta com a colaboração de 193 países.

período pós-guerra em abril de 1945, durante a Conferência de São Francisco, e propôs um acordo entre as nações com medidas a fim de evitar ameaças à paz e segurança internacionais, estabelecer melhores relações entre as nações e cooperação internacional – em busca da elevação do desenvolvimento em todos os sentidos, seja no âmbito econômico, social, cultural ou humanitário – e à promoção dos direitos humanos e liberdades individuais sem distinções de qualquer caráter. Desde então, a Organização das Nações Unidas (ONU) segue empenhada nas propostas e princípios da carta, em consideração ao conceito e os meios hábeis para se alcançar o desenvolvimento.

As demandas políticas e sociais da América Latina impulsionam o campo de pesquisas científicas em comunicação, visto que a forte “dependência estrutural, que evoca uma cultura de silêncio e da submissão mas, também, de resistência e de luta, são o pano de fundo da busca por compreender o que acontecia com a comunicação e demarca as fronteiras do emergente campo de estudo (BERGER, 2001, p. 241). Contexto que fez emergir o debate acerca da comunicação dentro do âmbito do desenvolvimento, no que se refere ao uso de meios de comunicação, interpessoais ou mistos, em projetos de desenvolvimento econômico e social.

O caráter positivo da comunicação como ferramenta de transformação, no que se refere à disseminação de informação e da sua capacidade de diálogo entre os indivíduos sociais, provocou pensar os meios de comunicação como canais promissores ao desenvolvimento e à transformação social. No âmbito da América Latina, o termo Comunicação para o Desenvolvimento (C4D)<sup>18</sup>, busca articular estratégias de engajamento dos grupos sociais em situação de marginalização à educação, economia e a política. Além do mais, permite a expansão do conhecimento, por proporciona igualdade e liberdade aos indivíduos em sociedade. Tem servido, inclusive, para a promoção de políticas públicas.

Dentre os teorizadores, destaca-se Wilbur Schramm por melhor explicitar a acoplagem entre "comunicação" e "desenvolvimento" com reforço em toda a América Latina. Muito embora esta ideia só tenha sido desenvolvida a partir dos estudos Schramm em 1964, estratégias com este fim já haviam sido testadas na prática por estudiosos como Daniel Lerner, em 1958, e Everett Rogers, em 1962<sup>19</sup> (BELTRÁN, 2006).

Servaes (2004) classifica o percurso da comunicação para o desenvolvimento em dois grandes modelos: o difusionista e o participativo. Estes se relacionam a determinados períodos históricos, em atenção às necessidades da época. Primeiramente é importante destacar que o percurso da C4D, centrada na difusão, parte de pensar na criação de uma atmosfera pública

---

<sup>18</sup> Também conhecida pela abreviatura C4D do inglês *Communication for development*..

<sup>19</sup> Sugerimos leitura de Servaes (2004).



favorável à transformação através da mídia de massa, com o objetivo de “alcançar a modernização das sociedades tradicionais através do avanço tecnológico, o crescimento económico e o progresso material” (BELTRÁN, 2006, p. 59, tradução nossa).

Tem-se claro que a comunicação no processo de mudança e transformação social resultou em grandes avanços sociais em todo o mundo, por fornecer aos países em desenvolvimento potenciais canais de informação com a eficácia de alcançar uma ampla audiência e de possibilitar “comunicar com as massas não privilegiadas apesar do analfabetismo, ensinar técnicas difíceis pelo método “aprender vendo”, falar com quase a mesma eficiência da comunicação face a face” (SCHRAMM, 1976, p. 145). Contudo, Schramm (1976) acredita que ela não é capaz de fazê-la sozinha. Por este motivo, destaca-se a necessidade de a informação seguir em paralelo com o desenvolvimento nacional, onde os mecanismos de comunicação coletiva estejam também desenvolvidos e sua utilização, tanto na introdução destes mecanismos como na sua utilização, e seja relativamente bem compreendida no âmbito social.

Na perspectiva da reciprocidade desenvolvida por Schramm (1976), Marques de Melo (1975) esclarece que a informação proporciona que os indivíduos tenham acesso a uma cadeia de interação, onde o desenvolvimento industrial automaticamente melhora o desenvolvimento dos meios de comunicação e estes, conseqüentemente, fornecem argumentos que levam ao interesse do seu público (recepção) à vida política. Nesse segmento, esses indivíduos se tornam conhecedores dos mais variados aspectos das relações sociais, sejam eles voltados a educação, política, indústria e urbanização, e desenvolvem-se junto aos meios.

No entanto, o modelo difusionista, aliado ao paradigma da Modernização, corroborou para o aumento do fluxo de informações em nível internacional, a partir dos EUA e da Europa, baseados em políticas ideológica, as quais difundia-se um modelo de sociedade a partir destes centros dominantes. Conforme Peruzzo (2014, p. 180), é a partir de então que:

Preconiza-se o uso da comunicação interpessoal e massiva como vetores de difusão de inovações com vistas à modernização de sociedades tidas como atrasadas, como inclusão de tecnologias e mudanças de hábitos culturais no cultivo agrícola, na alimentação, produtos de consumo etc. O uso do rádio e da televisão era visto como importante para difundir novos padrões de comportamento. Estes veículos de comunicação ajudaram, por exemplo, a divulgar a ideia da necessidade do controle da natalidade, de que o leite em pó industrializado era melhor para a saúde infantil, do consumo do automóvel, do uso do plástico em vez de produtos à base do sisal, da adesão ao cigarro pelas mulheres, entre outras.

Assim, as tradições, culturas e conhecimentos locais passaram a ser vistos como empecilhos para o desenvolvimento econômico. Pouco a pouco se distanciam a cultura elitista e a cultura popular, o que reforçou as desigualdades culturais pré-existentes e formalizou o processo de repressão da primeira sobre a segunda (ORTIZ, 1985). Consequentemente, os meios de comunicação estariam em sincronia com esse quadro, já que este cenário segue de acordo com o ritmo do desenvolvimento econômico, articulado aos veículos de comunicação e em acordo com os padrões econômicos de sua realidade (MARQUES DE MELO, 1974).

O entendimento da relação entre o desenvolvimento e o subdesenvolvimento enquanto processo de subalternização norteou a teoria da dependência<sup>20</sup> como uma nova forma de se pensar o progresso. Servaes (2004) aponta que essa teoria apresenta duas vertentes teóricas distintas<sup>21</sup>. Uma voltada ao neomarxismo ou estruturalismo e a outra orientação crítica e marxista, que se originou a partir dos debates propostos pela criação da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL)<sup>22</sup>, criada em 1948 pelo Conselho Econômico e Social da ONU na América Latina.

A CEPAL foi pensada em um contexto pós-guerra, cujas propostas tinham o intuito de contribuir ao desenvolvimento econômico dos países periféricos da América e do Caribe através de ações de desenvolvimento tecnológico e industrial, e promoções a estreitar relações econômicas entre os países e as demais nações do mundo. Entre os vários economistas que difundiram esse pensamento, se destaca o brasileiro Celso Furtado, que contribuiu com definições distintas entre crescimento e desenvolvimento.

Furtado (1964, 1975, 1978) criou um método próprio para explicar o caso do subdesenvolvimento brasileiro por interpretar a situação de dependência a partir de uma visão da economia mundial em contraste com a dinâmica das economias dominadas e um aprofundamento a respeito das raízes históricas, a fim de justificar o processo de

---

<sup>20</sup> Conforme Escudero (2018), a Teoria da Dependência, com Paul Barán (1909 – 1964) entre os seus fundadores, trabalha o desenvolvimento e subdesenvolvimento como processos inter-relacionados, dependentes entre si. Essa corrente alega que essa relação é fruto do capitalismo mundial que implanta um sistema de dependência entre países, onde um existe se o outro existir.

<sup>21</sup> Cientes da existência das duas correntes apresentadas por Servaes (2004), discutiremos a noção da segunda por esta se considerar relevante às discussões desta pesquisa, levando em conta, principalmente, a sua estreita relação com o pensamento cepalino e por este nos dá mecanismos para pensar no desenvolvimento social. A CEPAL é uma das cinco comissões da ONU que propõem o estudo e a promoção de políticas em prol do desenvolvimento por meio da cooperação entre os países. Na década de 1950 a comissão procurou explicar o atraso dos países latino-americanos e caribenhos e sua linha de pensamento, liderada por Raul Prebisch, contribuiu com ideias e propostas de políticas na linha das desigualdades, na luta contra a pobreza e no fomento à justiça social, em vista às características estruturais das regiões e suas distintas formas de desenvolvimento.

<sup>22</sup> A CEPAL é uma das cinco comissões regionais das Nações Unidas, com sede em Santiago, no Chile, estabelecida através da resolução 106 (VI) do Conselho Econômico e Social, de 25 de fevereiro de 1948, mesmo ano que começou a atuar. Por meio da resolução 1984/67, de 27 de julho de 1984, passou a ser chamada de Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe.

subdesenvolvimento. A dependência e o subdesenvolvimento tratam-se, assim, de dois processos que causam crescentes desequilíbrios sociais, políticos e econômicos. A nova ideia de crescimento é vista e entendida como variação quantitativa de produção, diferente do desenvolvimento, que exige mudanças qualitativas voltadas ao bem-estar social, das instituições e estruturas produtivas.

Para Furtado (1964, 1975, 1978), muito mais que um processo de evolução econômica, o desenvolvimento deveria tratar-se de adaptação das estruturas sociais a uma abertura de novas possibilidades ao ser humano, sem que a dimensão econômica se desvincule da dimensão cultural. Ou seja, em qualquer concepção o desenvolvimento deveria resultar do avanço econômico paralelo a melhoria na qualidade de vida, na busca constante pela diminuição da pobreza, do desemprego e da desigualdade, e na promoção de condições de saúde, alimentação, educação e moradia.

Nessa linha de pensamento, Luiz Carlos Bresser-Pereira (2003) atenta ao fato de o desenvolvimento exigir como objeto um determinado sistema social e este se localizará geograficamente em uma região, país ou continente. À vista disto, o desenvolvimento está estreitamente ligado a uma ação ou um efeito de crescimento e progresso com o objetivo de tratar dos seus processos de mudanças e transformações no âmbito social. Em outras palavras, é primordial que um sistema social seja constituído baseado na relação de interdependência do tripé econômico, político e social, recorrentemente modificados a partir da influência dos demais.

No mesmo período que a CEPAL, surgem também outros projetos cujas propostas baseavam-se em alternativas ao desenvolvimentismo, como é o caso da Nova Ordem Econômica Internacional (NOEI) e uma Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC). Foi por esse caminho que foram organizados debates conduzidos pela Organização das Nações Unidas para a Educação e a Cultura (Unesco), por volta da década de 1970.

A Nomic, projeto proposto em 1977 por uma comissão internacional, propôs estratégias e mudanças para a redistribuição dos fluxos de informação entre os países desenvolvidos e subdesenvolvidos. Três anos depois, a Unesco lançou o Relatório MacBride, conhecido como "Um Mundo e Muitas Vozes", embasado nas discussões de uma comissão liderada pelo irlandês Sean McBride, com o objetivo de organizar um mapeamento da realidade midiática em todo o mundo. Este relatório ganhou ampla referência na conceituação da noção de direito à comunicação.

Bem como os direitos econômicos, sociais e culturais, o direito à comunicação ganhou reconhecimento por também estabelecer relação com a liberdade e a igualdade. A principal

premissa para a efetivação da comunicação, enquanto ferramenta importante para o desenvolvimento, parte da liberdade de expressão e dos mecanismos de liberdade dos modos ideológicos disseminados pelo Estado e pela burguesia, formada historicamente como uma força política e hegemônica.

Frente a esse problema, quase todas as críticas latino-americanas desenvolvidas por volta da década de 1970 explicam a comunicação vertical como dominante, manipuladora, impositiva e por assim se caracterizar, não há como pensá-la fora do poderio econômico, político e cultural (BELTRÁN, 2019; PERUZZO, 2014). Assim, centrado no desenvolvimento social, Juan Díaz Bordenave, propôs um modo de desenvolvimento alternativo aquele que contribui com o capitalismo liberal e do comunismo estatal e sugere o socialismo democrático pensado para a comunidade, autogerido e participativo (BELTRÁN, 2006). Esta perspectiva consiste em transformar a comunicação vertical em horizontal, com o objetivo de oportunizar indivíduos a emitir mensagens com os mecanismos da C4D, que nada mais seria que democratizá-la tanto no conceito quanto na prática (BELTRÁN, 2019).

Segundo Beltrán (2019), a comunicação horizontal promove a participação por oportunizar a todos os indivíduos a emitir mensagens e, sem ela, este processo continuaria a ser dirigido pela minoria. Por esse aspecto se engendrou uma busca que se iniciou com os mecanismos do C4D no último século, que nada mais seria que democratizá-la tanto no conceito quanto na prática. Por assim dizer, a participação é entendida por Bordenave (1994) como um mecanismo capaz de promover a interação, a igualdade e a manutenção do controle entre os indivíduos em sociedade. Além disso, favorece "o crescimento da consciência crítica da população, fortalece seu poder de reivindicação e a preparar para adquirir mais poder na sociedade" (DÍAZ BORDENAVE, 1994, p. 12).

É nesta perspectiva que Maciel (2012) demonstra que a folkcomunicação abre a possibilidade de enxergar as mediações culturais como mecanismo de desenvolvimento local, juntamente com os atores em situação de marginalização. Assim, a arregimentação das potencialidades, por meio das políticas culturais, impulsionaria o desenvolvimento e aproveitamento das capacidades.

para ser de fato bem estruturado e sustentável, o processo de desenvolvimento deve resultar em consequências incisivas que majorem o nível de oportunidades sociais e as possibilidades de atuação e de concorrência com os outros núcleos de economia local, recrudescendo a renda e diversificando as formas de riqueza e as possibilidades de melhoramento da qualidade de vida, assim como também assegurando meios de conservação dos recursos naturais (MACIEL, 2012, p. 45).

Vistos esses apontamentos, entendemos que a comunicação precisa ser inserida de acordo com a realidade local, com objetivo de capacitar os indivíduos e introduzir em seus modos de vida uma perspectiva que vise o seu desenvolvimento. É por essa perspectiva que Paulo Freire e Luiz Beltrão apresentam uma comunicação dialógica como método de promoção de uma mudança estrutural dos grupos marginalizados. Por considerar que sujeitos se expressam através de signos linguísticos próprios, se a comunicação não for direta e sem interrupções, não há possibilidade de dois espaços se comunicarem (FREIRE, 1983). Logicamente, se o homem que não está diretamente inserido em questões sociais, políticas, econômicas, educativas, não poderá estabelecer seu papel na sociedade e o seu desenvolvimento não será efetivo.

Próximo a visão acima, Josué de Castro (2003), compreende a educação enquanto método de liberdade, no sentido de libertação de todos os tipos de dominação, seja ela econômica, política ou intelectual. Popularizá-la seria, portanto, um modo eficaz de transformação social que ameaçaria a manutenção de um sistema de cultura estéril, típico das “democracias” sem povo, aquelas onde se impera uma ampla desigualdade social, onde um determinado grupo mantém o entendimento e o modo de dirigir, enquanto um outro, marginalizado, apenas ignora e obedece.

A partir dos questionamentos a respeito dos modelos de desenvolvimento baseados no paradigma da modernização e na teoria da dependência – principalmente pelas ideias voltadas ao desenvolvimento econômico, no que tange ao fato de que tal modelo tende a esgotar os recursos naturais e ampliar ainda mais as discrepâncias sociais –, diferentes termos e vertentes a respeito do desenvolvimento surgiram com novas propostas de equidade, em atenção a dimensão sociocultural (PERUZZO; VOLPATO, 2019).

Na teoria do desenvolvimento participativo ou “do outro desenvolvimento”, o desenvolvimento passa a ser entendido a partir das liberdades dos indivíduos, diante do seu papel e sua interação com a sociedade. Segundo Escudero (2018), essa ideia foi desenvolvida pelo economista Amartya Sen e corroborou na criação do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>23</sup>, pela ONU na década de 1990. Tal medida, que oferece um contraponto ao PIB – até então indicador utilizado para considerar a dimensão econômica do avanço social das nações, – visa um desenvolvimento a longo prazo a partir de três dimensões do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde.

---

<sup>23</sup> Trata-se de uma medida comparativa usada para classificar os países de acordo com o seu grau de "desenvolvimento humano" em países desenvolvidos (desenvolvimento humano muito alto), países em desenvolvimento (desenvolvimento humano médio e alto) e países subdesenvolvidos (desenvolvimento humano baixo).

O desenvolvimento sustentável, surgido no fim da década de 1970 sob o título "ecodesenvolvimento" propõe preservar os recursos naturais, conciliar o crescimento econômico a melhorias nas condições da sociedade e avaliar ainda o respeito ao meio ambiente. A partir de então o conceito ganhou novos rumos e avanços, principalmente no fato de garantir o presente e suprir as necessidades da atual geração sem comprometer o espaço para as gerações futuras (ESCUDERO, 2018).

O termo “desenvolvimento sustentável” foi criado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED)<sup>24</sup>, ligada à ONU, com o objetivo de manter o equilíbrio entre a economia e a conservação do meio ambiente. Foi a partir desta perspectiva que a ideia de desenvolvimento alcançou uma evolução em se dissociar, em partes, da dimensão econômica e atravessar outros âmbitos como o político, o social e o ambiental. A proposta da ONU traz atualmente 17 objetivos de desenvolvimento sustentável para a transformação do mundo<sup>25</sup>. Trata-se de um conjunto de decisões que visam determinar o percurso em nível global que os países seguirão a fim de eliminar a pobreza e promover o bem-estar da sociedade e do meio ambiente.

Essa nova visão busca garantir o desenvolvimento não apenas através de um fator econômico, se este não estiver bem distribuído entre a população, bem como a garantia de uma melhor qualidade de vida desta através da integração e participação. O seu alcance depende de um planejamento em longo prazo e da importância e valorização dos recursos naturais do meio ambiente, que além de essenciais à vida humana, pertencem a todos os indivíduos. E embora este conceito apresente completude, como apontam alguns teóricos, é também visto como complexo e “inalcançável”.

Além disso, ainda que o conceito de desenvolvimento tenha evoluído constantemente e apresentado novas propostas na sociedade contemporânea, a atual ainda preza pelo avanço de fatores econômicos em um primeiro plano. Dentro de uma visão de mercado internacional, os governos dos países de modelo capitalista, independentemente dos seus partidos políticos ou ideologias, seguem em busca de atingir objetivos econômicos antes de qualquer outro fato de mudança e transformação.

Como se não bastassem esforços para democratizar a comunicação social, nas últimas décadas surgem ferramentais tecnológicos que proporcionaram que a comunicação assumisse novas formas no cotidiano. E mesmo que os avanços na tecnologia pudessem causar um efeito

---

<sup>24</sup> Sigla do inglês *World Commission on Environment and Development*.

<sup>25</sup> Sobre isso, sugerimos acesso ao portal oficial da ONU no Brasil, disponível no seguinte endereço eletrônico: <https://brasil.un.org/>.

de internacionalização nas telecomunicações (BOLAÑO, 1999), esse novo modo de comunicar também proporcionou transformação nos mecanismos de comunicação e maior horizontalidade e engajamento por parte dos indivíduos. As novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) asseguraram uma ascensão significativa de mecanismos tecnológicos que possibilitam a transmissão e circulação de informação em nível global e um outro modo de pensar a sociedade, principalmente a partir do novo entendimento a respeito dos meios e das mensagens no processo de comunicação.

Essas mudanças trouxeram novas possibilidades aos indivíduos que se encontram em situação de marginalização e que, a partir destas, puderam garantir poder de fala diante do cenário de desigualdade que ocupam. À vista disso, nos últimos anos, a expressão “comunicação para a mudança social” tem se tornado alternativa à C4D. Peruzzo (2014) complementa que esta denominação vai além de propor os meios como instrumentos de difusão no embate pela ampliação da participação e da cidadania. Se trata de pensar em atividades de cunho participativo e comunitário, que esteja preparado para atender na produção de conhecimento aos mais variados grupos sociais de acordo com suas necessidades.

No entanto, surge um novo desafio. César Bolaño (1999) ressalta que o fenômeno da globalização provoca um efeito de reorganização nas práticas comunicacionais e tornam-nas propulsoras do desenvolvimento capitalista. Em outras palavras, estas práticas dentro do processo global reorganizam o que já estava construído hegemonicamente.

É importante considerar que a mídia tradicional, posta a serviço de pequenos grupos mantidos por interesses políticos e comerciais, passa a ser aliado às novas tecnologias, mantém o controle dos bens e serviços e, ao mesmo tempo, deslegitima sua relação com a cidadania em uma conjuntura política que afeta diretamente o sistema democrático. Essas características se configuram como uma conexão do mercado e da cultura tecnológica que repercutem consolidadas a ideais mercadológicos e consumistas consagrados, principalmente, pelos megagrupos midiáticos. De acordo com Denis de Moraes (2013), estes grupos se fundamentam em uma lógica de interesses estrategicamente traçada pelas corporações midiáticas através de multiplataformas integradas e implantadas pela tecnologia que efetivamente compartilha e distribui conteúdo com uma diminuição drástica de custos e investimentos.

No âmbito das pesquisas em comunicação no Brasil, o termo Coronelismo eletrônico tem sido utilizado desde a década de oitenta para explicar o fenômeno do domínio midiático dos grupos familiares das elites políticas, sejam elas locais ou regionais, além de deterem da regulação dos meios de comunicação (SANTOS, 2006). Desta maneira, segundo Suzy dos Santos (2006, p. 08), denomina-se como “o sistema organizacional da recente estrutura

brasileira de comunicações, baseado no compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais, proprietários de meios de comunicação”. Com a proposta de apresentar os grandes grupos midiáticos de alguns países da América Latina – dentre eles o Brasil – a organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF)<sup>26</sup> lançou em dezembro de 2019 um site do Monitor de Propriedade dos Meios (MOM)<sup>27</sup> para a América Latina.

No território brasileiro, as pesquisas foram realizadas em 2017 em parceria com o coletivo Intervozes<sup>28</sup>, e buscou mapear cinquenta veículos de comunicação com maior audiência<sup>29</sup>, distribuídos em: dezessete veículos impressos – jornais de circulação diárias e revistas de circulação semanal –, doze redes de rádio, onze redes de TV – aberta e por assinatura – e dez portais de notícias. Constatou-se que apenas cinco famílias brasileiras controlam vinte e seis do total e o Grupo Globo, que se encontra na décima nona posição no ranking que reúne os maiores conglomerados de mídia do mundo, detêm uma audiência superior à soma de outros quatro grupos que figuram no ranking do país. Outra característica predominante é que, entre os grupos midiáticos, há uma forte participação de líderes religiosos. Entre os cinquenta listados, nove – entre canais de TV, emissoras de rádio, jornais impressos e portais de notícias online – são de lideranças cristãs.

Tais dados demonstraram que o cenário de concentração ganha destaque no que se refere a influência da política e da região, que juntas mantêm o controle dos meios. Grande parte dos grupos possuem suas matrizes no eixo Rio-São Paulo e exercem influência sobre as demais regiões com a suas filiadas. A relação entre mídia e política demonstra-se com mais clareza nas afiliadas regionais e locais dos grupos de rádio e TV. No caso do Nordeste, o Grupo Globo e o Grupo Record exercem poder em todos os estados. Sobre o estado de Sergipe, o qual remete ao nosso objeto de estudo, essa discussão é detalhada no capítulo IV desta pesquisa.

As pesquisas citadas demonstram que a alta concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos e grandes empresários e políticos se torna ameaça à pluralidade da mídia e um risco a democracia. Assim, as distancias entre as identidades, evidenciadas por suas relações de poder, e disseminadas nas práticas comunicacionais, interligadas a poucos e grandes grupos dominantes, fazem da comunicação e da identidade um campo de embate e resistência. No que

---

<sup>26</sup> Repórteres sem Fronteiras (RSF) trata-se de uma organização não-governamental internacional criada na França por obert Ménard, Rony Brauman e Jean-Claude Guillebaud, no ano de 1985 e tem por objetivo defender a liberdade de imprensa em todo o mundo.

<sup>27</sup> Sigla do inglês *Media Ownership Monitor*.

<sup>28</sup> O Coletivo Brasil de Comunicação Social (Intervozes) é uma organização que busca a efetivação do direito dos cidadãos à comunicação no país.

<sup>29</sup> Quem controla a mídia no Brasil? Disponível em: <http://brazil.mom-rsf.org/br/>. Acesso em: 07 fev. 2020.



tange à inserção de novos artifícios, cabe questionar se essa técnica é suficiente para suprir a necessidade de uma estrutura organizacional, e se isso é eficaz para produzir e sustentar a tecnologia a ser introduzida.

## **2.2 Desenvolvimento e formação social brasileira**

Falar em desenvolvimento de um país como o Brasil significa, antes de mais nada, compreender que a visão econômica está intrinsecamente vinculada a natureza do seu desenvolvimentismo e a sua necessidade em provocar transformação, que necessariamente submergem à transformação social e coexistem com a variação referente aos níveis técnicos. Por assim dizer, entendemos que para realizar uma abordagem acerca da formação social brasileira, seria impossível não adentrarmos nas questões do desenvolvimento econômico e sua penetração nas relações sociais. Em qualquer discussão que remonte a história do país, defrontaremos com métodos políticos e econômicos que impactaram e condicionaram significativamente o processo de desenvolvimento do Nordeste e do estado de Sergipe.

### **2.2.1 O ilusório desenvolvimento do Brasil**

Ao revisitar os aspectos históricos que justificam os modos de produção e, conseqüentemente, a formação da sociedade brasileira, defrontamo-nos com algumas de suas peculiaridades, a partir de três premissas básicas defendidas por Nelson Werneck Sodré (2010), as quais damos suma relevância para o entendimento deste tópico. O primeiro refere-se ao desenvolvimento desigual, e as distâncias entre as áreas dominadas pelo feudalismo e as dominadas pela comunidade primitiva. A segunda, por sua vez, denota as diferentes etapas da história que justificam as disparidades territoriais da nação. Por último, a chamada “transplantação de elementos humanos e europeus”, e o desprezo aos povos originários durante um período colonial sob o domínio da coroa. Este último configurou uma formação travada em raízes históricas que remontam a chegada dos portugueses – período marcado por intensas lutas e disputas até o início da colonização – seguido da instauração e fim da escravidão – quando os escravos deixam de ser mão-de-obra e seguem tratados como uma segunda categoria de humanos.

Acreditamos que tais premissas ganham relevância na discussão sobre os modelos adotados no processo de desenvolvimentismo no Brasil e como, de fato, os mecanismos políticos e econômicos justificam a realidade do século XXI. Essencialmente agrícola, o território brasileiro seguiu explorado sob a circunstância da escravidão e economicamente

condicionado ao seu dominador no período compreendido entre o século XVIII e início do XIX, o que corroborou para fortalecer suas raízes ruralistas. Esse período “consistiu essencialmente em ocupação de novas terras ou exploração de recursos naturais esgotáveis, por um lado, e, por outro, em importação de mão-de-obra da África e da Europa” (FURTADO, 1964, p. 98).

O Brasil demonstrou que sua economia seguia historicamente condicionada na utilização extensiva de recursos naturais em resposta à demanda externa<sup>30</sup>. Esse processo impediu não só a antecipação de uma industrialização, que colocaria o país dentro do âmbito de transformação mundial – principalmente porque o espaço seguia propenso às mudanças e apresentava claras evidências de um processo industrial ainda no fim do século XIX (FURTADO, 1975) – como também na reorganização do território, já que o surgimento de mudanças significativas em seu processo de urbanização foi limitado devido a oscilação da população de região para região (SANTOS, 2008).

Até então, o principal motor da economia brasileira era o café, capitaneado pelo estado de São Paulo, que na época também determinava as diretrizes políticas. Esse longo ciclo perdurou por quase um século, quando a Crise de 1929<sup>31</sup> impulsionou abruptamente a desarticulação da velha estrutura agrária feudal, composta por uma classe dominante constituída quase exclusivamente por grandes proprietários de terras e uma população pouco expressiva nas áreas urbanas. Essa depressão econômica abriu subitamente os caminhos para a denominada Revolução Industrial Brasileira (BRESSER-PEREIRA, 2003) e o fim na demanda externa<sup>32</sup>.

Por esse ângulo, Bresser-Pereira (2003) argumenta que a história da industrialização brasileira também registrou as suas perdas e seus retrocessos. Uma das principais premissas é que, por um lado a lógica desenvolvimentista ganhou respaldo no objetivo de modernizar e industrializar os países tidos como subdesenvolvidos com a implantação de novas técnicas de produção e circulação de bens e serviços, com a instalação de empresas e o incentivo ao consumo. Por outro, a classe política brasileira, agora sem o domínio de Portugal, se articulava

---

<sup>30</sup> Esse momento histórico, dividido em três fases, compreende um período de maior importância no processo do desenvolvimentismo econômico do país: o ciclo do açúcar, entre 1530 a 1650; a extração de ouro, entre 1700 e 1780; e a expansão do café, entre 1840 a 1930 (FURTADO, 1964).

<sup>31</sup> A Crise de 1929 foi um grande divisor de águas, durante o período histórico de desenvolvimento da América Latina. Esse período trouxe uma estagnação prolongada do sistema de divisão internacional do trabalho, que corroborou com a reversão, na qual algumas economias latino-americanas tiveram que reduzir seu coeficiente de inserção no mercado mundial e adotar o processo de substituição de importações.

<sup>32</sup> Diante do período de crise, a economia do Brasil se baseou na substituição das importações – processo que busca elevar a produção interna dos países e diminuir suas importações e na assimilação de uma tecnologia própria de países desenvolvidos –, e esteve relacionada a um novo período político brasileiro, destacado pela quebra do acordo da política do café com leite – a predominância das oligarquias paulista e mineira no poder nacional – com a deslocação da oligarquia cafeeira localizada no eixo São Paulo/Minas Gerais, através da instituição de Getúlio Vargas e o início do Estado Novo.

pelos seus próprios interesses e ainda era mediada pelo mercado externo. Por se tratar de um país onde o Estado tem grande participação nas decisões econômicas, e se constitui como a principal fonte de acumulação, a tecnologia importada e sua capitalização beneficiaram os grupos estrangeiros que detinham desse controle (FURTADO, 1975).

De nada adiantou apresentar um setor moderno de manufaturas diversificado e amplo, baseados na elevação da produtividade e na modificação de consumo, se a agricultura como principal fonte de emprego da população brasileira apresentou baixa produtividade, devido à falta de assimilação tecnológica<sup>33</sup>. Assim, com uma assimilação inapropriada, a inserção da tecnologia no país, ao invés de proporcionar o aumento bens e produção e viabilizar a criação de empregos, causou um processo inverso, maior concentração de renda por parte das elites dirigentes (FURTADO, 1978).

Furtado (1964) esclarece que o método como se efetivam essas modificações depende da flexibilização da instituição que opera a economia. Caso contrário, o processo de incorporação e propagação de novas técnicas, que resultaria em um desenvolvimento econômico das economias subdesenvolvidas, segue uma política econômica imposta, responsável pelas formas de distribuição de renda e a formação de desigualdades. Neste ponto de vista, Furtado (1964) entende que:

As reais possibilidades de desenvolvimento futuro de um país da extensão do Brasil, somente poderiam ser apreciadas à luz de um conhecimento de seus recursos naturais muito mais completo do que o atualmente disponível. O precário conhecimento desses recursos, entretanto, é uma das características do próprio subdesenvolvimento (FURTADO, 1964, p. 100).

Na mesma perspectiva de Furtado (1964), Josué de Castro (2003) atenta que a estratégia seria prezar por um sistema econômico que busque a integração dos grupos humanos, tanto em capacitar, quanto mobilizar todos os fatores de produção em prol da coletividade e de uma melhor utilização de recursos naturais e humanos. Ou seja, [...] habilitar estes efetivos [humanos] a utilizarem racionalmente os recursos potenciais que a natureza põe à sua

---

<sup>33</sup> Furtado (1978) caracteriza duas fases distintas que ajudam a compreender como o progresso tecnológico penetra e interfere nas estruturas sociais. A primeira se estabeleceu quando os fatores de ordem econômica, atribuídos à transformação da oferta de bens e serviços provocaram uma baixa oferta de mão-de-obra humana, redução dos salários da classe trabalhadora e nos altos lucros que se revertiam à classe capitalista. Além disso, o progresso tecnológico, atrelado a economia capitalista, ganhou significância alardeadora no que tange ao fato de promover a redução dos preços dos equipamentos, absorver o excedente de mão-de-obra de produção artesanal e corroborar com a expansão da emigração para novas áreas de colonização, por colocar nas mãos da classe capitalista o comando regularizador da oferta de mão de obra. A segunda fase surge como resposta a primeira, caracterizada pelo início dos conflitos de forças sociais que condicionam o processo de distribuição de renda.

disposição e que o conhecimento científico permite aproveitar em escala infinitamente mais elevada do que a alcançada em nossos dias" (CASTRO, 2003, p. 52-53).

No entanto, forma-se uma estrutura industrial adaptada aos desníveis no padrão de consumo, que ascende um sistema capitalista que provoca o crescimento da mercantilização e do acesso aos bens e serviços e, conseqüentemente, oculta a noção de exploração que corrobora com a promoção da instituição financeira como base para a formação das desigualdades sociais. Como consequência, a pobreza se alastra e leva à população ao reflexo das decisões de um desenvolvimento social equivocado (ou tragicamente projetado?). Inevitavelmente essa linha tênue configura a estrutura social a vislumbrar a questão econômica como único método para a edificação da vida humana.

Desta forma, a concentração de renda determina a forma que deveria assumir a industrialização, assim como a tendência a que se acentue essa concentração constitui em boa medida uma consequência do controle externo global do processo de desenvolvimento (FURTADO, 1975, p. 31).

Na concepção de Fernando Henrique Cardoso (1979), o modelo político brasileiro se dá em dependência daqueles que ocupam as funções do Estado. A classe política passa a se articular a partir das relações entre a economia e a política e os métodos com que essa relação se estabelece. O Estado, por sua vez, responsável pela promoção do desenvolvimento se alia às elites locais e molda esta estrutura, que recorrentemente se reconstrói. Edifica-se, portanto, a crença errônea de que não seria possível haver crescimento econômico com a participação popular. Menospreza-se as massas e opta-se por uma estratégia de desenvolvimento contrária ao povo.

Enrijecem o conjunto das estruturas de decisão, baixam o nível de informação das camadas populares e da sociedade em geral, para o modelo de desenvolvimento escolhido apareça como incontestado. Reprimem correntes discordantes nacional diante de tudo que não seja propaganda e consumo (CARDOSO, 1979, p. 28).

Da mesma maneira, entendemos que a mudança de grau econômico não é, por si só, suficiente para provocar uma transformação em uma comunidade, se os indivíduos envolvidos não tiverem consciência através de uma ação educativa para se tornarem parte do processo. Ou seja, a tentativa de elevação econômica exige níveis de qualificação capazes de manter o sistema, o que influencia os métodos de ensino e na formação educacional. O nível de produtividade inibe as necessidades humanas, e objetifica sujeitos em favor de um rigor

econômico desmedido. Na sociedade, deste modo, a educação torna-se um mero objeto de alcance às melhores condições econômicas, sem prezar pelas formações de caráter e de bem-estar social (FREIRE, 2018a).

A realidade brasileira demonstra que, em 2018 haviam 11,3 milhões de pessoas analfabetas com 15 anos de idade ou mais, o equivalente a 6,8% desta faixa etária – muito embora, nos dois anos anteriores tenha havido uma diminuição lenta no número de pessoas analfabetas. Essa taxa é medida pelo número de pessoas que não sabem ler e escrever pelo menos um bilhete simples em sua língua materna, dentro da população total e na mesma faixa etária (IBGE, 2019). Vejamos o quadro a seguir:

Tabela 1. Taxa de analfabetismo no Brasil 2016-2018

<b>Ano</b>	<b>15 anos ou mais</b>	<b>25 anos ou mais</b>	<b>40 anos ou mais</b>	<b>60 anos ou mais</b>
2016	7,2%	7,6%	12,3%	20,4%
2017	6,9%	7,4%	11,8%	19,2%
2018	6,8%	7,2%	11,5%	18,6%

Fonte: elaborado pelo autor (2020) com base nos dados do IBGE (2019).

Nota-se que no Brasil o analfabetismo está diretamente associado à idade. Quanto mais velho o grupo populacional, maior a proporção de analfabetos. Significa, também, que as últimas medidas nos projetos sociais voltados à educação foram significativas para proporcionar abertura do ensino às pessoas mais jovens. Assim, embora haja um decréscimo no número de analfabetos, os números continuam alarmantes. Infere-se, portanto, que a proposta apresentada por Freire (2018a) ainda está longe de ser atingida. A imprensa, por sua vez, continua a se difundir entre os grupos que detém do produto social e garantir o poder ideológico das classes dominantes.

Esse modelo de construção social, baseado na economia industrial e no progresso tecnológico, formata modos de organização que atravessa o modelo político, e consequentemente afeta no crescimento da marginalidade. Um modelo que se alastra pelo mundo afora, no projeto econômico conhecido como “desenvolvimento”, que em nome da “mudança social” favorece o capitalismo e a exclusão.

Cabe ressaltar que, a influência de países como os EUA, dentre tantos outros europeus, foi estabelecida a partir da expansão econômica, política e cultural, e deu-se através da implantação de modelos imperialistas em países como os da América Latina que, em situação de subdesenvolvimento, servem à sua dependência. Conforme Furtado (1978, p. 36-37) nos acrescenta, “[...] o objetivo da política dos EUA é conservar integrada a sua esfera de influência

e que o desenvolvimento deste ou daquele país deve ser considerado como um meio para esse fim”. Essa influência afeta diretamente a tomada de decisões políticas e de cunho social, com o objetivo de manter os interesses da nação reguladora.

Do ponto de vista cultural, Werneck Sodré (2010) aponta as modificações na cultura brasileira quando as influências europeias anteriores à Segunda Guerra dão lugar às norte-americanas. Essa intensificação das relações econômicas dos EUA com os países latino-americanos impulsionou a passividade do Estado frente às corporações privadas, por definir a participação social a partir do consumo, em detrimento do exercício da cidadania, conforme defende Nestor Garcia Canclini (2015b).

Assim, a imprensa, o rádio, o cinema e a televisão, neste íterim, marcam a supremacia americana voltada à lógica ideológica e dominante sobre as sociedades “menores”. Por este viés, MCM no Brasil serviam como mecanismos de dominação política, regulados para deter o controle do funcionamento do aparelho do Estado, preparado para se moldar um “modo de vida” voltado à ideologia capitalista, e a sua organização social (WERNECK SODRÉ, 2010).

Enquanto se disseminavam os jornais, a população lentamente se alfabetizava, o que caracteriza esse princípio como fator de dominância dos detentores do conhecimento aos demais grupos sociais, em situação de miséria, excluídos do mercado cultural e impedidos de qualquer tipo de participação. Esse controle estava vinculado também à disseminação de suas políticas de comunicação, traduzidas em investimentos voltados tanto às notícias como à publicidade, o cinema e a televisão.

Deste modo, as iniciativas estatais (em função de que os índices da UNESCO foram construídos) devem orientar-se preferentemente para a criação ou manutenção de pequenos veículos de comunicação formal ou informação que possam contribuir para as tarefas básicas do desenvolvimento, servindo ao mesmo tempo como canais de expressão dos interesses das respectivas comunidades (MARQUES DE MELO, 1976, p. 30).

Bresser-Pereira (2003) acrescenta que esse período concentrado entre os anos pós-guerra, equivalente espaço de tempo entre os anos 1946 e 1955, demonstram a prosperidade econômica e início de uma era que consolida o Brasil industrialmente e reforça sua posição no crescimento econômico anual. Tais fatores influenciaram as relações fortes com os norte-americanos, o que acarretou em grandes investimentos estrangeiros. Esse percurso demonstra interesses comerciais e econômicos que tornaram o território brasileiro um espaço diferenciado para investimentos. “Face ao surgimento de empresas nacionais e às barreiras cambiais e tarifárias à entrada de seus produtos no Brasil, viera-se diante do dilema de ou realizar grandes

investimentos industriais no Brasil ou perder o mercado brasileiro” (BRESSER-PEREIRA, 2003, p. 58).

O avanço industrial e a busca pelo crescimento econômico constante legitimam os gastos públicos em benefícios das grandes empresas, cuja justificativa se baseia no desempenho do país diante do mercado de exportações em alcançar equipamentos de melhor maneira e com mais celeridade. Grandes firmas são distribuídas pelo território brasileiro, que racionalmente ganham vantagem sobre as empresas menores e na população, e o acúmulo de capital cada vez mais concentrado nas mãos de uma minoria (SANTOS, 2008).

Tal distribuição se encaminhou em proporção à oferta de recursos e ao nível de desenvolvimento em cada região do país. Esse processo resulta, na atualidade, em uma realidade distinta para cada macrorregião brasileira, afinal cada uma delas construiu sua história frente ao modelo de desenvolvimento adotado. Dentre elas, a Região Centro-Sul<sup>34</sup> caracteriza-se como a mais desenvolvida, com bons índices econômicos e acesso a indicadores sociais importantes, como melhores serviços na educação, saúde e trabalho. Evidentemente o acesso a melhores condições nos serviços básicos públicos encontram-se nas regiões urbanas, mas também não quer dizer que os espaços urbanos detenham total acesso. Há alguns fatores limitantes que definem tais procedimentos, como de fato ocorre nas regiões urbanas periféricas, que são atendidas por políticas insuficientes na resolução desses problemas.

Em 2015 a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) apontou que o Brasil é legitimamente urbano, com 84,72% da população distribuída em áreas urbanas e apenas 15,28% em áreas rurais. Em caráter regional, a região Sudeste, a qual detém um maior percentual de população urbana, com 93,14%. Entretanto, a Região Nordeste, conta com o maior percentual de habitantes de áreas rurais, exatamente 26,88% de sua população<sup>35</sup>.

A marginalidade ainda assola grande parte da população. Em 2017, de acordo com o IBGE, o país abrigou 54,8 milhões de pessoas em condição de pobreza, com menos de

---

<sup>34</sup> A regionalização geoeconômica divide o Brasil em três complexos regionais: Amazônia, Nordeste e Centro-Sul. O Complexo Regional Centro-Sul é composto pelos estados da região Sul, São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, juntamente com grande parte de Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Goiás, e uma pequena área de Tocantins e Mato Grosso, que juntos compõem uma área total de cerca de 2 milhões de quilômetros quadrados. Não é por acaso que esta região domina economicamente a concentração de investimentos, acúmulo de riquezas e infraestrutura no Brasil, já que abriga as duas maiores metrópoles do país, Rio de Janeiro e São Paulo, as quais possuem a maioria da população e registra altos índices de urbanização, maiores densidades demográficas e concentração da maior parte das indústrias brasileira (FURTADO, 1964, 1975, 1978, 1983); SANTOS, 2008).

<sup>35</sup> Conforme dados disponibilizados pela Agência IBGE. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18313-populacao-rural-e-urbana.html>. Acesso em 27 nov. 2019.

R\$406,00 mensais<sup>36</sup>. Já no ano de 2018 o país contabilizou 13,5 milhões pessoas em nível de pobreza extrema, cuja renda mensal *per capita* é inferior a R\$145,00<sup>37</sup>. Os mesmos índices apontam que, embora tal número seja exorbitante, houve uma redução da pobreza na região Sudeste, principalmente em São Paulo. No entanto, quase metade do percentual de pessoas na linha da pobreza estão na região Nordeste. Exatamente todos os nove estados da região apresentaram índices de pobreza acima da média do país.

Tais dados demonstram que o país apresenta altos índices de pobreza, mas em 2019 ocupou a 8ª posição entre as maiores economias do mundo<sup>38</sup>. Trata-se de uma sociedade cujo valor de mercado de bens e serviços é altamente significativo, diante de potências mundiais como EUA, China e Japão. Evidentemente entende-se que em um país de repleto de contrastes econômicos, políticos, culturais e sociais como o Brasil, o processo de desenvolvimento não foi o mesmo para todas as suas regiões. Vejamos a tabela 02.

Tabela 2. Dados socioeconômicos das macrorregiões brasileiras.

<b>Região</b>	<b>PIB<sup>39</sup></b>	<b>IDHM<sup>40</sup></b>	<b>Analfabetismo (%)<sup>41</sup></b>	<b>População<sup>42</sup></b>
Norte	5,4	0,667	8,0	18.430.980
Nordeste	14,3	0,663	13,9	57.071.654
Centro-Oeste	10,1	0,757	5,4	16.297.074
Sudeste	53,2	0,766	3,5	88.371.433
Sul	17,0	0,754	3,6	29.975.984

Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Os valores do Índice de Desenvolvimento Humano Médio (IDHM) demonstram que todas as macrorregiões brasileiras estão com Médio ou Alto Desenvolvimento Humano. Trata-se de um grande avanço, já que em 1991 nenhuma macrorregião alcançava o médio

<sup>36</sup> Pobreza aumenta e atinge 54,8 milhões de pessoas em 2017. **Agência de Notícias do IBGE**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23299-pobreza-aumenta-e-atinge-54-8-milhoes-de-pessoas-em-2017>. Acesso em: 27 nov. 2019.

<sup>37</sup> De acordo com a Síntese de Indicadores Sociais (SIS) divulgada pelo IBGE. Extrema pobreza atinge 13,5 milhões de pessoas e chega ao maior nível em 7 anos. **Agência de Notícias do IBGE**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25882-extrema-pobreza-atinge-13-5-milhoes-de-pessoas-e-chega-ao-maior-nivel-em-7-anos>. Acesso em 27 nov. 2019.

<sup>38</sup> Maiores Economias do Mundo. Disponível em: [http://www.funag.gov.br/ipri/images/analise-e-informacao/01-Maiores\\_Economias\\_do\\_Mundo.pdf](http://www.funag.gov.br/ipri/images/analise-e-informacao/01-Maiores_Economias_do_Mundo.pdf). Acesso em: 27 nov. 2019.

<sup>39</sup> De acordo com os dados da participação do PIB de cada região no Brasil em 2016, divulgados pela Agência de Notícias do IBGE. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23038-contas-regionais-2016-entre-as-27-unidades-da-federacao-somente-roraima-teve-crescimento-do-pib>. Acesso 08 fev. 2020

<sup>40</sup> Desenvolvimento humano nas macrorregiões brasileiras. Brasília: PNUD: IPEA: FJP, 2016.

<sup>41</sup> IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Educação 2018. Rio de Janeiro, IBGE, 2019.

<sup>42</sup> Segundo estimativa para o dia 01 de julho de 2019 fornecida pelo IBGE.



desenvolvimento<sup>43</sup>, muito embora, o nível de educação demonstre que em cada região haja desigualdades educacionais e que estas se refletem nas disparidades regionais. A Região Nordeste, por exemplo, apresentou a maior taxa de analfabetismo, quase cinco vezes maior do que as taxas estimadas para as Regiões Sudeste e Sul.

Evidentemente a industrialização do Brasil não ocorreu em nível nacional devido aos fatores limitantes do processo de acesso e distribuição de bens e serviços. Mesmo que a industrialização tenha alcançado logo no início da década de 1960, o país continuou dentro do mapa de países subdesenvolvidos por demonstrar carências significativas em regiões que seguiam à margem do progresso. Muito embora esse fator não seja efetivamente o único mecanismo de progresso, em um período de evolução industrial o modo na aplicação das técnicas voltado à realidade local seria o impulso necessário para um avanço de nível social.

Com o efeito da industrialização, o sistema industrial se torna o pilar da economia do país, já que “a atividade industrial condiciona o comportamento global da economia e os investimentos industriais são o canal por onde processa o progresso tecnológico” (FURTADO, 1975, p. 34). Paralelo ao processo industrial, a urbanização se deu nas áreas menos desenvolvidas, o que conseqüentemente ampliou a marginalização da população urbana. Esta passou a viver em condições precárias, exploradas pelas classes dominantes, discriminadas pelo seu baixo nível habitacional e sua localização. Esse processo, como bem indica Cardoso (1979), é fruto da exploração do trabalho e da incapacidade do sistema de oferecer empregos à população e níveis de trabalhos que sejam suficientes para a promoção da dignidade humana.

Essa visão elitista vinculada ao Estado, mediada pelas forças internacionais, ocasiona adoções de mecanismos em função do modelo capitalista e repressor a qualquer outro tipo de política que possa ser vinculado. Segundo Cardoso (1979), o fundamento para o desenvolvimento articulado para a diminuição da liberdade apresenta duplo sentido: de um lado, a disciplina pelo desenvolvimento econômico vigente; do outro, novamente, o inimigo que em disposição da liberdade estaria propenso a impedir ou dificultar os esforços de construção nacional.

Os regimes burocráticos em sociedades de massa resolvem os conflitos controlando e diminuindo o nível de informação para aumenta a apatia do conjunto da população e reprimindo as elites políticas e intelectuais. Ao mesmo tempo, substituem a flexibilidade institucional, capaz de integrar as

---

<sup>43</sup> Desenvolvimento humano nas macrorregiões brasileiras. Brasília: PNUD: IPEA: FJP, 2016.

massas, por mecanismos manipuladores que reduzem a mobilização social a uma “participação simbólica (CARDOSO, 1979, p. 29).

Assim, o regime militar expressou uma ruptura no sistema político e uma reorganização do modelo social e econômico de desenvolvimento que prevalecia anteriormente. Criam-se condições de uma rápida integração do país a um movimento de internacionalização, o que de certo modo desenvolveu a economia e permitiu o aumento de exportações e a modernização da agricultura. Tais avanços compõe uma fase que Santos (2008) denomina de processo de integração, que concentrou atividades modernas e dinâmicas tanto econômica quanto geograficamente. O momento é marcado pela fase de um capitalismo maduro, o qual permite a difusão da modernização no aceleração do capital, da tecnologia e nas formas de organização<sup>44</sup>.

O consumo e a acessibilidade de bens e serviços se ampliam, o que acarreta também na ampliação da urbanização e o intercâmbio entre o campo e a cidade. Da mesma maneira, as cidades se modificam com a expansão do sistema econômico, e passam a regular o que se faz no campo. Se desenha uma geografia regional na base da divisão territorial do trabalho. Abre-se a possibilidade da criação de necessidades de circulação em todo o território nacional que, à medida que a diversidade e o número de produtos aumentam, torna-se especializado. “Enquanto o país melhora sua fluidez e conhece uma expansão do capitalismo, bom número de bens que eram produzidos apenas como bens de consumo local, ou outros que tinham apenas valor de uso, transforma-se em valores de troca” (SANTOS, 2008, p. 46).

Para tanto, se uma cidade detém o controle do campo, certamente a população do campo que não está habituada a isso, migra para outras áreas à procura de um espaço que lhes proporcione formas econômicas menos modernas e com menor efeito na economia. Paralelamente, a economia de subsistência tende a desaparecer em algumas áreas específicas – onde o desenvolvimento industrial é mais evidente – quando o intercâmbio de mercadorias avança.

Por fim, o Brasil ganha alta dimensão de modernização com a integração de transportes e telecomunicações, a partir da ordem econômica mundial, necessários para a difusão de atividades industriais e agrícolas capitalistas. Os veículos de comunicação surgem como produtos do desenvolvimento nas nações capitalistas, aparecem e crescem independentes das

---

<sup>44</sup> Conforme Santos (2008), destaca-se: a) desenvolvimento na configuração territorial engendrado pelos sistemas de transporte, telecomunicações e produção de energia; b) desenvolvimento da produção material, seja a industrial ou agrícola, causa fortes transformações na estrutura de consumo e distribuição praticamente em todo o país, ainda que os territórios dominantes ganhem novos privilégios; e c) desenvolvimento não-material, identificado pelo avanço da saúde, da educação, do lazer, da informação e das esperanças.

ações governamentais principalmente porque se constituem, no processo de modernização, unidades produtivas orientadas pelo fluxo de oferta e demanda. Aliados ao processo de modernização e a globalização, se organizam em espaços desenvolvidos e, portanto, se fazem ausentes dos espaços que possuem uma condição contrária. Demonstra-se, assim, que em sua essência, os meios funcionam como mecanismos de articulação política e econômica que detém do poder para alimentar ainda mais o processo de dominância sobre a sociedade (SANTOS, 2008).

Grande parte das empresas nacionais se concentram no sudeste brasileiro, o que resulta em firmas cada vez mais poderosas que buscam eliminar seus concorrentes. O processo de concentração de economia caminha em alta velocidade, controla boa parte do mercado brasileiro, alcança alto grau de oligopolização e mantém, também, o mercado territorial brasileiro a partir da produção e do consumo. As empresas internacionais não ficam de fora, já que confirmam o processo de dominação externa das grandes corporações estrangeiras e trazem tanto um novo estilo de organização, de produção e marketing como também padrões de planejamento, propaganda, concorrência e controle das economias ditas dependentes.

Historicamente visualizamos que a industrialização transforma o ritmo da sociedade, acelera a urbanização e atinge a comunicação, juntamente com as novas determinações político/ideológicas que determinam o seu modelo de desenvolvimento. De maneira unívoca, “quando as nações evoluem dos padrões da sociedade tradicional para os da sociedade industrial, verifica-se um desenvolvimento rápido nos sistemas de comunicação” (MARQUES DE MELO, 1977, p. 82-83).

Santos (2008) indica que, a existência do que ele chama de circuito interior<sup>45</sup>, se caracteriza como uma das consequências dessa situação. As cidades, sobretudo as maiores em extensão, apresentam problemas estruturais no que tange ao seu volume urbano, modelo rodoviário, carência na infraestrutura, especulação fundiária e imobiliária, deficiência no transporte e pauperização da população em seu modelo centro-periferia. Além, claro, de provocar uma forte evasão da população rural.

O próprio planejamento urbano segue uma lógica de organização que só favorece àqueles indivíduos que já se encontram em uma situação de privilégio, simplesmente por possuírem mais acentuação de renda e se estabelecerem em espaços de poder. Se o modelo rodoviário urbano dispersa e espraia a cidade, cria-se escassez no problema de acesso à terra e

---

<sup>45</sup> O Circuito inferior, de acordo com Santos (2008) se refere a um espaço composto por atividades e serviços alternativos a modernização, geralmente abastecidos pelo nível de venda e varejo e pelo comércio em pequena escala, por utilizar o trabalho intensivo em lugar da tecnologia para essa finalidade.

à habitação. O déficit da residência leva a especulação e, estes, juntos, conduzem o agravamento das periferias. Vista disso, determinados espaços ganham valor, em detrimento dos demais. O transporte, por sua vez, é organizado por meio de uma lógica que promove a exclusão daqueles indivíduos que moram mais distante dos centros, o que dificulta o acesso aos serviços essenciais. Em suma, a junção desses problemas, em sua totalidade, fortalece os centros e prejudica as periferias em um círculo vicioso (SANTOS, 2008).

Para tanto, o processo industrial na formação de periferias e favelas – espaços compostos por uma vasta camada marginalizada, que não passam de uma situação complexa, caracterizada pela falta de aprendizado das organizações profissionais e de classe e, sobretudo, pela disciplina de partidos políticos. É importante destacar, contudo, que esses níveis de marginalização não se resumem à questão urbana, e demonstram o quanto os meios de comunicação colaboram para efetivá-las, principalmente porque a distribuição de televisões e rádios, depois do seu estabelecimento no Brasil, foi antidemocrática e lenta.

Em suma, o processo desenvolvimentista brasileiro decorrente demonstra uma organização estrutural inviável para uma maior atenção aos projetos de mudança social. Destaca-se a apropriação privada dos meios de produção que provoca uma luta de classes para o desenvolvimento do capitalismo recorrente das formas de organização econômica. A desordem urbana surge enquanto consequência social dessa forma de organização. Por conseguinte, o poder político vem como método de “defender os interesses da coletividade” e ganha o comando da máquina do Estado com as políticas populistas. Portanto, há de se considerar que a organização social, como um todo, seja na formação do Estado ou na articulação das Instituições, é movida pelo poder.

Na visão de Cardoso (1979), quando o desenvolvimento vem associado a políticas de liberdade e mudança social, provoca um tipo de ameaça ao sistema capitalista. E se esse modelo político de desenvolvimento ultrapassa certos níveis, as tendências autocráticas determinadas pelos regimes burocráticos-desenvolvimentistas implantam o terror de Estado com o intuito de acelerar o desenvolvimento, deixar vestígios negativos e duradouros não só para si mesmo como também para a economia, a vida nacional e a sociedade. Assim, elite política e elite cultural separam-se entre si e, também, das camadas populares.

### **2.2.2 As disparidades regionais e o caso do Nordeste**

Apesar do Brasil demonstrar ser composto por "ilhas econômicas", como a Ciência Econômica destaca, estudos demonstram que as regiões transacionavam de modo intenso.

Ricardo Lacerda (2012) entende a industrialização como o principal fator que impulsionou a integração do mercado nacional, e mesmo que tenha sido instaurada no eixo São Paulo/Rio de Janeiro, no início do século XX, provocou a o fortalecimento da articulação entre as regiões brasileiras, principalmente porque os estados do Nordeste contavam com outros importantes centros industriais.

De fato, há uma intercomunicação. Em contrapartida, como pontua Santos (2008), a regulação da economia e do território impõe-se com mais força de cooperação e controle, o que contribui com as diferenciações regionais e disparidades territoriais. Dessa forma, o espaço nacional se divide entre as áreas que mantêm seus aspectos voltados às novas técnicas próprias da modernidade, e as áreas onde não há quase nada, ou esses nexos estão totalmente ausentes. Essa agregação surge “com a complementação recíproca entre regiões, levando à ampliação quantitativa e qualitativa da urbanização” (SANTOS, 2008, p. 46-47), e caracteriza as regiões brasileiras não só culturalmente, mas em níveis de industrialização.

Por esse ponto de vista, acreditamos que há uma associação entre as economias estaduais e as transformações do cenário brasileiro – especificamente a Região Centro-Sul –, mas em um processo de subalternização, por considerar que o subdesenvolvimento surge como reflexo das sociedades tecnicamente avançadas, no que se refere ao nível industrial – o que propõe a teoria do desenvolvimento dentro do rigor furtadiano. Além do mais, é importante destacar que a abordagem desenvolvimentista de um país de dimensões como o Brasil exige reflexão aos mecanismos econômicos, políticos e sociais e como estes foram aplicados na formação da sociedade que conhecemos hoje.

Entendemos que os resultados gerados pelo desenvolvimento brasileiro, seja na fase da economia colonial ou na economia dependente, se refletem em uma lógica de concentração abusiva da riqueza por parte de uma minoria, e simultaneamente se articula a partir de um modelo político baseado na lógica econômica externa. Na contemporaneidade visualiza-se uma alta concentração de riquezas por parte de uma minoria. Conforme a análise da concentração de rendimentos por meio da distribuição de pessoas por classes de rendimento do IBGE (2018) de 2018, apenas 1% da população total do Brasil possuía rendimentos mais elevados, cujo rendimento médio mensal é de R\$ 27.744,00. Tal rendimento equivale a 33,8 vezes o rendimento da metade do total da população que possui rendimento menores, de apenas R\$820,00. Vejamos a tabela a baixo.

Tabela 3. Rendimento médio mensal de 50% da população com menores rendimentos, segundo as regiões brasileiras

<b>Rendimento (R\$)</b>		
<b>Região</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Norte	636	628
Nordeste	549	547
Sudeste	972	971
Centro-Oeste	957	962
Sul	1053	1057

Fonte: elaborado pelo autor (2020) com base nos dados do IBGE (2018).

Em caráter regional, observa-se que os dados demonstram que a Região Sudeste, onde concentra-se maior parte da população brasileira, possui 1% da população com os maiores rendimentos, 34,4 vezes maior que o rendimento médio mensal real dos 50% da população com os menores rendimentos (IBGE, 2018). O que significa dizer que a situação de complexidade na distribuição de renda nas regiões não está restrita apenas fora do Centro-sul do país.

O ritmo de crescimento industrial, por sua vez, define a forma com os espaços se urbanizam, baseado a partir do nível de abastecimento de indústrias nas regiões. Estas, por sua vez, conquistam papel importantíssimo na urbanização brasileira que propaga um progresso tecnológico da região central à periferia. A formação das áreas urbanas destaca como plano de fundo a intensidade de alcance da modernização destas, que se justifica pela acentuada especialização de tarefas em seu território, subdivididos e diferenciados à medida que avançava ao capitalismo (SANTOS, 2008). Mesmo com uma integração e modernização capitalista capazes de provocar uma difusão social e geográfica do consumo, e a desconcentrar sua produção moderna, seja ela agrícola ou industrial, o território ganha valor capitalista, e passa a diferenciar seus espaços não pela natureza, mas por questões sociais.

Os critérios para uma divisão regional, se a queremos tentar, teriam de ser buscados na estrutura fundiária, nas formas de tenência da terra, na participação de cada subespaço na divisão do trabalho, nas relações de trabalho, na densidade do capital, e nos níveis de capitalização ou financialização das atividades (SANTOS, 2008, p. 49).

De qualquer maneira, há uma concentração em nível nacional, estadual e regional que não poderia ser impedida (SANTOS, 2008), fundamentada nos ditames da divisão do trabalho por territórios que "viciaria todo o desenvolvimento da economia mundial, com suas metrópoles industrializadas e colônias produtoras de matéria prima" (FURTADO, 1983, p. 118). Esta, no que diz respeito às suas maneiras de articulação, influenciou fortemente a concentração das atividades e deu subsídios para algumas localidades ganharem mais acumulação que outras, no

que tange a atividades e oferta de serviços. Assim, privilegia esses espaços centrais ao mercado pertencente ao território brasileiro (SANTOS 2008).

Como consequência de um aparelhamento histórico, enquanto se privilegia e se concentram atividades em poucos espaços, os demais seguem em sua dependência, um nível de desenvolvimento menor e, além disso, transfere muitos de seus ganhos a esses espaços de concentração industrial, econômica e urbana. Ou seja, a hierarquização e ordenação capitalista demonstra, em seus resultados, a formação de dominância e poder. Idealiza espaços de inspiração e abnegação, não só de acordo com seu desenvolvimento, mas por alguns deles não apresentarem as mesmas características das regiões concentradas. Em nexos ao “desenvolvimentismo” hierárquico, se expandem disparidades regionais em função dos ritmos de crescimento e se distanciam os espaços avançados daqueles desprovidos de um melhor índice tecnológico e industrial, na visão de Furtado (1983), “o mais grave problema” do país.

Santos (2008) identifica a área mais dinâmica do país, que abrange os estados do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro e parcelas do Mato Grosso do Sul, Espírito Santo e Goiás, como contínua – devido à forte presença de uma divisão de trabalho mais intensa em relação aos demais espaços devido a presença de variáveis modernas –, por concentrar grande parte da população, do consumo e da circulação de bens à medida que no resto do país a modernização seguia mais seletiva.

Essa dinâmica possibilitou que o processo de industrialização provocasse maior desenvolvimento desta região, sobretudo São Paulo, enquanto polo dinâmico. “Está aí a semente de uma situação de polarização que iria prosseguir ao longo do tempo, ainda que em cada período se apresente segundo uma forma particular” (SANTOS, 2008, p. 30). Os demais espaços, seguem compostos por grupos que recorrentemente se organizam à margem da estrutura econômica, política e social. Estas, conforme esclarece Furtado (1964), seguiram em formas de economia de subsistência sem nenhuma possibilidade para crescimento, o que demonstra uma provável descontinuidade do desenvolvimento brasileiro e as disparidades nos níveis de vida entre as regiões do país.

A evolução contemporânea, da economia e da sociedade causou grande avanço na urbanização e na expansão capitalista do território brasileiro. Provocou uma integração limitada à Região Centro-sul, devido ao seu mercado único, hierarquizado e articulado pelas firmas hegemônicas, nacionais e estrangeiras, que mantinham comando apoiadas pelo Estado.

O Nordeste brasileiro, por sua vez, apresentou uma urbanização pouco expressiva, situado em problemas na distribuição de renda, no consumo e na terceirização, o que manteve milhões na pobreza, e impediu uma expressiva urbanização. Trata-se de uma “constelação de

pequenos sistemas econômicos isolados", unidos politicamente, mas ligados à economia internacional, como defende Furtado (1983). Esse cenário se configura com um atraso em seu desenvolvimento provocado justamente por problemas estruturais que alavancaram resistência às mudanças sociais e econômicas e, conseqüentemente, uma baixa evolução técnica.

Em síntese: na forma como foram conduzidas, no último decênio, as relações econômicas do Nordeste com o Centro-Sul, têm sido prejudiciais à região mais pobre de recursos e de menor grau de desenvolvimento. No que respeita a transferência de renda, a ação do governo federal tem-se limitado a compensar a tendência imigratória dos capitais privados nordestinos para a região que oferece melhores oportunidades (FURTADO, 1975, p. 31).

As raízes do subdesenvolvimento brasileiro, principalmente da região Nordeste, estão no processo colonial histórico. Esta região foi por muito tempo especializada em uma economia agrícola que se desenvolveu a partir da economia açucareira baseada na demanda externa. Sua expansão, no entanto, se deteve aos latifúndios que, conseqüentemente, inibiu qualquer desenvolvimento de outra cultura adicional. Assim, "quando as exportações do açúcar perderam o impulso de crescimento, esgotou-se toda a forma dinâmica do sistema, que se revelou incapaz de propiciar a transição automática para a industrialização" (FURTADO, 1983, p. 124).

As relações capitalistas instaladas no Centro-Sul – a partir do ciclo do Café em São Paulo –, por sua vez, apresentou uma economia mais dinâmica que a da cana-de-açúcar no Nordeste, o que suscitou enormes disparidades espaciais na dinâmica regional do território. Furtado (1959) já demonstrava com dados concretos que seria um equívoco apresentar a economia do Brasil como um só sistema, visto que o Nordeste apresenta-se diante do território brasileiro como um sistema subdesenvolvido. E como toda sociedade subdesenvolvida, apresenta características de dependência e exploração. Assim, para mudar essa situação, seria necessária uma formulação apropriada do problema, a partir de um adequado instrumento administrativo. Mas como reagir diante de um cenário onde há uma administração insuficiente e um Estado não preparado para desempenhar sua função ao desenvolvimento social? (FURTADO, 1983).

Logo mais, especificamente em 1959, foi criada a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE)<sup>46</sup>, influenciada pela teoria cepalina, cujo objetivo

---

<sup>46</sup> Criada pela Lei no 3.692, de 15 de dezembro de 1959, a Sudene é uma autarquia especial, desenvolvida por Celso Furtado no Governo de Jucelino Kubichek (1956-1961) para tratar do espaço compreendido como Nordeste pela junção dos estados do Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Bahia e parte de Minas Gerais, equivalente a 18,4% do território nacional. Em 1998, porém, inclui no registro da área a porção mineira do Vale do Jequitinhonha, juntamente com o norte do Espírito Santo.



era intervir na região através de um planejamento para o desenvolvimento, principalmente devido a problemas mais urgentes, como a constante seca, fator de irregularidade do clima; o elevado número de mão-de-obra; as políticas de desenvolvimento adotadas do país; e a transferências de recursos para fora da região (FURTADO, 1959).

Furtado (1983) enfatizou que a Sudene, no entanto, necessitaria de uma nova política. Para isso, seria imprescindível uma reforma no aparelho administrativo; um Estado preparado para desempenhar sua função nas políticas de desenvolvimento; e um sistema político em vigor capaz de permitir tais mudanças. Assim, a Sudene nasce com o intuito de "ser um órgão de natureza renovadora, com o duplo objetivo de dar ao governo um instrumento que o capacite a formular uma política de desenvolvimento para o Nordeste e, ao mesmo tempo, o habilite a modificar a estrutura administrativa em função dos objetivos" (1983, p. 121). Um trabalho que certamente traria resultados a longo prazo.

À frente da Sudene, coube a Furtado (1959) preparar uma política de desenvolvimento para o Nordeste, a partir de uma análise a respeito da região dentro do quadro do desenvolvimento econômico nacional com algumas considerações e recomendações que objetivam modificar e solucionar os problemas da região. Destacamos alguns dos pontos centrais apresentados na obra "*Uma política de desenvolvimento econômico para o Nordeste*": disparidade de níveis de renda entre o Nordeste e o Centro-Sul do país como o problema mais grave do desenvolvimento econômico nacional; baixo crescimento da economia nordestina em relação ao Centro-Sul; desigualdades regionais em níveis de vida tendem a se institucionalizarem e se alastrarem cada vez mais; compreensão inadequada dos problemas das disparidades regionais na própria política de desenvolvimento que advém da própria política de industrialização; transferência irregular dos recursos produzidos no Nordeste para o Centro-Sul do país; impulso do setor exportador para o desenvolvimento da economia Nordeste; e medidas de curto prazo para o combate da seca da região e nenhuma delas modificou o acontecimento (FURTADO, 1959).

Assim, a Sudene se estabeleceu como um esforço para ampliar a base econômica a partir do conhecimento dos recursos naturais e "criar no Nordeste condições para a formação de uma economia de alta produtividade" (FURTADO, 1983, p. 129), a fim de aumentar os vínculos empregatícios da vasta mão-de-obra desempregada. Entretanto, assim como se organizavam mecanismos para a formulação de nova política – de certa forma oposta à cultura política tradicionalista –, criava-se um alarde por parte dos grupos político e empresarial que atuavam na região, e que perderiam privilégios.

A partir desse ponto de vista, Santos (2008) enfatiza que as cidades, diferentes das metrópoles, não possuem a mesma celeridade, afinal não dispõem da mesma quantidade e qualidades de informações, e essas informações dependem do próprio significado que, pela maioria das vezes, depende das metrópoles. No entanto, dentro do espaço agrícola, a criação de um mercado unificado de interesse dos grupos hegemônicos fragiliza as atividades agrícolas ditas periféricas ou marginais, no que tange ao fato deste grupo não estar adaptado ao uso do capital e das tecnologias mais avançadas. Tornam-se, desta forma, vulneráveis às oscilações de preço, crédito e demanda, o que enfraquece os empresários isolados e impossibilita o desenvolvimento humano destes espaços.

O capitalismo monopolista agrava a diferenciação quanto à dotação de recursos, uma vez que parcelas cada vez maiores da receita pública se dirigem à cidade econômica em detrimento da cidade social. A lei da escassez se afirma, então, com mais força, e ampliam-se as diferenças já existentes entre lugares urbanos, no ponto de vista das amenidades (SANTOS, 2008, p. 107).

O nível díspar dos diversos espaços brasileiros, reflexo do alto e desordenado índice industrial e urbano, justamente com o alto crescimento populacional evidencia a falta de planejamento de diversas cidades brasileiras. Os problemas sociais históricos, no que tange à qualidade de vida da população nordestina, estatisticamente apresentam-se mais altos que na demais regiões.

A falta de saneamento básico<sup>47</sup> se trata de um dos problemas contemporâneos e implica o crescimento de doenças na população. Isso influencia tanto no desenvolvimento humano quanto nos níveis necessários às condições de saúde da população. Conforme a Comissão de Serviços de Infraestrutura (CI)<sup>48</sup> em 2017 o Brasil tem 48% da população sem coleta de esgoto, e o percentual atendido por coleta de esgoto nas regiões Norte e Nordeste, respectivamente 10,24% e 26,87% da população, é significativamente baixo.

No quesito educação, o Nordeste apresenta na contemporaneidade a menor taxa de pessoas com 25 anos<sup>49</sup> ou mais de idade que concluíram ao menos a etapa do ensino básico obrigatório (IBGE, 2019). Em 2018 apenas treze estados brasileiros atingiram a meta de

<sup>47</sup> No Brasil o saneamento básico é regulamentado pela Lei nº 11.445/2007, a qual estabelece o Plano Nacional de Saneamento Básico (Plansab).

<sup>48</sup> Brasil tem 48% da população sem coleta de esgoto, diz Instituto Trata Brasil. **Agência do Estado**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/09/25/brasil-tem-48-da-populacao-sem-coleta-de-esgoto-diz-instituto-trata-brasil>. Acesso em 08 fev. 2020.

<sup>49</sup> Conforme o IBGE (2019), o nível de instrução é um indicador que capta o nível educacional alcançado e não depende da duração dos cursos frequentados pelas pessoas. Assim, levando em conta que as trajetórias educacionais variam ao longo da vida, este indicador torna-se mais efetivo entre aquelas pessoas que já poderiam ter concluído o seu processo regular de escolarização, o que ocorre em geral por volta dos 25 anos.

redução do analfabetismo estipulada para o ano de 2015. Destes, nenhum pertence à Região Nordeste.

Tabela 4. Dados socioeconômicos das UFs da Região Nordeste

<b>Estado</b>	<b>PIB<sup>50</sup></b>	<b>IDHM<sup>51</sup></b>	<b>Analfabetismo (%)<sup>52</sup></b>	<b>População<sup>53</sup></b>
Sergipe	0,6	0,702	13,9	2.298.696
Bahia	4,1	0,714	12,7	14.873.064
Alagoas	0,8	0,683	17,2	3.337.357
Pernambuco	2,7	0,727	11,9	9.557.071
Paraíba	0,9	0,722	16,1	4.018.127
Rio G. do Norte	1,0	0,731	12,9	3.506.853
Ceará	2,2	0,735	13,3	9.132.078
Piauí	0,7	0,697	16,6	3.273.227
Maranhão	1,4	0,687	16,3	7.075.181

Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Frente a esta realidade, Werneck Sodré (2010) enfatiza que a realidade cultural brasileira adquire aspectos próprios através das adoções formalizadas pelas perspectivas econômicas e políticas, reveladoras de um processo histórico projetado na desigualdade, ancorado na estrutura colonial, arraigado no campo político e articulado nos mecanismos definidos durante o processo industrial. Hoje esse cenário apresenta realidades sociais diferentes e existentes ao mesmo tempo, o que ele chama de contemporaneidade do não contemporâneo. De todo modo, analisamos que não dá para falar de desenvolvimento dentro da multiplicidade do Brasil, sem considerar as grandes disparidades sociais e territoriais existentes.

### 2.2.3 O estado de Sergipe e a formação de Aracaju

A compreensão do processo de formação e desenvolvimento do estado de Sergipe passa pelo entendimento da evolução econômica do Brasil e do processo de subdesenvolvimento do

<sup>50</sup> De acordo com os dados da participação do PIB de cada Unidade Federativa (UF) no Brasil em 2016, divulgados pela Agência IBGE. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23038-contas-regionais-2016-entre-as-27-unidades-da-federacao-somente-roraima-teve-crescimento-do-pib>. Acesso 08 fev. 2020.

<sup>51</sup> Radar IDHM: evolução do IDHM e de seus índices componentes no período de 2012 a 2017. Brasília: IPEA: PNUD: FJP, 2019.

<sup>52</sup> IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Educação 2018. Rio de Janeiro, IBGE, 2019.

<sup>53</sup> Segundo estimativa para o dia 01 de julho de 2019 fornecida pelo IBGE.

Nordeste, no ponto de vista econômico, político e social. Por essa perspectiva, torna-se necessário um levantamento com alguns aspectos históricos no que se refere aos modelos adotados pelo estado em encontro com a formação da capital Aracaju.

Sergipe é a menor Unidade de Federação do Brasil. Geograficamente rural, atualmente o estado possui uma área total de 21.926,908 km<sup>2</sup>, com uma população 2.298.696 habitantes distribuída em 75 municípios, de acordo com a estimativa do IBGE para o ano de 2019. Assim como o Brasil, a história do território sergipano também está associada aos vários conflitos pela conquista do seu território. Desde a chegada dos portugueses, as constantes investidas dos franceses pela exploração de recursos como o pau-brasil, especiarias e algodão, a conquista definitiva pela Coroa de Portugal<sup>54</sup> e as recorrentes invasões dos holandeses<sup>55</sup>, a economia sergipana seguiu desestabilizada e apresentou dificuldades para se desenvolver. Por mais de dois séculos foi capitania<sup>56</sup>, esteve condicionada a abastecer a Bahia com sua produção agropecuária<sup>57</sup> e o pontapé para a estabilidade se deu com a sua independência política, alcançada em 1820<sup>58</sup>.

Conforme esclarece Lacerda (2012), as primeiras atividades industriais de Sergipe foram desenvolvidas no século XVII, com a instalação dos primeiros engenhos de cana-de-açúcar. Nesse período, o cenário de Sergipe tinha pouca expressão na economia, e sua ocupação era composta por pequenas vilas e povoações, cenário que perdurou até o final do século seguinte, quando as cidades se estruturaram urbanisticamente, por coincidência com a retomada em larga escala da produção de cana-de-açúcar (FEITOSA, 2006).

Até as primeiras décadas do século XIX, a economia açucareira ganha consolidação com o aumento das exportações do açúcar sergipano pelos portos baianos e com o crescimento mais acelerado do número de engenhos. Nesse período a província de Sergipe reduzia

---

<sup>54</sup> Até 1575 o território sergipano ficou favorável para investidas dos franceses no que se refere a exploração de recursos, como o pau-brasil, especiarias e algodão, quando a Coroa Portuguesa lança as primeiras tentativas pela conquista. Até que em 01 de janeiro de 1590, sob o domínio de Portugal, fundava-se a cidade de São Cristóvão e criava-se no então território – que à época contava com praticamente o dobro do território do atual estado de Sergipe – a Capitania de Sergipe del-Rei.

<sup>55</sup> Logo na primeira metade do século XVII o espaço foi tomado por ‘invasores’ holandeses desestabilizando a economia local. Somente em 1645 os portugueses retomaram à região definitivamente, recuperando a economia que na época se responsabilizou por um terço da produção de açúcar da Bahia e anexando o território sergipano ao Estado da Bahia em 1723 (FEITOSA, 2006).

<sup>56</sup> O sistema de capitanias do Brasil foi o mecanismo de administração territorial da América portuguesa, implementado em 1534 pelo Império Português. Nele, a Coroa delimitou a colonização e exploração por divisão geográfica em grandes faixas, totalizando 14 capitanias hereditárias.

<sup>57</sup> Logo com a sua criação, a Capitania de Sergipe Del Rei, passou a ser subordinadas diretamente à Capitania da Baía de Todos os Santos, um momento de consolidação da colonização, onde a região sergipana passou a se destacar com o cultivo de cana-de-açúcar e a pecuária (SERGIPE, 1989).

<sup>58</sup> A partir de uma sucessão de guerras, Sergipe se isola da Bahia e em 1822, com a independência do Brasil, ganha condição para se tornar um novo estado brasileiro. Assim, é elevado à categoria de Capitania Independente com a assinatura da Carta Régia pelo Rei do Brasil e Portugal, Dom João VI (SERGIPE, 1989).

gradativamente sua dependência da economia baiana e articulava a instalação de um centro administrativo e praças comerciais, que impulsionou suas relações internacionais e desenvolveu o Complexo Econômico de Sergipe que, inicialmente escravista, logo se articulou ao trabalho assalariado capitalista (LACERDA, 2012).

Um outro momento significativo para o desenvolvimento do estado aconteceu em 1855, com a transferência da sua capital para o então o Povoado Santo Antônio de Aracaju – atualmente Aracaju<sup>59</sup> – que acabava de ser elevada à categoria de cidade devido às condições geográficas adversas da então capital da Província de Sergipe Del Rey, São Cristóvão, (FEITOSA, 2006). A estratégia atendia objetivos meramente econômicos, os quais visavam possuir um porto moderno de comercialização internacional de açúcar – característica de modernidade e desenvolvimento –, até então a principal atividade econômica de Sergipe no século XIX. Defendia-se naquela época que as capitais necessitavam se localizar em pontos estratégicos à beira mar, e estarem situadas em portos ou às margens de rios importantes.

O projeto de urbanização de Aracaju definia a organização da cidade em um quadrado com quarteirões iguais, especificamente como um traçado em tabuleiro de damas, uma tendência urbanística na Europa e EUA no século XIX (LOUREIRO, 1983). No entanto, a construção da cidade custou muito caro ao meio ambiente, já que se configurava como um território constituído por áreas inundadas, pântanos, mangues e dunas. De acordo com Fernanda Almeida (2008), os manguezais eram ligados à subsistência, ao curtume, abastecimento combustível e ao comércio, unidos à fungibilidade e a comodidade da alimentação da população que habitava a então capitania. Grande parte dos primeiros habitantes não possuía condições de viver na padronização da área planejada, e se expandiram para fora do quadrado.

Assim como o território brasileiro, o processo de formação urbana de Aracaju se deu com o avanço industrial do estado, principalmente porque a maioria das instalações industriais estavam dentro dos seus limites geográficos. Os primeiros sinais desse avanço foram a substituição dos engenhos banguês pelos engenhos centrais. "Com os engenhos centrais, operou-se, de modo mais efetivo, a separação da atividade agrícola da atividade industrial e deu-se início à produção industrial em grande escala" (LACERDA, p. 28).

O algodão foi outro produto de grande importância na economia Sergipana. Ao mesmo tempo que tinha alcançado um bom desenvolvimento, durante a década de 1860, quando foi deflagrada a Guerra Civil Americana, que retirou os EUA do mercado mundial, a cultura algodoeira ganhou forte expansão. Uma década depois, com a retomada do domínio da

---

<sup>59</sup> Uma das poucas cidades projetadas do Brasil, o plano urbanístico de Aracaju foi elaborado por Sebastião Pirro e consistia na construção de uma cidade traçada em forma de xadrez.

produção estadunidense, a indústria têxtil ganha evidência. Esse processo deixa ainda mais claro o quanto a economia sergipana, assim como a região Nordeste, foi mediada pela exportação e o domínio internacional (LACERDA, 2012).

No fim do século XIX, tanto a indústria do açúcar quanto a têxtil se constituíam como as principais atividades econômicas do estado, o que acarretou na aceleração do complexo econômico sergipano e a diversificação das atividades comerciais, bem como a formação dos centros urbanos. Então, a partir da metade do século XX, se consolida a articulação das regiões brasileiras para a formação de um mercado nacional, motivado pelo processo de industrialização do país. De certa maneira, isso provocou ainda mais as distinções regionais, já que no eixo Rio de Janeiro/São Paulo se formavam os grandes centros industriais, e cada vez mais o Nordeste atendia o Centro-sul com grande parte da sua produção.

Lacerda (2012) destaca que o deslocamento do centro dinâmico do Brasil durante a queda no crescimento econômico, deflagrada pela crise de 1929, provocou desequilíbrio nas atividades econômicas de todo o Brasil e abriu a necessidade de uma ampliação do mercado interno. Esse fator corroborou para a diminuição drástica da produção do mercado externo e as relações internacionais com o Nordeste. Além disso, com a crise do Café, o Centro-sul passou a centralizar sua produção açucareira e causou efeito devastador às economias do Nordeste, e consequentemente, à economia sergipana.

As décadas seguintes demarcaram instabilidade no setor econômico sergipano. A produção do açúcar em meados de 1945 obtinha praticamente os mesmos índices do ano de 1931, mesmo com uma expansão expressiva. Além, claro, da mudança de quotas regidas pelo Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA), que deu vantagem ao deslocamento da atividade açucareira nordestina para o Centro-Sul. O algodão, por sua vez, enfrentou uma grande crise com uma queda da área de plantação que até hoje nunca se recuperou e praticamente se extinguiu. A Sudene cumpriu papel importante com o Programa de Reestruturação da Indústria Têxtil do Nordeste, mas ainda assim não foi suficiente para manter o nível de produção no território sergipano (LACERDA, 2012).

Na década de 1950, o Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste (GTDN), inspiração para a criação da Sudene, provocou um alto fluxo de capitais de empresas do Centro-Sul em direção ao Nordeste. Esse fator impulsionou uma modificação radical na estrutura produtiva, "com a implantação de unidades industriais modernas, tecnologicamente mais avançadas e em setores novos da indústria nordestina" (LACERDA, 2012, p. 38).

Até então, Sergipe seguia com um desenvolvimento urbano lento, onde a maioria da população ainda residia no campo e desenvolvia atividades que pouco refletiam na economia

estadual. Entretanto, mesmo que o setor industrial sergipano fosse marcado pela semelhança aos demais estados do Nordeste, com alguns setores de expressão como a produção têxtil e a de açúcar, diferenciava-se pela riqueza do seu subsolo, que se destacou pela oportunidade de exploração de recursos naturais (LACERDA, 2012).

Os estímulos da Sudene e do II Plano Nacional de Desenvolvimento (II PNDM 1974-1978) marcaram a trajetória de Sergipe durante esse período. Com a implantação dos projetos aprovados pela Sudene durante o período de 1963-1988<sup>60</sup>, a economia sergipana apresentou "uma estrutura industrial mais diversificada, ainda que alguns setores tradicionais continuassem a manter o predomínio na indústria incentivada" (LACERDA, 2012, p. 40).

Feitosa (2006) enfatiza que o crescimento da capital se deu a diversos fatores, mas o principal deles foi o incentivo à industrialização oferecido pela Sudene, que provocou um extenso processo de instalação de indústrias, marcado pela chegada da Petrobrás<sup>61</sup>. Foi então que, a partir da década de 1970, a intensificação do processo de migração<sup>62</sup> direcionado a Aracaju influenciou um alto crescimento populacional nas cidades vizinhas (SANTOS; SANTOS, 2015), que deu abriu um período de grande desenvolvimento econômico. Sobre este período, Lacerda (2012) relaciona às transformações que aconteciam no restante do país.

Nos anos que sucederam a década de 1970, Sergipe atinge um novo estágio de urbanização, principalmente pelo crescimento da população urbana e a decrescente participação da população rural. O nível industrial havia aumentado consideravelmente, o que provocou a elevação dos preços em algumas áreas, expandiu a cidade para as extremidades e facilitou o surgimento de áreas mais acessíveis, como periferias e municípios vizinhos. Esse processo aconteceu desordenadamente e se dispersou por áreas que impactaram diretamente o meio ambiente, principalmente os Ecossistemas de mangue e restinga (ALMEIDA, 2012). Em contrapartida, tais “avanços” espaciais exigiram investimentos em saneamento e conscientização para a preservação do que restou destes espaços, mas as medidas tomadas não foram suficientes.

---

<sup>60</sup> Conforme dados apresentados por Lacerda (2010) dentro do período compreendido nos anos de 1963-1988 a Sudene aprovou para Sergipe 83 projetos industriais, dos quais 11 estavam voltados para complementação de equipamentos, 18 para ampliação, 43 para implantação (destes, apenas 30 foram implantados) e 4 para reformulação técnica e financeira.

<sup>61</sup> Em 1963 a Petrobrás descobriu o Campo de Carmópolis, maior campo terrestre do país em volume recuperável de óleo do Brasil, localizado na Fazenda Mercês, no município de Carmópolis/SE. A instalação corroborou para grandes investimentos de incentivo à economia sergipana, movimentando o mercado imobiliário, o aumento de vendas no comércio e em outras atividades como serviços médicos, escolas e prestação de serviços especializados.

<sup>62</sup> Tanto a chegada da Petrobrás, como a exploração de recursos minerais, a implantação da Universidade Federal de Sergipe (UFS), a implantação do Distrito Industrial de Aracaju e a modernização da agricultura, que atingiu as áreas produtivas do interior do estado, principais ações de ordem econômica e política, provocaram um alto fluxo migratório (SANTOS; SANTOS, 2015).

Diante do cenário de expansão econômica em nível nacional, conhecida como o “milagre econômico brasileiro”<sup>63</sup>, Sergipe criou a Empresa Sergipana de Turismo (EMSETUR) em 1977, induzido pelo plano de desenvolvimento do turismo nacional estabelecido pela Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). Esse período ganha destaque pela valorização e criação de métodos de viabilização do turismo, em atenção à indústria e à infraestrutura turística, com o objetivo de movimentar a economia local e o desenvolvimento.

Aracaju, em específico, iniciou seu planejamento e estratégias junto às empresas de comunicação e turismo em busca de desenvolvimento local/regional, a partir dos elementos construídos em seus contextos, considerados como patrimônios identitários. Por contar com uma grande faixa litorânea, seus grandes investimentos se voltaram para a região das praias, principais cartões portais da cidade. Na época, o governo estadual investiu consideravelmente em rodovias, a fim de facilitar o acesso à capital e às praias do seu litoral, além de toda uma ampla estrutura de equipamentos instalados e a catalogação das potencialidades, aliada aos principais veículos de comunicação do país.

A urbanização da Orla, no bairro da Atalaia<sup>64</sup>, tornou o espaço reconhecido nacional e internacionalmente, o qual conhecemos hoje, cujo processo se deu inicialmente com o incentivo da construção de uma via de acesso que ligava a Atalaia – que atravessa a Coroa do Meio – ao Bairro 13 de Julho, que provocou um crescimento populacional acelerado. Essa primeira intervenção estabeleceu uma tipologia nos padrões de ocupação desses bairros e a área onde hoje se localiza a Orla de Atalaia se tornou mais elitizada (SANTOS; ANDRADE, 2013).

Muito embora o avanço industrial ocorrido na região na década de 1970 marcasse sua história econômica, a década de 1980 e início da 1990 foram períodos marcados pela desconcentração regional da atividade produtiva. Tais momentos demonstram oscilação na economia e no desenvolvimento do estado, assim como no Brasil. Entretanto, ao longo da última década do século XXI foi criado o Programa Sergipano de Desenvolvimento Industrial (PSDI)<sup>65</sup>, que impulsionou o setor industrial urbano e voltou a aumentar participação no PIB. Assim, indicava-se novas perspectivas, devido a instalação de empreendimentos logo nas primeiras décadas do século XXI.

---

<sup>63</sup> A expressão “milagre econômico” refere-se ao período concentrado entre os anos de 1969 e 1973, época em que o Brasil apresentou um índice de crescimento econômico durante a Ditadura Militar Brasileira.

<sup>64</sup> A ocupação do bairro da Atalaia se deu por volta do início da década de 1960, com os primeiros loteamentos e sítios (SANTOS; ANDRADE, 2013).

<sup>65</sup> O Programa Sergipano de Desenvolvimento Industrial (PSDI) é um projeto de promoção ao desenvolvimento socioeconômico estadual que visa atrair novos investimentos para Sergipe através de incentivos e estímulos, criado nos termos da Lei Estadual nº 3.140 de 23 de dezembro de 1991, regulamentada pelo Decreto Estadual nº 29.935 de 30 de dezembro de 2014. Nele são ofertados os benefícios Fiscal, Locacional e de Infraestrutura.



O crescimento acelerado da população do estado, com a intensificação dos fluxos migratórios e movimentos pendulares, impulsionados pelo avanço industrial e pelo desenvolvimento capitalista, impactou na formação de grandes aglomerações nos entornos da capital. À vista disso, com o objetivo de organizar a região a partir da metropolização<sup>66</sup>, o então governo do estado criou a Região Metropolitana da Grande Aracaju (RGA)<sup>67</sup>, constituída inicialmente pelos municípios de Aracaju, Nossa Senhora do Socorro, Barra dos Coqueiros, São Cristóvão, Laranjeiras, Santo Amaro das Brotas e Maruim. Logo depois, foram incorporados os municípios de Riachuelo e Itaporanga D’ajuda – apenas como um método de inseri-los nas linhas de transporte suburbanos, por considerar que estes não preenchiam os principais requisitos para fazer parte da referida classificação/região.

Entretanto, em 1995 o governo do Estado redefine a região metropolitana para a área que compreende somente os municípios de Aracaju, Nossa Senhora do Socorro, São Cristóvão e Barra do Coqueiros como Região Metropolitana de Aracaju (RMA)<sup>68</sup>. Esse processo foi resultado de um modelo de desenvolvimento do Estado, principalmente as regiões periféricas, que tinha como objetivo fomentar a industrialização das cidades da região, cujo principal eixo é a capital do estado.

**Figura 1.** Limites geográficos da Região Metropolitana de Aracaju (RMA)



Fonte: elaborado pelo autor (2020) com o auxílio das ferramentas do Google Maps.

<sup>66</sup> No Brasil, as regiões metropolitanas são estabelecidas por lei, e consta na Constituição Federal de 1988. O objetivo da criação de metrópoles é viabilizar a gestão, organização das cidades, com melhor planejamento no que se refere à oferta de serviços, e uma melhor complementaridade entre as estruturas que desenvolvem as cidades próximas à capital.

<sup>67</sup> A Região Metropolitana da Grande Aracaju (RGA) foi definida pela Lei 2.371/82 e alterada pela Lei 2.578/85.

<sup>68</sup> A Região Metropolitana de Aracaju (RMA) foi criada através da Lei Complementar nº 25, de 29 de dezembro de 1995

De fato, ainda que não se configurasse uma região metropolitana completa, a RMA possibilitou uma melhor dinâmica nas atividades industriais, que provocou, inclusive, um alto fluxo migratório em direção à capital. Essa política de metropolização também influenciou a aproximação entre Aracaju e os municípios vizinhos, por meio do processo de conurbação<sup>69</sup> (SANTOS; SANTOS, 2015).

Sua RMA possui forte urbanização e configura-se como importante região econômica do estado de Sergipe. A área conta com uma interligação de ônibus das linhas intermunicipais com as da própria capital através do sistema da Associação de Empresas de Transportes de Passageiros do Município de Aracaju (Setransp). Dentro do mapa do IDHM das Regiões Metropolitanas (RMs)<sup>70</sup>, possui índice elevado e está na 15ª posição no ranking do maior IDH entre as 20 áreas metropolitanas do Brasil classificadas calculado para 2017. Atualmente possui uma elevada densidade populacional, com concentração de 40,4%, conforme destacado na tabela a baixo.

Tabela 5. Região Metropolitana de Aracaju (RMA)

<b>REGIÃO METROPOLITANA DE ARACAJU</b>			
<b>MUNICÍPIO</b>	<b>ÁREA</b>	<b>POPULAÇÃO<sup>71</sup></b>	<b>IDHM<sup>72</sup></b>
Aracaju	182,163 km <sup>2</sup>	657.013 hab.	0,770
Nossa Senhora do Socorro	155,018 km <sup>2</sup>	183.628 hab.	0,664
Barra dos Coqueiros	92,268 km <sup>2</sup>	30.407 hab.	0,649
São Cristóvão	438,037 km <sup>2</sup>	90.072 hab.	0,662
<b>TOTAL</b>	<b>867,486 km<sup>2</sup></b>	<b>961,12 hab.</b>	<b>0,756</b>

Fonte: IBGE.

Atualmente visualiza-se em Sergipe, como resultado de sua significativa industrialização, que o processo de desenvolvimento influenciou a sequência lógica entre o aumento dos centros urbanos e a evasão do espaço rural<sup>73</sup>. Na contemporaneidade, o território

<sup>69</sup> Uma característica específica das regiões metropolitanas é a influência que ela exerce sobre as demais cidades do estado. Exige-se instalação de sistemas de transporte, comunicação, pavimentação, entre outros, que interliguem os limites de cada município. Tal influência se dá pelo fato de a região apresentar melhores condições de infraestruturas, serviços saúde e educação, qualidade de vida maior número de vagas de trabalho. No entanto, a probabilidade de concentrar significativos índices de violência, problemas de mobilidade e poluição, entre outros, é bem maior.

<sup>70</sup> Radar IDHM: evolução do IDHM e de seus índices componentes no período de 2012 a 2017. Brasília: IPEA: PNUD: FJP, 2019.

<sup>71</sup> Conforme estimativa do IBGE referente ao ano de 2019.

<sup>72</sup> Segundo Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) referente ao ano de 2010.

<sup>73</sup> De acordo com os critérios de classificação do IBGE (2017), as regiões denominadas como rurais se configuram como tal por meio de dados referentes à densidade demográfica, localização em relação aos principais centros urbanos e o tamanho de sua população. Em 2017 o IBGE propôs mudanças nos critérios de delimitação dos espaços

sergipano conta com 1,72% de área urbana, que detém de 1.520,366 habitantes, um quantitativo de aproximadamente 73,52%<sup>74</sup> de toda a sua população. Já no espaço rural, significativamente maior em extensão, por sua vez, contempla 547.651 pessoas. A maior concentração da população sergipana encontra-se na capital Aracaju, com 27,6% da população. Acredita-se que esse grande contingente de pessoas em um espaço significativamente pequeno, quando comparados aos demais, acontece devido a oferta de serviços, infraestrutura e oportunidades de trabalho.

De acordo com os dados do IBGE, Sergipe possui IDH Médio<sup>75</sup>, com um registro de 0,665<sup>76</sup>. Em 2017, dentro do mapa do IDHM das Unidades Federativas (UFs)<sup>77</sup> brasileiras, Sergipe encontra-se em 23º colocado, com um valor de 0,702 e está entre os vinte estados que se encontram na faixa de alto desenvolvimento humano.

A taxa de analfabetismo no estado, dentro da faixa etária acima de 15 anos, demonstrou uma leve queda nos últimos três anos. Conforme a Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio (PNAD) referente ao ano de 2018, 13,9% da população acima da idade se enquadrava como analfabeta, diferente do ano de 2017 que apresentou 14,5% e de 2016, que registrou 14,7%. Embora os dados ainda sejam consideravelmente altos, Sergipe se encontra na quinta posição no ranking da Região Nordeste<sup>78</sup>.

No mapa da pobreza e da desigualdade, os indicadores sociais indicaram que Sergipe possui 42,8% da população em situação de pobreza, segundo a Síntese de Indicadores Sociais (SIS), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>79</sup>. A média da renda desse grupo no estado é de R\$ 230,00 e dos mais ricos R\$ 4.185. No caso de Aracaju, a 40% da população mais pobre tem uma renda mensal de aproximadamente R\$ 387. Em relação aos 10% mais ricos, a média é de R\$ 6.350.

---

rurais e urbanos. A partir de uma discussão sobre os critérios até então utilizados dentro do território brasileiro, o órgão a aprimorar o próximo Censo Demográfico previsto para 2020. Os novos critérios limitam a área urbana determinada pela lei municipal e rural por exclusão à área urbana.

<sup>74</sup> Segundo o último Censo Demográfico, realizado em 2010, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/panorama>. Acesso em 13 de dezembro de 2019.

<sup>75</sup> De acordo com o Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil, há cinco categorias para "contextualizar melhor a realidade brasileira": muito baixo (0 a 0,499); baixo (0,500 a 0,599); médio (0,600 a 0,699); alto (0,700 a 0,799) e muito alto (0,800 a 1).

<sup>76</sup> Segundo o último Censo Demográfico, realizado em 2010, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/panorama>. Acesso em 13 de dezembro de 2019.

<sup>77</sup> Radar IDHM: evolução do IDHM e de seus índices componentes no período de 2012 a 2017. Brasília: IPEA: PNUD: FJP, 2019.

<sup>78</sup> Pesquisa divulgada pelo Portal A8 Sergipe. Disponível em: <https://a8se.com/sergipe/noticia/2019/06/161393-sergipe-diminui-a-taxa-de-analfabetismo.html>. Acesso em 10 de janeiro de 2020.

<sup>79</sup> IBGE. **Síntese de indicadores sociais**: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2018.

No que se refere a Taxa do Produto Interno Bruto (PIB)<sup>80</sup>, indicador de crescimento da economia, em 2014 o estado obteve um crescimento de 0,4%, que correspondeu a R\$ 37.472 bilhões. O setor serviços teve a maior participação na composição do PIB sergipano com um valor de 70,1%, seguido da indústria com 24,6%, e a agropecuária que registra apenas 5,2%. Os dados registraram que tanto a indústria como a agropecuária têm perdido participação do VAB, em relação ao ano de 2010<sup>81</sup>.

Sergipe está situado em uma área geográfica de grande faixa litorânea, afinal marca o início do litoral leste nordestino, a partir da Foz do Rio São Francisco, que se encontra na divisa com Alagoas. Em 2014, a área de mangues no litoral sergipano abrange 256,26 km<sup>2</sup>, equivalente a 1,17% do território sergipano<sup>82</sup>. Atualmente possui 26.543,6 hectares de manguezais, que correspondem a 1,9% do total de manguezais do território brasileiro. Em termos relativos à área territorial, Sergipe detém de 1,2%, a terceira Unidade de Federação (UF) do Brasil com maior porcentagem de área ocupada por mangues, após o Amapá, com 1,6% e o Maranhão, com 1,5%<sup>83</sup>.

Os dados apresentados confirmam que a pesca e a coleta de mariscos e crustáceos se constituem importantes atividades regionais, no entanto, a partir dos dados referentes à economia sergipana, percebe-se que estas não possuem participação significativa dentro das atividades do estado. Entendemos que isso deve à necessidade da região, visto que as atividades pesqueiras servem subsistência à diversas comunidades ribeirinhas e está ligada a mão de obra familiar. Mas, também, não isentamos a desvalorização e o descaso no tocante à falta de políticas públicas estaduais para atender a esse público em específico, já que o fator econômico está à frente da tomada de decisões do Estado.

Não há um número exato de pescadores de todo o estado, contudo, o Portal da Transparência<sup>84</sup> destaca que há cerca de 19.671 de pescadores beneficiários que recebem o Seguro Defeso<sup>85</sup>. Trata-se de um benefício de remuneração temporária no valor de um salário mínimo destinado ao pescador que exerce a atividade de forma artesanal, individual ou em

<sup>80</sup> De acordo com a síntese econômica organizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe (Fecomércio), a partir dos dados das Contas Regionais registrado pelo IBGE, referente ao ano de 2016.

<sup>81</sup> Em 2010 a participação do setor de serviços na economia sergipana contribuiu com 66,2%, enquanto a indústria e a agropecuária participaram com 27,9% e 5,9% respectivamente.

<sup>82</sup> Segundo dados da Administração Estadual do Meio Ambiente (Adema), registrados em 2014.

<sup>83</sup> Conforme destaca os dados levantados pelo Atlas dos Manguezais do Brasil, produzido pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMbio) em 2018.

<sup>84</sup> Portal da Transparência. Disponível em <http://www.portalttransparencia.gov.br/beneficios>. Acesso em 23 dez. 2019.

<sup>85</sup> O Seguro Defeso foi criado em 1967 através do Código de Pesca e instituído pela lei nº 10.779, de 25 de novembro de 2003. Trata-se de uma vertente do Seguro Desemprego e está fixado através de Instrumento Normativo publicado no Diário Oficial da União. É estabelecido pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama).

regime de economia familiar e que durante o período de defeso<sup>86</sup> precisou interromper sua pesca em razão da necessidade de preservação das espécies. Dos 75 municípios sergipanos, apenas 18 não recebem o benefício.

Esse tipo de assistência financeira, é intermediado pelas organizações que representam os pescadores e catadores de mariscos e crustáceos, e administrado pelo INSS em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Acontece entre os meses de novembro e fevereiro, conforme o Conselho Nacional de Aquicultura e Pesca (Conepe).

Por outro lado, a participação e atuação destas comunidades está voltada ao setor pesqueiro e ao turismo da região. Assim, da mesma maneira que a riqueza dos recursos naturais desperta o interesse e atrai pessoas, aumenta-se o nível de degradação ambiental que causa prejuízos à qualidade de vida da população local. A maior parte do que fora manguezal dentro dos limites do estado vem ocupada desde o período colonial e drasticamente devastada. Em Aracaju os manguezais encontram-se suprimidos entre os espaços urbanos e os tanques de carcinicultura. Seus apicuns seguem constantemente ocupados irregularmente por tanques abandonados. As poucas áreas de mangues preservadas estão mais localizadas no grande estuário do rio Vaza-Barris<sup>87</sup>. Entre as principais ameaças ao pouco que resta da vegetação original dos manguezais que, constituíam boa parte da vegetação original de Aracaju, estão a especulação imobiliária e a produção clandestina da aquicultura, entre elas a produção do camarão.

Acreditamos que tais políticas foram responsáveis por uma articulação entre os territórios e a formação de identidades que já se estabeleciam no período da modernidade e os indícios da globalização. Além do mais, o estado torna-se responsável pela projeção territorial e simbólica a partir dos equipamentos coletivos, incentivo à comercialização, consumo e o comportamento dos setores de indústria e serviço. Sobre estes aspectos, discutiremos no próximo capítulo.

---

<sup>86</sup> O período de defeso recebe este nome por se tratar de um espaço de tempo onde todas as atividades de caça, coleta e pesca são vetadas ou controladas em função da preservação das espécies e ao proveito sustentável dos recursos naturais.

<sup>87</sup> Conforme destaca os dados levantados pelo Atlas dos Manguezais do Brasil, produzido pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMbio) em 2018.

### **CAPÍTULO III – O CARANGUEJO E A FORMAÇÃO IDENTITÁRIA DA COMUNIDADE DO POVOADO COQUEIRO**

Neste capítulo apresentaremos como a comunidade estudada estrutura sua realidade a partir do caranguejo, a fim de identificar a raiz desse paradoxo que envolve as questões do crustáceo em sua cidade de origem<sup>88</sup>, sua relação com a subsistência local e seu lugar enquanto identidade de um povo. Na primeira seção apresentamos uma breve descrição física da localidade, faixa etária, escolaridade, trabalho e economia da população ocupada, mobilidade, associações e sindicatos, a fim de justificá-la frente às características dos grupos em situação de marginalidade propostas por Beltrão (2014, 1980). A segunda, por fim, traz a análise proposta. Nos baseamos no Estudo de Caso (DUARTE, M, 2006) como método, a partir das técnicas de entrevistas em profundidade (DUARTE, J, 2006) e da observação direta. Por fim, a partir das oito entrevistas realizadas com os onze catadores e catadoras na comunidade do povoado Coqueiro, utilizamos a Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (1988, p. 119), por meio da categorização, cujo objetivo parte de "fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos".

#### **2.1 O território e a ocupação do povoado Coqueiro**

Situada na região metropolitana de Aracaju, São Cristóvão é a quarta cidade mais antiga do país e foi a primeira capital do estado. Possui uma população de aproximadamente 90.072 habitantes<sup>89</sup>. Nos limites urbanos, sua sede compõe a topografia acidentada do morro da Cidade Alta com a Cidade Baixa à beira do rio Paramopama. Localizada em uma região tipicamente litorânea, São Cristóvão detém de uma ampla área de manguezais e atualmente é considerada uma das principais fornecedoras de caranguejos do estado. Entre as principais atividades do município, destacam-se a agricultura, a indústria da pesca, pecuária e turismo cultural.

Tal qual apresentaram Feitosa (2006), Lacerda (2012), Loureiro (1983), Santos e Santos (2015), a capital sergipana apresentou um crescimento urbano acelerado e ao mesmo tempo desordenado. São Cristóvão, por sua vez, assim que perdeu sua condição de capital, passou a se desenvolver a partir de outros projetos, já que não mais respondia as necessidades econômicas e políticas da época. Visivelmente, a realidade a qual conhecemos hoje – no que se

---

<sup>88</sup> Nos referimos a Aracaju enquanto cidade do caranguejo especificado nesta pesquisa como ênfase de termos o nosso olhar ao elemento desta capital, distinguindo-o dos demais espaços do ecossistema manguezal do país.

<sup>89</sup> Conforme estimativa do IBGE para o ano de 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/sao-cristovao/panorama>. Acesso 19 dez. 2019.

refere aos fatores de distinções sociais e econômicas – é, também, resultado desse processo. Atualmente o município possui 15,4% de sua população em áreas rurais<sup>90</sup>.

**Figura 2.** Localização geográfica do município de São Cristóvão/SE



Fonte: produção do autor com o auxílio das ferramentas do Google Maps.

De acordo com a classificação do IBGE, é uma cidade de médio porte, já que possui população entre 50 mil e cem mil habitantes e densidade demográfica superior a 80 habitantes por quilômetro quadrado. Em contraste com os demais 74 municípios sergipanos, São Cristóvão encontra-se na 5ª posição entre as cidades sergipanas mais populosas e representa 0,662<sup>91</sup> no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do estado. Situa-se ao norte do estuário do rio Vaza-Barris, no litoral sergipano, e tem despertado maior atenção nas políticas de turismo por possuir peculiaridades arquitetônicas, culturais, religiosas e artísticas, quando comparada com outras cidades históricas. Mantém vivos, desde a fase colonial, alguns edifícios históricos e tradições, como as romarias e as festas religiosas próprias.

No quesito economia, São Cristóvão apresenta um PIB *per capita* de R\$10.196,55<sup>92</sup>, que contempla a 58ª posição do estado. Em relação ao trabalho e rendimento, o salário médio mensal dos trabalhadores formais alcançou 3,6 salários mínimos em 2017, um valor relativamente alto para uma cidade pequena e de economia baixa. No entanto, a população ocupada é de 14,8% e o percentual da população com rendimento nominal mensal *per capita*

<sup>90</sup> Conforme o Censo Demográfico 2010 do IBGE. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/sao-cristovao/panorama>. Acesso 19 dez. 2019.

<sup>91</sup> Segundo o último Censo Demográfico, realizado em 2010, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/panorama>. Acesso 19 dez. 2019.

<sup>92</sup> De acordo com os dados técnicos coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2017 e disponibilizados no Portal IBGE Cidades. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/panorama>. Acesso em 13 de dezembro de 2019.



de até 1/2 salário mínimo em 2010 era de 41,6 %<sup>93</sup>. Inferimos que a cidade possui uma má distribuição de renda, se levarmos em consideração que a população ocupada é uma minoria e a taxa da população com menos de um salário mínimo é relativamente alta.

O povoado<sup>94</sup> Coqueiro fica localizado no oeste do Município de São Cristóvão, a aproximadamente 7 km do centro da cidade. Trata-se de uma área rural, afastada do centro urbano que configura-se como marginalizada por sua estrutura de desenvolvimento precária de forma geral, e por ser composta de famílias com baixo poder aquisitivo<sup>95</sup>. Em relação a sua história, nenhum órgão oficial apresentou sua narrativa, bem como não há registros históricos oficiais. De forma unânime, com alguns relatos dos entrevistados, é possível registrar que a povoação é muita antiga e recebeu esse nome devido ao quantitativo de coqueiros da localidade.

Em sua totalidade, o território é composto por 254 imóveis. Além dos domicílios, há também 59 terrenos baldios e casas desocupadas – a maioria pertence a pessoas que não moram na região – prontas para receberem visitantes que buscam calma e tranquilidade em fins de semana ou períodos festivos. O povoado conta também com 2 igrejas – uma católica e outra evangélica – e apenas 1 escola. Segundo os dados coletados, o espaço do povoado Coqueiro compõe um número significativo de pessoas novas, entre eles pastores e seus familiares que se instalaram em busca de oferecer atendimento religioso e recrutar a população para participar de atividades religiosas.

O povoado é dividido em dois territórios pequenos. O primeiro, de nome Coqueiro é referente ao início da área, onde ficam localizadas a maioria das casas, as igrejas e a escola pública. O segundo, menor em quantidade de moradias ocupadas, conhecido por Carmo. É importante destacar que não há uma delimitação exata da área total do povoado, já que esta não faz parte da cobertura da Plataforma do Google Maps<sup>96</sup> e não é delimitada geograficamente pelo IBGE. No entanto, através da pesquisa de campo e do auxílio de moradores e visitantes da região, os limites do Povoado Coqueiro encontram-se ilustrados no mapa abaixo.

<sup>93</sup> Conforme dados técnicos coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e disponibilizados no Portal IBGE Cidades. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/sao-cristovao/panorama>. Acesso em 13 de dezembro de 2019.

<sup>94</sup> Um povoado costuma ser classificado como um lugarejo ou aglomerado rural de grande extensão, composto por habitações mais isoladas e dispersas.

<sup>95</sup> Todas as informações socioeconômicas como trabalho, moradia e saúde dessa localidade, levantados pelo pesquisador e apresentados neste trabalho, foram devidamente solicitadas a Secretaria de Saúde de São Cristóvão. Tais dados fazem parte do cadastro da Atenção Básica, registrados pelo Sistema Único de Saúde (SUS), executado pela Secretaria de Saúde do município, através do trabalho dos Agentes Comunitários de Saúde (ACS). É importante destacar que esses mesmos dados são registrados e enviados para alimentar também o sistema do IBGE.

<sup>96</sup> Embora Google Maps não faça uma cobertura completa da localidade, assim como em todas as áreas tipicamente rurais de difícil acesso, a plataforma tem disponibilizado um espaço para postes de fotografias e marcações do GPS dos usuários, que identificam todos os locais, mesmo que estes não apresentem uma delimitação efetiva na ferramenta.



**Figura 3.** Limites geográficos do povoado Coqueiro

Fonte: elaborado pelo autor, com auxílio dos Satélites do Google Maps.

Atualmente a comunidade conta com 433 habitantes, entre os moradores que nasceram e cresceram ali e os novos cidadãos, que chegaram à localidade recentemente, distribuídos em 192 unidades habitacionais. A população feminina é predominante (53,35%). No que se refere a faixa etária, a maioria da população é formada por crianças entre 05 e 09 anos; idosos e crianças, menores de um ano, se configuram como a minoria, conforme tabela abaixo.

**Tabela 6.** Faixa etária da comunidade do Povoado Coqueiro

<b>FAIXA ETÁRIA</b>	<b>MASCULINO</b>	<b>FEMNININO</b>	<b>TOTAL</b>
Menos de 01 ano	3	03	07
01 a 4 anos	6	03	09
05 a 09 anos	23	22	45
10 a 14 anos	24	20	44
15 a 19 anos	19	20	39
20 a 24 anos	19	19	38
25 a 29 anos	10	18	28
30 a 34 anos	18	14	32
35 a 39 anos	15	19	34
40 a 44 anos	10	15	25
45 a 49 anos	06	18	24
50 a 54 anos	06	09	15
55 a 59 anos	08	08	16
60 a 64 anos	06	10	16
65 a 69 anos	12	04	16
70 a 74 anos	02	09	11
75 a 79 anos	00	02	02
80 anos ou mais	02	05	07
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>231</b>	<b>433</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Por estar localizada em um espaço rural, as vias de acesso ao Povoado Coqueiro são conhecidas como estradas de barro ou de terra. É comum também que essas vias de acesso sejam chamadas pelo mesmo nome do povoado ou homenageiem algum morador de referência. Em relação a distribuição demográfica, o povoado possui casas mais afastadas que outras, enquanto em alguns outros espaços há pequenos conjuntos de casas mais próximas, que geralmente são construídas intencionalmente devido os moradores possuírem relações de parentesco – característica forte em ambientes rurais. Toda a área é composta por 192 domicílios, de tamanhos variado. Desse número, 110 domicílios são de alvenaria com revestimento, 49 de alvenaria sem revestimento, 15 de taipa com revestimento e 18 de taipa sem revestimento.

A disponibilidade de serviços de saneamento básico<sup>97</sup> na localidade é precária e se configura como um grande problema, principalmente por se tratar de um espaço geograficamente rural – condição que dificulta a instalação de redes de coleta e tratamento. Em relação a forma de escoamento do banheiro ou sanitário, a principal é a fossa séptica<sup>98</sup>, presente em 76,04% das residências. Já as fossas rudimentares<sup>99</sup> é o principal método de descarte do esgoto doméstico em 5,73% dos domicílios. Cerca de 7,81% se desfaz dos rejeitos em céu aberto; 6,77% informaram outros meios e 3,65% não se pronunciaram. No que se refere ao destino do lixo, somente 17,19% dos domicílios têm acesso à coleta direta, enquanto 77,08% dos domicílios queimam ou enterram. 1,04% utilizam outros métodos e 4,69% não informaram.

O levantamento de dados mostra também que 82,29% das residências do povoado Coqueiro possuem distribuição de água potável encanada fornecida por um poço que abastece a localidade, além de povoados como Rita Cacete, Arame, dentre outros. A rede de fornecimento estabeleceu um calendário, que aponta os dias de abastecimento para cada comunidade. 14,58% dos domicílios são abastecidos por poço ou nascente do próprio domicílio, 2,08% restante utilizam outros meios e 1,04% não informaram sua condição.

Embora haja abastecimento de água potável encanada na maioria das residências, essa distribuição, assim como o saneamento, também é desigual já que a população não tem acesso ao serviço diariamente. Além disso, outra informação importante é que 89,58% da população utiliza água para consumo próprio sem o tratamento adequado e apenas 3,65% da população

---

<sup>97</sup> Nos referimos a serviços e instalações que compõem distribuição de água potável, acesso a coleta e tratamento de esgoto e a coleta de lixo.

<sup>98</sup> As fossas sépticas são unidades de tratamento primário de esgoto revestidas e enterradas no solo que oferecem suporte para a separação e transformação físico-química da matéria sólida contida no esgoto.

<sup>99</sup> As fossas rudimentares, em sua maioria, são apenas buracos no solo como métodos de descarte do esgoto sanitário. Esse método oferece risco de contaminação das águas, superficiais e subterrâneas próximas à sua construção.

filtra a água antes de consumi-la. O levantamento de dados demonstra ainda que 1,56% das residências não possuem energia elétrica. Embora um número consideravelmente pequeno, ainda é alarmante a falta desse serviço dentro da comunidade.

Conforme os dados levantados, atualmente há exatamente 137 pessoas que frequentam escola na comunidade do povoado Coqueiro, o que equivale a 31,64% do número de moradores. Em relação ao nível de formação, a pesquisa mostra que 59,59% da população possui apenas o nível fundamental como nível máximo de instrução. Segue tabela.

Tabela 7. Nível de formação da comunidade Coqueiro

<b>CURSO</b>	<b>QUANT.</b>
Creche 1	01
Pré-escola (exceto CA) 1	01
Classe de alfabetização - CA	33
Ensino fundamental 1ª a 4ª séries	133
Ensino fundamental 5ª a 8ª séries	125
Ensino fundamental EJA - séries iniciais (supletivo 1ª a 4ª)	03
Ensino fundamental EJA - séries finais (supletivo 5ª a 8ª)	03
Ensino médio, médio 2º ciclo (científico, técnico e etc.)	11
Ensino médio especial	61
Ensino médio EJA (supletivo)	01
Superior, aperfeiçoamento, especialização, mestrado, doutorado	06
Alfabetização para adultos (Mobral, etc.)	04
Nenhum	46
Não informado	05
<b>TOTAL</b>	<b>433</b>

Fonte: elaborado pelo autor (2020).

O povoado conta com a Escola Municipal Cleodice Araújo da Cruz, única instituição de ensino da localidade, que oferece educação básica nos níveis: a) educação infantil para crianças de 3 até 6 anos; e b) o ensino fundamental I, que compreende do 1º ao 5º ano e que atende crianças a partir dos 6 anos de idade. O estudante que completar o 5º ano do ensino fundamental I, último ano ofertado na escola do povoado, deverá se deslocar para as escolas do povoado Rita Cacete – que ofertam desde o ensino básico ao ensino fundamental II –, ou para o centro de São Cristóvão – que conta com assistência de outras escolas, municipais e estaduais, que oferecem desde o ensino básico ao ensino médio. O deslocamento dos/das estudantes do ensino fundamental II é feito por meio do transporte público escolar oferecido pela Secretaria de Educação do município.

**Figura 4.** Manguezais do povoado Coqueiro



Fonte: registro do autor (2020).

O povoado Coqueiro possui um fator distinto de alguns outros espaços rurais de São Cristóvão: é banhado pelo Rio Vaza Barris, detém de uma ampla área de manguezais e um solo fértil para o desenvolvimento da agricultura familiar. O mais importante para os moradores locais é que esses recursos são gratuitos. A população que vive a sua volta se abastece das riquezas naturais para sua própria manutenção, já que a localidade não oferece nenhum outro tipo de serviço e nem oportunidades de trabalho.

As atividades laborais da população do povoado Coqueiro se baseiam na economia de subsistência, onde os trabalhadores usufruem do meio ambiente para seu próprio desenvolvimento. Deste modo, os únicos mecanismos de desenvolvimento dessa comunidade ribeirinha é a atividade pesqueira artesanal<sup>100</sup> e a agricultura familiar<sup>101</sup>. A principal delas é a cata, seja de caranguejos, mariscos ou moluscos, além da pesca de peixes. Os ocupantes do povoado dependem do meio ambiente e dos recursos naturais e são conhecedores dessas atividades, no que se refere a diferenciação das espécies, do sexo e do tempo necessário para retirá-los do mangue e do rio.

A maioria da população é constituída de pescadores que atuam, principalmente, com a coleta de caranguejos. Assim, 158 das 433 estão ocupadas, e 26,58%<sup>102</sup> destas trabalham com

<sup>100</sup> Nos referimos como atividade pesqueira toda e qualquer função que estiver relacionada à pesca e afins, como coleta de mariscos e crustáceos

<sup>101</sup> Assim como a pesca, a agricultura é de subsistência, com plantações de mandioca, milho e feijão.

<sup>102</sup> Acreditamos que o percentual acima demonstra parte, mas não a realidade total da comunidade, visto que as ocupações informadas são classificadas como a principal atividade exercida pelos cidadãos. Inclusive, os feirantes, em sua maioria, vendem caranguejo que coletam juntamente com os demais familiares. Neste caso, esses vendedores também são marisqueiros e catadores de caranguejo. Ou seja, se quantificasse exatamente o número de pessoas da localidade que trabalham em atividades pesqueiras e, principalmente, com a coleta de caranguejo, certamente o número seria bem mais considerável.

pesca e com a coleta de caranguejos e mariscos<sup>103</sup>. Essa população é vulgarmente chamada de catadora de caranguejos, no entanto, nos documentos oficiais das colônias de pescadores, está cadastrada como pescadores artesanais ou marisqueiros<sup>104</sup>.

Apesar de possuir características rurais tradicionais, a ocupação da população do povoado Coqueiro é bem diversificada, composta por atividades que não são executadas diretamente dentro da comunidade. Inferimos que as atividades da agricultura e da pecuária, que possuem grande peso dentro dos espaços rurais sergipanos não são mais as únicas alternativas da área. O surgimento de novas atividades dentro e fora dos limites da comunidade tem propiciado oportunidades para muitos dos seus cidadãos. É importante ressaltar também que o avanço no acesso ao transporte público nas últimas décadas e a expansão da Região Metropolitana de Aracaju – no que se refere a oportunidades de trabalho – certamente tem causado mudanças significativas nos espaços rurais.

Além do mais, o crescimento de atividades informais, o aumento do intercâmbio entre áreas rurais e urbanas, o desenvolvimento considerável do povoado vizinho Rita Cacete, no que se refere a pavimentação e acesso a serviços básicos, influenciou de alguma maneira nas atividades dos ocupantes da comunidade do Coqueiro. Um outro ponto importante a ser mencionado é que nos últimos meses a quantidade de trabalhadores associados à pesca diminuiu drasticamente devido às medidas do atual governo federal em relação aos benefícios da atividade.

Associações e sindicatos se configuram como organizações de relevância à toda e qualquer categoria profissional, e ao grupo de pescadores que vive sob recorrentes processos de concessão de benefícios, intervenções trabalhistas e controle ambiental, é ainda mais importante. No entanto, a comunidade não conta com nenhuma associação comunitária e os sindicatos que representam os trabalhadores locais, as chamadas colônias de pescadores<sup>105</sup>, encontram-se no centro de São Cristóvão e em Aracaju, bem mais afastadas da região.

A principal representante dos trabalhadores do povoado Coqueiro é a Colônia de Pescadores Z-2, única atuante em toda a cidade de São Cristóvão, com quase dois mil filiados,

---

<sup>103</sup> A tabela com as ocupações da comunidade encontra-se no apêndice D desta dissertação (p. 272).

<sup>104</sup> É importante destacar que o catador de caranguejo, em todos os casos, exerce outras funções, como a pesca e a coleta de crustáceos e mariscos. Assim, levando em consideração que nenhum dos entrevistados possui exclusivamente uma ocupação, dividimos as ocupações em 1) pescador (a), considerando todas as atividades de pesca e coleta de peixes, mariscos e crustáceos; e 2) vendedor (a), referente às atividades de venda das espécies citadas.

<sup>105</sup> Essas colônias tratam-se de sociedades civis, autônomas e sem fins lucrativos que atuam como representantes legais de pescadores e aquicultores, artesanais e todas as atividades similares, como catadores de crustáceos e mariscos, comerciantes da atividade pesqueira, os aposentados, os que consertam apetrechos de pescas e todos aqueles profissionais que satisfaçam as exigências das entidades.

oferta serviços de convênio médico com clínicas de saúde, assistência e orientação na formalização do Registro Geral de Pescador (RGP) e toda a parte burocrática para as solicitações de aposentadoria, Seguro Defeso e pensões para familiares em caso de perda dos associados. Entretanto, alguns dos moradores locais, por problemas ou iniciativa própria, decidiram procurar sindicatos e organizações localizadas em Aracaju e, conforme informações da própria comunidade, esse pequeno grupo está associado à Colônia de Pescadores Z-1, atuante na capital sergipana que, inclusive, oferta os mesmos serviços da Z-2.

Ambas colônias atuam no estado há quase 98 anos como sindicatos, são organizadas pela própria categoria e dependem de políticas que favoreçam a luta pelas soluções dos problemas que envolvem o trabalho ribeirinho e a orientação dos sócios ao cumprimento dos seus direitos. Para isso, exige-se que este representante tenha apoio dos associados, mediante o voto durante as eleições, e que compreenda a realidade dos mesmos. O objetivo principal delas é estudar, coordenar, proteger e representar legalmente a categoria dos profissionais citados e realizar a mediação com os poderes públicos e entidades públicas ou privadas, para defesa e coordenação dos interesses da categoria, conforme a Constituição Federal. Essas entidades estão integralmente associadas ao Sistema Confederativo da Representação Sindical da Pesca Artesanal (CNPA), a Federação dos Pescadores do Estado de Sergipe (FEPESE), e aptas, também, a formalizar filiações às centrais sindicais.

Há recorrentemente o recadastramento dos atuais profissionais cadastrados e atuação fiscal nos municípios do litoral que contam com atividades pesqueiras e afins, com o intuito da manutenção dos benefícios concedidos ao grupo. O principal deles, que já citamos, é o Seguro Defeso, que oferta um salário mínimo aos atuantes da atividade pesqueira durante o período de reprodução das espécies através do INSS.

Atualmente o sindicato tem lutado pela adesão de cestas básicas às famílias, acordos com a prefeitura para a criação de cooperativas que articulem o comércio de mercadoria com os pescadores para alimentação em escolas públicas da cidade, a fim de oferecer atenção e valorização aos trabalhadores locais.

## **2.2 A comunidade do Coqueiro e a formação identitária**

A fim entender o valor e a importância do caranguejo dentro da comunidade, propomos inicialmente, selecionar para entrevistar um grupo de pessoas mais heterogêneo possível. Dessa forma, para buscar esses personagens, achamos prudente caminhar pelas estradas do povoado e buscar informações diretamente com a própria população.

**Figura 5.** Caranguejo recém capturado



Fonte: registro do autor (2020)

Inicialmente constatamos que dentro da comunidade, a atividade exercida é definidora dos espaços limitantes e espaços de prestígio que cada indivíduo ocupa. Assim, alguns indivíduos eram classificados como os catadores de caranguejo mais conhecidos na comunidade, enquanto outros não eram identificados da mesma forma porque trabalham com outras atividades para além da cata. Esse reconhecimento confirma que a própria população possui seus próprios mecanismos para identificar e dar importância aqueles que estão diretamente envolvidos nesta atividade.

Os catadores de caranguejo mais conhecidos e mais citados pela população local foram os entrevistados E01, E02, E03, E04. Eles são as referências no povoado pelo tempo de trabalho e pela dedicação exclusiva à coleta do crustáceo. O E01 é um senhor em busca de aposentadoria, que trabalhou por mais de 40 anos com a coleta e a venda de caranguejos. Tem uma família grande no povoado, entre ex-esposa, filhas e filhos, netos, netas e genros. Nessa família, a maioria vive do trabalho na maré. O fato de ter criado seus filhos a partir do trabalho no mangue em diferentes localidades, não unicamente no povoado Coqueiro, o faz reconhecido entre a população. Sua experiência é referência para muitas pessoas da localidade, principalmente entre os mais velhos. “De Aracaju pra cá já tirei caranguejo Jardim Esperança, Coroa do Meio, Barra dos Coqueiro, Jatobá, Taíçoca, Pedra Branca... Num tem lugar de mangue que eu num conheça...” (E01, Informação verbal, 2020).

Isso demonstra que as relações são estabelecidas a partir da posição de subordinação e dependência, e comprova que os mais velhos possuem domínio sobre os mais jovens na atividade do mangue, assim como no mercado de trabalho formal. As relações se constroem a partir da força de trabalho. Além disso, é importante considerar que o fato de serem indivíduos

que trabalharam em períodos e políticas distintas também é um outro aspecto que constantemente define as formas das relações. “Você hoje tem vantagem [se refere à filha], mas antigamente, na minha época, nunca teve vantagem. Pescador nunca teve vantagem” (E01, Informação verbal, 2020).

A experiência daquele que já esteve em contato com outras comunidades e outros espaços de trabalho dá a confiança no senhor entrevistado E01 como forte traço de liderança na comunidade, já que tanto a sua família o reconhece assim, como muitos moradores locais o tratam como uma referência. “Já tirei caranguejo na Coroa do Meio, na cidade, ali na Atalaia... Hoje aterraram tudo ali, mas eu já tirei caranguejo ali, olhe... Jardim Esperança, o São Conrado... Tudo ali era manguezal, eu já tirava caranguejo ali...” (E01, Informação verbal, 2020).

O entrevistado E03 é um dos poucos catadores da localidade que não recebe nenhum tipo de benefício social, nem mesmo o Seguro Defeso, que garante um salário mínimo à população trabalhadora durante o período de reprodução das espécies. Trabalha com o caranguejo há mais de 35 anos e atualmente vive com sua mãe e seu filho. Embora já tenha trabalhado por muito tempo nas feiras de bairro em Aracaju para vender as cordas de caranguejo, tem se contentado em vender sua mercadoria no próprio povoado, diretamente aos atravessadores ou cambistas, como são conhecidos popularmente<sup>106</sup>.

O catador E04 trabalha com caranguejo há 34 anos e atualmente, assim como o E03, atua mais nas atividades de cata, responsável pela entrega ao cambista dentro do próprio povoado. Certamente o fator tempo e a dedicação exclusiva à cata fazem dele referência entre os outros catadores e os ocupantes da comunidade.

O entrevistado E02 nos foi indicado em outro momento, quando alguns moradores foram questionados sobre os atravessadores da comunidade. Demonstrou-se que este é um dos mais conhecidos da comunidade nessa função e possui posição de andarilho, por atuar fora da região e lidar com a compra em grande quantidade do crustáceo. “Eu visito, eu sei cada casa de cada pescador, eu vou na casa de cada um, eu conheço a vida de cada um pescador” (E02, Informação verbal, 2020). O fato de ser um intermediário nas atividades do mangue o coloca em situação de conflito, já que economicamente esses trabalhadores estão à frente do catador. “Se fulano num tira, fulano vende. É o mesmo sofrimento. Tá vivendo do mesmo jeito. Tá indo

---

<sup>106</sup> Estes indivíduos são aqueles que apenas compram caranguejos em grande quantidade para vendê-los em feiras e mercados. Geralmente são os mediadores entre a compra de mercadoria nos povoados e a venda em Aracaju a donos de bares e restaurantes. Entre as pessoas entrevistadas que ainda trabalham, seis delas atuam diretamente nos mangues e apenas uma exerce a função de cambista, com a compra e a venda de caranguejo.



pro mercado que não existe mais venda. Compra e perde. E se num existisse comprador, não existia pescador” (E02, Informação verbal, 2020).

A entrevistada E07 é uma senhora aposentada, que foi indicada quando apresentamos o interesse em conversar com uma das mulheres mais experientes do povoado. Seu esposo deixou a comunidade quando seus nove filhos estavam “bem criados” – como assim nos informou –, deixando para ela a responsabilidade de assumir o papel de “mulher da casa”, diante dos seus nove filhos. O seu sustento sempre foi o trabalho da pesca e da cata de caranguejos. “Eu já venho de pequena, né? Ia com minha mãe, pescar... Depois casei, e aí ia com ele, meu marido” (E07, Informação verbal, 2020). Ela conta que embora tenha se aposentado, ainda assim costuma ir até à maré, mesmo que não seja unicamente pelo caranguejo. “Eu sempre gosto de ir. Quando fica em casa, fico agoniada. Eu tenho que ir. Se não for tirar o caranguejo, eu vou tirar o sururu, tirar o massunim, mais num fico em casa”. (E07, Informação verbal, 2020).

As entrevistadas E08, E09 e E10, são vendedoras de caranguejo nas feiras de bairros de Aracaju e se dispuseram a nos ajudar quando buscávamos o perfil desejado. Embora atuem como vendedoras, as três se apresentaram como marisqueiras, identificação comum na região. A primeira tem 39 anos e atua com a cata e a venda do crustáceo, paralelamente há aproximadamente 11 anos, mas de acordo com ela, dedicou praticamente toda a sua vida à cata. Achou a possibilidade de trabalhar com a venda a partir da experiência do pai. “A gente pequena só o que meu pai mariscava trazia, entendeu? A gente viu ele revender camarão... Essas coisas...” (E08, Informação verbal, 2020).

A vendedora E09 também dedicou a maior parte de sua vida ao trabalho no mangue. “Eu já venho de pequena, né? Ia com minha mãe, pescar... Depois casei, e aí ia com ele, meu marido (E08, Informação verbal, 2020). É casada e tem um filho e uma filha, ambos matriculados na escola da localidade. Seu marido é catador de caranguejo e também pescador, mas só atua nos mangues. A venda fica por conta da vendedora.

Já a entrevistada E10, tem 38 anos e é separada do seu primeiro esposo, com o qual teve três filhos. A atualmente mora com outro homem que também trabalha na maré. Trabalha com caranguejo como principal fonte de renda há mais de 16 anos, mas desde criança acompanhava sua mãe nas atividades pesqueiras. “Eu sempre fui na maré vendo os povo pegando e eu aprendi” (E10, Informação verbal, 2020).

Inicialmente havíamos definido o quantitativo de oito entrevistados, por considerar a necessidade de abordar a mesma quantidade de homens e mulheres de diferentes perfis, desde o jovem, que se inicia na cata, ao aposentado, que viveu diferentes conjunturas sociais. No entanto, é importante destacar que ainda que o nosso propósito fosse fazer entrevistas

individuais, algumas situações resultaram em entrevistas semiestruturadas coletivas, uma vez que não foi possível realizá-las individualmente por fatores como disposição e tranquilidade do entrevistado. Deste modo, dentre as oito entrevistas realizadas, em três delas, houve a intervenção de outros participantes que estavam presentes, e que consideramos abordar na análise por apresentarem perspectivas que nos ajudaram a compreender melhor a relação de identidade com o caranguejo.

Assim, no total foram 11 entrevistados. 2 idosos, pois são representantes da memória e da salvaguarda da identidade; 1 cambista; 3 marisqueiras que também vendem caranguejo na feira; 2 catadores que trabalham há mais de 25 anos com a coleta de caranguejos; e os que realizaram intervenções durante a realização das entrevistas.

A entrevistada E05 é esposa do catador E04 e assistiu toda a entrevista. Ela recebe benefício por situação de deficiência física e, embora não atue nas atividades do mangue, contribuiu com alguns esclarecimentos e demonstrou conhecimento a respeito da cata a partir das experiências do esposo. A entrevistada E06 é filha do casal e também fez algumas intervenções, embora não tenha acompanhado toda a entrevista. Possui ensino médio completo e demonstrou um maior esclarecimento crítico a respeito da falta de políticas efetivas na comunidade. Ficou evidente que as dificuldades no trabalho do mangue enfrentadas por seu pai influenciaram sua percepção.

É importante frisar que no período da coleta, grande parte do território sergipano recebeu fortes temporais, o que ocasionou a enchente dos rios e dificuldades no trabalho do mangue. Assim, percebemos que as entrevistas levantaram questões a respeito do meio ambiente e das principais dificuldades do grupo frente aos fatores da natureza. Todas as entrevistas foram coletadas nos domicílios de cada entrevistado.

Apresentados os entrevistados e entrevistadas, faz-se necessário discutir sobre algumas estratégias de análise. Para esta, foram definidas três categorias<sup>107</sup>. Inicialmente, por considerar os principais objetivos da pesquisa e a própria abordagem da folkcomunicação, a partir da categoria comunicação, foram criadas quatro subcategorias: 1) a intercomunicação; 2) a participação; 3) a apropriação cultural; e, por fim, 4) a absorção da cultura de massa na manutenção das práticas culturais no que tange à influência dos meios de comunicação na manutenção e nas práticas comunitárias.

Em respeito a todos os aspectos que compreendem o desenvolvimento e, principalmente, em consideração aos requisitos básicos para o seu alcance no espaço

---

<sup>107</sup> A operacionalização encontra-se no apêndice B desta pesquisa (p. 269).

comunitário, consideramos pertinente classificar essa categoria nas seguintes subcategorias: 1) trabalho e economia; 2) território e políticas de; 3) meio ambiente e benefícios sociais; e 4) Turismo.

A categoria identidade, por sua vez, compõe um entrelaçamento com algumas das subcategorias do desenvolvimento, o que é importante já que a identidade é formada também a partir dos aspectos do desenvolvimento. Deste modo, dividimos a categoria nas subcategorias: 1) normas culturais; 2) identificação; 3) práticas de organização do grupo, como sindicato e associações comunitárias; e 4) a experiência religiosa como influência na manutenção das atividades comunitárias. Não consideramos uma subcategoria a respeito da marginalidade porque, de alguma maneira, esta perpassa em todas as categorias.

### **2.2.1 Comunicação**

A intercomunicação se faz presente com grande força na comunidade do povoado Coqueiro, visto que a população é pequena e se encontra na maioria dos espaços comuns, principalmente nos manguezais, quando os catadores vão trabalhar. É durante a atividade na maré local que a população se distribui em um mesmo horário para exercer seu trabalho, e se comunica constantemente para informarem uns aos outros quanto às áreas que oferecem melhores e mais seguras condições de cata, aquelas menos inundáveis e as que contêm caranguejos em tamanho ideal para a venda.

Embora na comunidade já se perceba o crescente acesso aos meios tecnológicos, principalmente celulares e smartphones – inseridos nas atividades da população, seja quando os ocupantes estão nas calçadas de suas casas, nas estradas enquanto caminham e mantém conversas paralelas ou nas carroças, quando o grupo de pessoas se preparam para uma selfie antes de seguir para a maré – a intercomunicação ainda é um fator de forte influência nas atividades da comunidade.

O processo de organização citado dá a entender que a interação face-a-face entre os ocupantes ainda prevalece, com o contato direto, em casa, nas estradas, ou nas atividades pesqueiras. Esses mecanismos, mesmo que não sejam articulados, em vista a uma melhor organização, se caracterizam como principais formas de transmitir informação e efetivar o processo comunicacional. É neste tipo de comunicação que se estabelecem decisões, maneiras “corretas” de trabalhar no mangue, transmitir o conhecimento para os mais jovens e, inclusive, na hora de vender a mercadoria. Como ressalta Beltrão (1980), os ambientes de comércio, como as feiras e mercados são grandes encontros e oportunidades de comunicação.

Diante dos posicionamentos dos entrevistados frente às questões levantadas nesta pesquisa, constatou-se que os pescadores e marisqueiras que trabalharam e se deslocaram da comunidade para desenvolverem outras atividades, ou que saíram da sua região para exercer a coleta ou a venda de caranguejo, detém maior conhecimento e crítica frente às políticas voltadas à atividade pesqueira e à comunidade em geral. Além do mais, essas pessoas demonstraram enxergar o funcionamento de atividades fora de seus espaços, bem como compreender processos que comprometem o seu lugar diante da sociedade sergipana, como: 1) falta de políticas de participação e acesso dos pescadores e catadores de caranguejo nas políticas de turismo do estado; 2) exploração na distribuição de caranguejos; 4) pouca atenção do Estado nas áreas rurais, consideradas em suas falas como regiões "atrasadas"; e 5) necessidade de atenção às políticas de valorização identitária, no que se refere às atividades das comunidades ribeirinhas para além de uma economia de subsistência, já que são elas que suprem a demanda dos bares e restaurantes que atuam na área turística.

Assim, em consideração ao perfil dessas lideranças apontadas por Beltrão (1980) e Trigueiro (2008a, 2008b), destacamos que na comunidade estes indivíduos possuem uma certa influência e podem afetar as decisões pessoais, sejam as normativas e as informacionais; recebem um maior prestígio na comunidade por manterem ou terem mantido um contato frequente com comunidades e atividades externas, e alcançam um certo tipo de conhecimento e nível crítico à organização e às políticas locais; são mais conhecedores das atividades, tanto pelo tempo de trabalho quanto pelas experiências adquiridas externamente e, portanto, ganham mais relevância na representação da população que vive na maré; vivem ou viveram em constante mobilidade e fizeram parte de outras atividades.

Mesmo que esses membros não estejam diretamente em alguma ocupação de liderança política, como em associações ou atividades comunitárias que promovam atividades vinculadas ao desenvolvimento comunitário, visualizam possibilidades de mudanças e possuem retórica mais crítica que os demais moradores que não possuem a mesma experiência. É o que o entrevistado E02 reconhece e, ao mesmo tempo, traz uma crítica às políticas de atenção as atividades no mangue. “Eu saio em casa em casa, eu conheço caranguejero por caranguejero, que hoje é pescador, o pai já morreu, num deixou nada pra mãe e hoje eles vão morrer e num existe carteira, num existe INSS, num existe nada” (E02, Informação verbal, 2020).

A figura de um representante ou liderança no processo de transmissão de conhecimentos e experiências de outras realidade ao seu grupo o faz se posicionar muitas vezes como um guia de informações que conduz a comunidade; levanta questões que outros moradores não teriam, defende seu trabalho e sua responsabilidade e comumente se posiciona frente às políticas locais.

“É por causa disso que eu esculhambo o prefeito, esculhambo o governador, que são um rebanho de ladrão que fica cobrando imposto, num sábado tirano dos pobre coitado, que num tem... próprio pra sobrevivendo... Ta sobrevivendo apulso...” (E01, Informação verbal, 2020).

Apesar do líder do sindicato possuir grande representação, ele atua fora das comunidades, limitado apenas às atividades sindicais. Assim, atribui-se responsabilidades às lideranças comunitárias por atuarem de forma mais eficaz em suas práticas cotidianas. Geralmente é com esses representantes que o grupo externo fala, quando algum indivíduo adentra a comunidade. Estas figuras de referência se relacionam, também, na perspectiva de entendimento da importância das atividades locais e na luta pela organização da comunidade. No entanto, não há uma tomada de consciência coletiva que atribuía a estes catadores um papel de liderança política, seja na luta por alguma conquista na atividade do mangue ou qualquer outra que esteja relacionada à pesca. Alguns aspectos sobre luta comunitária e o desenvolvimento serão discutidos no tópico sobre identidade.

A partir destes aspectos, entendemos que a figura desses representantes se configura entre o líder folk apresentado por Beltrão (1980) e o ativista da folkcomunicação, o qual Trigueiro (2008a, 2008b) entende como mais participativo dentro das atividades do grupo. Por isso, é importante considerar que este aspecto pode ser entendido por meio de outras pesquisas específicas que apontem como estas lideranças se relacionam com as atividades da comunidade e como, de fato, estas pensam em relação ao desenvolvimento da região.

A relação entre meios de comunicação e participação surge a partir do entendimento de engajamento dos cidadãos nas decisões pela transformação do espaço em que vivem. Como a folkcomunicação propõe, um modelo de comunicação voltado a dar voz aos diferentes grupos sociais permite o engajamento através da participação destes nos canais de comunicação. Assim, os meios de comunicação se tornam mecanismos de partilha, de ativação da consciência, seja ela individual ou coletiva, experiências participativas postas em prática, em vista a transformação.

No entanto, apesar da comunicação/informação se tornar direito dos indivíduos em sociedade, os meios de comunicação encontram-se limitados a grupos específicos e decisões políticas. Assim, historicamente excluídos das possibilidades de participação nos espaços midiáticos, os catadores e catadoras de caranguejo mantêm suas próprias maneiras de organização dentro do espaço comunitário e acreditam que não necessitam dos meios de comunicação massivos.

Com a intenção de levantar aspectos da percepção dos entrevistados quanto a participação nos espaços midiáticos massivos, questionamos os entrevistados quanto a

visibilidade das atividades do mangue nos espaços midiáticos. Segundo eles, não há interesse dos veículos em chegar até o povoado para mostrar a realidade da comunidade. “Esse negócio assim quando vem, eles vão direto logo é pro mercado central de Aracaju... Só vão pra lá... Rapaz, eu acho que, no meu ver, porque lá... Tem caranguejo direto, num falta... Num vem pra cá divulgar mermo dentro do mangue” (E03, Informação Verbal, 2020).

Na perspectiva dos entrevistados, notamos que há dois aspectos pelos quais o ambiente midiático ganha relevância. O primeiro é o fator da publicização. Quando a transmissão de informação reflete em seu trabalho e sua fonte de renda, na visão dos entrevistados, os meios de comunicação tornam-se espaços de publicização de suas mercadorias, a fim de proporcionarem melhores vendas e distribuição de caranguejos em Aracaju. “É bom que já influi as pessoas, né? Ir pra feira comprar...” (E09, Informação Verbal, 2020); “Aí era bom, aí era outra coisa... Porque é assim, né? É o mesmo que tá divulgando nosso trabalho, né? E fica mais valorizado...” (E03, Informação Verbal, 2020).

P.: E esse fato de passar na televisão ajuda o trabalho da comunidade?

E07: Ajuda, né? Quando os turista assim vem pra orla... E vejo falar... (E07, Informação Verbal, 2020).

Assim, apresenta-se que a comunicação entre a comunidade e o comunicador massivo não acontece de forma efetiva. O grupo utiliza dos seus próprios meios e demonstra que esta outra Comunicação não lhes pertence e é própria de outros grupos. No entanto, ele se apropria dela para alcançar seus objetivos, seja na publicização ou nos aspectos de atenção a figura do caranguejo. Ou seja, demonstram que não há importância de a mídia não reconhecer o trabalho no mangue, desde que haja um bom retorno financeiro nas vendas da mercadoria. “Não, eu fico feliz, né? Porque é aquela... O marisco que eu vendo” (E10, Informação Verbal, 2020).

Quando passa coisa boa eu fico alegre, né? Porque quando passa uma propaganda, que nem passou... Um tempo passava o melhor caranguejo é o caranguejo de Sergipe. Tinha sempre, mais mostrava isso. Pra mim tava bom. Tá bom porque a propaganda é a alma do negócio. Fazendo a propaganda do caranguejo lá, tá fazendo a do meu que eu trabalho com isso, né? Então é a alma do negócio. Quando é pra prejudicar, eu fico bastante triste... (E02, Informação Verbal, 2020).

O segundo fator, próximo ao primeiro, traz a noção do desejo de ocupar espaços de visibilidade e consumo, em reforço ao que Paoli (1974) enfatizou da experiência mágica própria dos meios de comunicação. O indivíduo enxerga um mundo no qual ele não pertence, mas tem

a acessibilidade a um estilo de vida simbólico que dilui as fronteiras da exclusão. Questionados sobre a participação nos espaços midiáticos, os entrevistados entendem que nesse outro mundo o caranguejo é bonito e limpo, por isso ganha atenção nas vendas e na alteração dos preços nos bares e restaurantes da capital.

P: O senhor já viu o caranguejo no jornal?

E01: Já...

P: E quando o senhor assistiu?

E01: Eu achei bonito.

P: Bonito por quê?

E01: Porque uma presença daquela... O que eles fazem, uma presença daquela e aquela apresentação.. Tudo limpinho, bonito... Então, aquele... É uma coisa linda, né? E quando você chega num ambiente, que você vê tudo limpo, todo mundo ama, né? (E01, Informação Verbal, 2020).

No entanto, apesar de não considerar que aquele caranguejo da TV é igual ao elemento que vive em sua realidade, ainda assim, os aspectos de publicização são suficientes e demonstram que a prática midiática é suficiente e importante para a entrevistada E08:

P.: E quando passa uma matéria na televisão sobre o caranguejo, o que você sente? O que você acha?

E08.: Eu acho um prazer, porque eu gosto. É, fico emocionada, valorizada (E08, Informação Verbal, 2020).

Ainda que exista a consciência de que o mangue e a comunidade não são pautados pelos meios de comunicação, alguns apresentam-se indiferentes. “Eu acho que porque nunca fez o trabalho, né? Com alguém, né? Assim no mangue, mostrando como é que pega, como é que num pega... Acho que eles nunca fizeram o trabalho” (E09, Informação Verbal, 2020).

Por outro lado, citar que o caranguejo na TV e nos restaurantes de Aracaju é mais bonito, demonstra indiretamente que sua atividade é inferior e que não vale tanto quanto o que se está lá fora. “É porque os de lá são maior que os daqui, né? É bonito, cada caranguejo, as vez você ver quando o Ibama passa aí na televisão, é cada um caranguejão, eu acho bonito, né? Mas só que aqueles caranguejo ele num, eles vem de longe” (E04, Informação verbal, 2020). Ou seja, não há representação, já que o caranguejo nesses espaços se divide em figuras totalmente distintas. O fato é que a própria população reconhece indiretamente que o crustáceo ganha outra forma e já não pertence ao espaço da comunidade. “Nós a gente vê só no prato, no mangue não passa” (E09, Informação Verbal, 2020). Alguns posicionamentos discordantes apontam que mesmo que o elemento ganhe uma modificação estética, é o catador que deve ganhar prestígio, porque é através do seu trabalho que ele chega até tais espaços midiáticos.

Os turista num sabe nada... Tá aqui achando que aquilo ali é eles que pega... Ali já são atravessador... Atravessador já pega pra revender... Os heróis é o que vai buscar ele [o caranguejo], pra saber o sofrimento que o cara pra trazer, pra trazer ele... (E01, Informação Verbal, 2020).

Deste modo, consideramos que uma das perspectivas para entender a relação entre a participação da comunidade no espaço midiático é a questão da apropriação cultural. Quando o caranguejo alcança um lugar nas práticas de mídia, tem se mostrado um elemento diferente e que, por vezes, demonstra-se distinto daquele que está diretamente no mangue, que serve de subsistência para as comunidades ribeirinhas, como é o caso da comunidade estudada.

O entrevistado E03 demonstra admiração e, ao mesmo tempo, indiferença. “Pra falar a verdade a gente fica, até assim sem... Tem nada a ver, num liga... Só acha bonito... Caranguejão bonito...” (E03, Informação Verbal, 2020). Assim como o entrevistado E04 diz: “Eu acho bonito” (E04, Informação Verbal, 2020). Essas visões demonstram também que trata-se de uma prática comum, não estruturada no óbvio e nem propriamente uma inovação. Reforça, ainda, que o elemento é apresentado com bom aspecto estético, assim como sempre foi mostrado, e a mídia não poderia ser diferente. “Eles mostra assim, no prato, cozinhado, vermelhinho... Ele mostra, fica mostrando...” (E09, Informação Verbal, 2020).

Nas entrevistas, percebemos que a população está atenta aos diferentes espaços que o caranguejo ganha atenção e é visualizado. A aposentada E07, por exemplo, assistiu através da televisão os caranguejos no mercado de Aracaju, e demonstra entender que estes veiculados são de outros lugares, visto que o tamanho aparenta ser distinto daqueles que ele está acostumado a catar na sua região. A mídia, neste aspecto, torna-se o principal canal que apresenta aos catadores tais espaços.

P.: Já viu caranguejo na TV?

E07: Já... No mercado... Os caranguejo do mercado... Na praia, passando na praia... Na Orla, os prato... Os caranguejão bonito...

P.: O que a senhora achou?

E07: Achei bonito, né? (E07, Informação Verbal, 2020).

A vendedora E08, apresenta uma visão própria de comércio. O elemento é bonito, mas segundo ela não faz parte de sua realidade, já que é diferente e aparenta ter uma qualidade que muitas vezes o próprio meio onde ele está inserido cria e se abastece de técnicas que mascaram a realidade. Por essa perspectiva, a vendedora acredita que embora pareça bonito, o caranguejo que ela pega no mangue e vende na feira é melhor.



P.: Mas quando passa no jornal alguma coisa do caranguejo, como você enxerga o caranguejo lá?

E08.: Pra mim eu vejo que num é o de cá não.

P.: Por quê?

E08.: Porque o de lá num tá fisiomia do que a gente pega realmente cá, na realidade. Num tá igual como a gente pega realmente cá. Que o de lá só tem tamanho, o de cá tem qualidade, tendeu? O de lá é tamanho que eles mostra assim... o tamanho que você acha... como aquele da passarela, a gente se encanta de ver do tamanho, né? Bonito. É a câmara que filma eles grande, mas realmente bonito é o daqui. Se você for ali o tamanho é pequeno, mas é gordinho, vale a pena (E08, Informação Verbal, 2020).

A mesma interpretação pode ser percebida na fala do catador E03:

Tem umas parte que é verdade, tem outras partes que é mais ilusão... Tem vez que ele... Ele influe [exageram] muito... Dá aquela propaganda que o caranguejo é mais gostoso, é mais isso e no fim da história é tudo... Tudo a mesma coisa.... E tem lugar que o caranguejo é mais.... Tem menos gosto... (E03, Informação Verbal, 2020).

É perceptível que o entendimento de alguns entrevistados vai de encontro com a realidade que lhes é imposta. A lógica comercial, que é recorrente nas atividades de cata e venda de caranguejos, produz a ideia de que a organização de compra e venda é a mesma e que não há outros mecanismos. Ou seja, se o caranguejo é vendido como uma mercadoria qualquer, é natural que ganhe valor para ser revendido. Se esta mercadoria alcança outros espaços, o fator econômico vai imperar e, conseqüentemente, trazer mais evidência de tal diferenciação. “Porque em Aracaju é diferente porque é nos bar, né? É turista que vão, é na salada, é cozinhado, é totalmente diferente. Porque quando a gente vende, a gente vende ele cru” (E11, Informação Verbal, 2020).

Por outro lado, a entrevistada E11 entende que os espaços em que o caranguejo é consumido provoca diferenciação nas maneiras como o crustáceo deve ser entendido e vendido. Embora valorize o seu trabalho, dentro do processo do comércio, a catadora acredita que é essencial facilitar a demanda turística, já que grande parte do consumo do crustáceo em Aracaju se deve aos visitantes.

Porque o daqui a gente tá pegando no nosso trabalho... Porque é um caranguejo que a gente pega do nosso trabalho, né? E a gente tem que dar valor o nosso trabalho, né? E o de lá não, pode lá do bar, já ele já compram pra revender e já é os turista que vai comer os caranguejo (E11, Informação Verbal, 2020).

A relação entre o caranguejo do mangue e o caranguejo que está pronto no restaurante para recepcionar o turista, apontada pela entrevistada E11, levanta a questão da desvalorização da mão-de-obra e as dificuldades da cata, conforme destaca a entrevistada E09: “Ali é um mais fácil, né? Já tá mais fácil... No prato... A gente num mangue... Mangue é muito trabalho” (E09, Informação Verbal, 2020). Entende-se, portanto, que alguns dos entrevistados demonstram insatisfação com o processo e apresentam-se mais críticos quanto ao comércio.

O Festival do caranguejo trata-se de um outro espaço criado em que o crustáceo ganha notoriedade, tanto para aracajuanos, quanto para turistas. O evento, embora não conhecido por alguns entrevistados, é entendido pelo restante como um espaço que faz parte de outro grupo. “Bar, né? Bar surtido, quem gosta de surtido... Fazer pirão, porque o caranguejo é isso...” (E01, Informação Verbal, 2020). Conforme se observa nas falas do entrevistado E03, nem a mídia e nem os organizadores se preocupam em mostrar a realidade do mangue e das comunidades que se abastecem do elemento puramente como subsistência. Como consequência, a importância do catador que trabalha diretamente com o crustáceo e enfrenta dificuldades nas suas atividades mostra-se inexistente.

Rapaz, num sei nem dizer porque eu acho que eles nem divulga nem o lugar onde o marisco chega, vem, né? Eu só vejo falar passando na televisão... Só tem o nome, festival do caranguejo, agora dizer de onde é o caranguejo, num diz... Só os tipo de prato, o marisco mesmo... Uma coisa é... Porque num tá dando valor ao trabalho da gente... Quer dizer... O valor do pescador fica só pra eles mermo... Quer dizer que eles mermo é pescador... (E03, Informação Verbal, 2020).

Como um elemento comercial e vendável de interesse turístico e econômico, o caranguejo ganhou proporção em Aracaju, para além dos manguezais e das comunidades ribeirinhas que sobrevivem de sua coleta. Com o alcance do crustáceo em outros espaços da capital, a comunidade se estrutura a partir disso. Em outras palavras, a constante apropriação do caranguejo pela mídia de massa provocou transformações nas atividades do mangue e nas vendas de caranguejo, seja pelo aspecto turístico, onde o crustáceo ganha notoriedade pelas empresas de marketing e turismo, ou pelo modo como os espaços em que o caranguejo e os constantes processos culturais provocam mudanças nas práticas dos catadores.

Como destacou Benjamin (2000), na nova abrangência folkcomunicacional, recorrentemente as práticas da cultura folk são processadas pela mídia de massa e reprocessadas de volta ao seu espaço natural, em um ciclo que permite a dinâmica social e cultural. Nesta análise, propomos destacar as duas perspectivas que visualizamos como suficientes para

apresentar como a atividade comunitária incorpora as próprias intervenções levantadas pela mídia de massa e constantemente processadas pelas práticas culturais dos catadores.

O primeiro fator que interfere nas atividades, mesmo que indiretamente, é a poluição. A influência da mídia local na disseminação de notícias a respeito dos manguezais causa forte impacto nas relações entre os catadores de caranguejo e os vendedores, principalmente se se tratar dos mangues aracajuanos. Embora nas áreas que contemplam o povoado coqueiro não haja focos de poluição e devastação, os meios de comunicação recorrentemente têm noticiado casos de poluição dos mangues do estado, principalmente nos manguezais de Aracaju. Sobre isto, os catadores entendem que trata-se de um fator limitante na cata de caranguejos no mangue: “Atrapalha, porque eles coisa, né? Tudo vai pro mangue, né? Polui a maré” (E09, Informação verbal, 2020), como também compreendem que a poluição pode afetar as vendas em Aracaju:

Prejudica porque tem muitos tirador de caranguejo dali... Como coroa do meio, tem ali no Coqueiral... Tem muito do Coqueiral que é tirador de Caranguejo, tem muito na Coroa do Meio, tem muito ali pelo Santo Antônio, Santa Maria, muitos... Tem muita gente que depende daqueles mangue... E aqueles mangues ali não tem mais. E se você chegar pra botar no cesto, donde é esse caranguejo? De Aracaju ninguém compra. Hoje se você dizer esse caranguejo é de Aracaju, esse peixe é daqui, esse siri é daqui ninguém compra... Num vende (E02, Informação verbal, 2020).

Em contrapartida, esse fator ocasionou algumas dificuldades aos catadores que levam suas mercadorias à capital sergipana, pelo fato de o consumidor exigir uma explicação e a garantia de que os caranguejos comercializados não foram retidos desses mangues. As modificações se concretizam tanto para a população consumidora, que busca especificamente uma mercadoria própria para o consumo, quanto para catadores que se organizam para desenvolverem suas atividades sem nenhum prejuízo. “É, eles perguntam se é do interior ou se é de Aracaju mesmo, porque eles gosta mais de comer do interior porque diz que de lá tem esgoto, esses negócio, sabe?” (E09, Informação verbal, 2020). Assim, é perceptível que a influência da mídia local na disseminação de notícias a respeito dos manguezais corrobora na organização e articulação de trabalho entre os tiradores de caranguejo e os vendedores.

Porque na Aracaju né todo lugar que você dizer... É caranguejo da Aracaju, eles pergunta “é da onde?” Se for de Aracaju mesmo você num vende. Num vende uma por causa da poluição do mar... Se você dizer: é da Barra... Aí vende porque na Barra não tem esses negócio de poluição... (E03, Informação verbal, 2020).

A catadora E08 demonstra que, mesmo que haja poluição nos mangues em Aracaju, esse fato não é impeditivo nas vendas de sua mercadoria, já que se ganha um destaque por se tratar de uma coleta realizada em São Cristóvão.

Repara, os meninos diz que o caranguejo de lá da cidade ele tem uma contaminação que rede de esgoto, essas coisas... Barra dos Coqueiro tem mangue, mas não é igual o caranguejo daqui. O daqui, repare que é distante olhe, a gente tem fossa aqui, fossas, banheiros... Lá não, lá na cidade o fundo das casa é localizado com mangue, né? Abre uma fossa e vai pra tudo pro mangue ali, é contaminação. Aí muitos perguntam quando vai pra cidade vender é caranguejo da onde? Nós diz é de Rita Cacete, São Cristóvão. Oh que delícia (E08, Informação verbal, 2020).

O segundo fator remete a questão da cobertura midiática em relação ao período do defeso. Segundo o cambista E02, os meios de comunicação não apresentam o total da realidade e essa prática influencia tanto nas vendas, quanto na prática da cata de caranguejos. “Quando bota o defeso o povo sergipano e diversos lugares que vem intende que é o caranguejo doente” (E02, Informação Verbal, 2020). Sobre isso, o próprio relata a abordagem mais apropriada:

Se é deles explicar o que é, eles botam: defeso... Pronto cheguemos agora em janeiro, cheguemos o mês do defeso, mas não explica qual é o defeso. Tinha que ter como tem o defeso, tinha explicação na televisão pra dizer... Não, o defeso pegava um tirador de caranguejo das antiga que também soubesse, que tivesse conhecimento pra falar... (E02, Informação Verbal, 2020).

Por fim, frente a esse aspecto, entendemos que os próprios catadores e catadoras se organizam para driblar as informações disseminadas pelos meios de comunicação em relação ao período de defeso, que causam confusões por parte da população que desconhece as atividades no mangue. Demonstra-se, pois, que também neste aspecto, além de os catadores e catadoras não se sentirem representados, a prática midiática ainda contraria as atividades comunitárias.

### **2.2.2 Desenvolvimento**

De homens a mulheres, crianças a adolescentes, de adultos a idosos, é possível dizer que todos e todas na comunidade já desenvolveram alguma atividade no mangue, ou tem algum familiar que atuou/atua na pesca e/ou coleta. Assim, o trabalho na pesca e na cata é tratado unicamente como um meio de sobrevivência da população. Isso fica perceptível nas falas dos entrevistados, justamente porque não há outras opções de atividade laboral a não ser aquelas oferecidas pela natureza. “Porque em coisa é importante, né? Porque é coisa de vida e

sobrenimento [sobrevivência], né? Da vida da gente...” (E09, Informação Verbal, 2020). Sobre isso, complementa o entrevistado E01:

É a sobrevivência do pobre, se não fosse a nossa mãe... Que já botemo o nome de mãe maré... Porque todo mundo de lá veve da pesca, o povo desse povoado vizinho, que cê pede sentar, de Aracaju, de Aracaju... De Aracaju pra cá, a maioria só veve mais de pescaria... É Pedreiro, é Caique, que eu conheço muito povoado... Tinharé, Nova Descoberta, Costa... Aqui depois da nova descoberta, Água Boa, Vargem Grande, Porto do Mato... (01, Informação verbal, 2020).

Os residentes se dividem em um espaço comum e trabalham com as mesmas atividades, muito embora alguns atuem menos nos manguezais e outros cumpram suas tarefas fora do povoado – o que não necessariamente significa distanciamento da atividade. Para quem atua nas duas atividades, o trabalho é um só: catador de caranguejo. Não há distinção entre as atividades. No entanto, aqueles que apenas vendem a mercadoria nem sempre se configuram como catadores.

**Figura 6.** Cata de caranguejo



Fonte: registro do autor (2020)

Na percepção do cambista E02, a venda de caranguejo requer um profissional que esteja habituado às atividades no mangue e não deixa de atuar como “mangueiro”, “caranguejeiro” ou “pescador”, porque, afinal, mesmo que atue externamente, ainda assim se mantém dentro das atividades que aprendeu com sua família. “Comprei um barco e trabalhei um tempo bom [refere-se às atividades diretamente no mangue]. Agora, depois, aí que eu comecei a negociar, comprar mercadoria...” (E02, Informação Verbal, 2020). Segundo ele, este tipo de função foi uma maneira de melhorar de vida sem deixar suas origens. “Quer dizer, se torna a mesma

situação e você saiu do dentro do mangue, mas permanece no mesmo ramo, na mesma situação. Num tem outro ramo. O ramo é esse, nós veve no mesmo ramo...” (E02, Informação Verbal, 2020).

O intercâmbio entre os povoados geralmente acontece pela articulação local no que se refere às atividades de compra e venda de caranguejos e promovem o seu desenvolvimento. Entre os trabalhadores da região, há também aqueles que não se limitam a localidade. O senhor E01, como descrito anteriormente, passou por diversas áreas de manguezais do estado e viveu em períodos que demonstraram a força do homem sobre a natureza. “Já tirei caranguejo na Coroa do Meio, na cidade, ali na Atalaia. Hoje aterraram tudo ali, mas eu já tirei caranguejo ali, olhe, Jardim Esperança, o São Conrado... Tudo ali era manguezal, eu já tirava caranguejo ali...” (E01, Informação Verbal, 2020). Sua percepção quanto a atividade no mangue se torna peculiar aos demais, visto que conviveu com outros indivíduos de diferentes realidades. “Num tem lugar de mangue que eu num conheça...” (E01, Informação Verbal, 2020).

Além da venda para os cambistas, entre os catadores há aqueles que preferem se deslocar até as feiras de bairros ou nas ruas de Aracaju para vender sua própria mercadoria. Pela fala do catador E03, percebe-se que a quantidade de mercadoria coletada também é fundamental para a relação com os cambistas locais. “Depende a quantidade do marisco que pega” (E03, Informação Verbal, 2020). A depender da coleta, é mais favorável vender no próprio povoado do que enfrentar o longo trajeto até as feiras de Aracaju. “Quando tenho pouco, aí eu mesmo vou. Aí quanto tem assim, sendo mais de vinte corda eu já vendo por aqui mesmo. Agora nesse tempo o batido é vinte, trinta corda. Caranguejo agora tá mais difícil” (E03, Informação Verbal, 2020). Há também aqueles que preferem evitar o cansaço e entregam a coleta diretamente aos cambistas. “Eu já vendi muito na rua, mas só que agora... Trinta anos que eu negoceio na rua, vendendo. Aí eu cheguei, dei uma parada, né? Eu vou assim de vez em quando, pra não perder o treno. Mas eu vendo mais aqui ao rapaz [cambista]” (E04, Informação Verbal, 2020).

No trabalho direto do mangue, ficou perceptível que os homens atuam com mais frequência que as mulheres. Trata-se de um trabalho pesado e que demanda força. No entanto, ainda que a atividade esteja bem mais relacionada à figura masculina, a coleta de crustáceos e mariscos é desenvolvida por boa parte das mulheres da localidade que, inclusive, são acompanhadas por seus filhos pequenos, que atuam na coleta no contraturno escolar; e também pelos filhos e filhas com idade satisfatória para o trabalho. Em alguns casos, por exemplo, há divisão nas tarefas. As entrevistadas E08 e E10 atuam na venda de caranguejos em feiras livres.

Chegou na feira do Castelo Branco perguntam: “onde é a menina do bicho que morde?” Vão me levar lá. Só me conhece assim. Porque já tá conhecido, tendeu? Já tô fã lá do caranguejo. Eu sinto falta, olhe... Tem semana quando não vou, que às vezes num consegue, como essa semana, eu fico triste. Porque eu num vou, tô acostumada a vender, ter meus freguês, tem meu dia, ali trabalho digno, você sai com seu dinheiro, vai comprar o que você quer, comprar, trazer o que você quer (E08, Informação Verbal, 2020).

Um aspecto sobressaltado pelas entrevistas é que a figura masculina está mais relacionada a coleta e a feminina ao comércio, embora em alguns momentos fique claro que ambas atuam nas duas atividades, quando necessário. É o caso da marisqueira E08, que indicou que, além das atividades domésticas e de oferecer ajuda ao esposo no mangue, assume as vendas dos caranguejos na feira. “Combinamos, porque ele mariscava [serviço de pesca e coleta de caranguejos e mariscos] e eu revendia, porque ele não tinha condições de mariscar e revender” (E08, Informação verbal, 2020). O que parece é que a divisão se estabelece de acordo com a força do trabalho. A própria entrevistada E08 cita as dificuldades da cata. “Pra lhe falar a verdade é um sofrimento, é um sofrimento... É digno de quem trabalha. Hoje eu vejo assim, a quem eu vendo o marisco eu dou valor o pescador, porque eles trabalha, sai 4 hora da manhã... Mosquito, chuva, tudo... Tá entendendo?” (E08, Informação Verbal, 2020).

**Figura 7.** Catadora exercendo atividade de cata no mangue



Fonte: registro do autor (2020).

Ninguém diria que o trabalho na coleta de caranguejo é fácil, a não ser pelo fato do costume, que torna a atividade um “divertimento” para a população, principalmente para as crianças que nascem inseridas nesse campo. “Pra você é difícil, mas pra gente é mais fácil porque já aprendemo...” (E07, Informação Verbal, 2020). Assim, a partir da perspectiva de que o trabalho no mangue e a organização em torno da atividade são fatores intrínsecos à vida da

população local, esta, por sua vez, demonstra autonomia sobre ela, o que necessariamente esconde as dificuldades e reforça suas raízes com o pertencimento. Ou seja, apesar de entenderem que existem dificuldades, não há como sobreviver sem ela.

Quando eu vou pro mangue cheio de lama, pra mim é normal, já tô acostumada... Quando tem mosquito eu levo repelente. Tem até tempo que tá tão ruim, porque não é só bom não, tem tempo que tá ruim também, que a pessoa pensa assim, olhe tá tão ruim, vou desistir e eu não desisto fácil. Tá ruim, mas vou começar e no final dá tudo certo (E10, Informação Verbal, 2020).

Diante das situações adversas do trabalho no mangue, associa-se o prazer em desfrutar da coleta com a sensação de liberdade, já que há autonomia para a execução das tarefas. Estabelece-se, assim, uma naturalização que disfarça, em sua própria percepção, suas condições de vulnerabilidade e exploração. “Significa uma coisa assim, uma coisa boa, né? Que a gente vai e traz, num volta sem nada, né?” (E07, Informação Verbal, 2020).

Quer ver bonito quando cê bota a ratoeira que cê ver os patolão dentro, a gente fica um orgulho. Quando eu ia com minha mãe que a ratoeira batia, não esperava nem as outras bater, eu dizia: “mãe, já matei uma”. Aí eu ia logo... É uma terapia e uma diversão, você fica feliz (E11, Informação Verbal, 2020).

Embora trabalhar no mangue seja uma atividade autônoma e qualquer pessoa que tiver interesse pode adentrar a área para a coleta, esta depende da natureza. Segundo os moradores, não há um horário exato para a atividade da coleta de caranguejo, tudo depende se a maré está alta ou baixa.

O horário é a maré. Depende da maré. O horário é dela. Essa maré mesmo, é cinco hora pra você sair de casa, cinco hora da manhã. O mais tardar é seis hora. Se acordou, a mão no olho assim, né? Nem toma café direito, você se alimenta bem, num é a questão que você não tem, é o tempo... Aí cê pega um... Uma mistura que for com uma farinha, bota dentro da bolsa e... Porque quando você chegar lá que você armou, chegou atrasado, quando a maré começar a encher, pronto... Aí alaga logo o manguezal todo... (E03, Informação Verbal, 2020).

A fala acima, do entrevistado E03, apresenta uma problemática no que se refere aos riscos enfrentados que põem em jogo a saúde dos trabalhadores em geral. Percebe-se que o fato da atividade laboral depender do meio ambiente, demonstra a noção de que as condições de vida local são naturais para boa parte dos entrevistados. O E03 ainda complementa que, “É difícil, porque a pessoa pega muita frieza, não toma um remédio, não tomada nada... Aí é



riscado pegar uma pneumonia.... Uma doença qualquer... Resumindo, o pessoal trabalha muito e ganha pouco na maré” (E03, Informação Verbal, 2020). Outro entrevistado demonstra naturalidade: “É, as vez eu saio daqui, as vez a maré sai quatro e meia da manhã, aí depois, a maré as vez você sai dez e meia, chega três horas da tarde” (E04, Informação Verbal, 2020). Do mesmo modo a aposentada E07:

Ah, é muita dificuldade... A dificuldade... Eu tiro, de braço eu tiro.. Já tirei muito de braço... Coloco o braço, vou pegar ele lá em baixo, puxo ele... Tem que deitar na lama... Eles morde, tem que tomar cuidado... Se botar a mão naquele ganchinho dele, olhe... (E07, Informação Verbal, 2020).

A partir dos aspectos citados e da dificuldade diária enfrentada pelos catadores, observa-se que estes fatores afetam a relação identitária com o trabalho. Diferente da naturalização de alguns, outros demonstram insatisfação: “[...] se eu tivesse jeito de eu num ir mais pro mangue. Eu tô pedindo a Deus que eu chegue seis anos que é pra eu me aposentar pra eu sair. É muito trabalho. Você vê, quando chega em Aracaju o povo ainda num dá valor” (E04, Informação Verbal, 2020).

É perceptível que a cata e a venda de caranguejos se articulam dentro de uma totalidade social, em um sistema econômico capitalista que é próprio para avaliar preços em acordo com os espaços que estes são postos. Ou seja, há uma lógica comercial que alavanca o preço do caranguejo em espaços específicos, como a Orla de Atalaia, onde o crustáceo surge apresentável e com diferentes temperos e formas, diferentemente do caranguejo coberto de lama que sai do mangue “de graça” para os catadores.

P: Por quanto o senhor vende o caranguejo ao cambista?

E05: Quatro reais.

E04: Quatro

P: E o cambista vende por quanto?

E04: Rapaz, quando a feira dá, né? Depende da feira, de sete, de oito... Quando a feira dá...

P: O que o senhor acha do preço do caranguejo em Aracaju?

E04: Porque quem ganha o dinheiro é eles, né? A gente que pega num ganha (E04, Informação verbal, 2020).

Se ele [dono de bar] compra uma corda de caranguejo, são seis caranguejo na Orla da Atalaia com pirão é sessenta conto. Sessenta conto um pirão de caranguejo. Mulher, dois caranguejo numa bandeja? Eu num vou... Se depender de mim... Quando você pega aquela renda de sessenta reais e vai num mercadinho, você compra arroz, você compra açúcar, você compra massa de mio, você compra carne porque dá pra comprar. Um frango você dá pra comprar de vinte conto pra uma família de quatro criança comer (E08, Informação verbal, 2020).

Quando eles, como é muito, eles compra muito, compra mais em conta, então pra vender uma coisa só de 12, ou quinze... É um absurdo, eu acho um absurdo, porque eles cozinham o caranguejo, botam um vinagrete e pronto... Aí vende assim, um absurdo... (E09, Informação verbal, 2020).

O mercado de caranguejos em Aracaju se estabelece pela Lei da Oferta e Procura, cuja característica se baseia no equilíbrio entre o preço e a oferta da mercadoria. Assim, a produtividade e o lucro se tornam métodos imperativos para a economia dos catadores. Revelam uma problemática nos baixos preços que assolam a realidade daqueles que fazem "acontecer", com suas práticas de cata, transporte e venda de caranguejos. Como explicar esse paradoxo que põe menos nas mãos daqueles que mais necessitam e que mais esforço físico depositam na atividade?

Nas entrevistas, ainda que indiretamente, o grupo demonstrou consciência da exploração a que são submetidos, por receberem a menor parte da produção e não ganharem nenhum reconhecimento pela prática. Apresentam insatisfação não só em relação a coleta, que apresenta riscos a população, mas também pelas vendas que dão um retorno financeiro quase simbólico. Evidencia-se que as políticas não atendem às necessidades locais, que ora desfaz-se da população local, ora limita seus espaços. “A gente tá sofrendo, porque olhe, nem nas feira que eu vendia poderia vender num carrinho, hoje você não vende, você nem entra com carrinho, aí já é um sofrimento, queira ou não queira. Dentro da maré é só sofrimento e fora da maré é sofrimento” (E08, Informação Verbal, 2020).

O retorno de todos os esforços da atuação dos catadores vendedores, tanto no mangue quanto no deslocamento e na venda dos crustáceos em Aracaju é sazonal. Em geral, as cordas são vendidas por um preço que depende do período e da concorrência.

Quando tem muito, que eles tiram muito, aí vai pra três reais, quatro reais, cinco reais. Quando eles vão pra maré, cum essa maré agora, cada um, quem vai lá, quem vai, porque nem quase todo mundo... Ontem mesmo eu viajei e voltei sem nada. Ontem eu saí em casa em casa, fui pra região toda, saí da região, mas voltei sem nada (E02, Informação verbal, 2020).

Assim, na atividade de venda externa, em específico, há uma troca do esforço físico pelo lucro. Sabe-se que na feira, o vendedor pode comercializar a mercadoria por um preço maior que o estabelecido pelos cambistas, já que estes comprem para revenda. Em contrapartida, se vender no próprio povoado, não haverá necessidade de deslocar-se e atravessar uma longa manhã de sol quente à procura de fregueses nas feiras e ruas dos bairros da capital sergipana.

Na visão do cambista E02, é realmente difícil estabelecer um preço fixo para a mercadoria e saber a renda média da população local, visto que esta encontra-se submissa às condições meteorológicas e ambientais. As jornadas de trabalho dependem da variação sazonal e têm como fator a cheia da maré, o que provoca alterações significativas no mangue e no desempenho dos recursos explorados. Além disso, tornam-se dependentes da questão ambiental, já que o manguezal é o principal definidor da quantidade de caranguejos que os catadores conseguirão coletar – fator crucial para a definição de preços – e da situação econômica do país.

Esse negócio, esse comércio é um comércio ruim de ter um preço fixo. Não existe preço fixo. Existe de hoje, pronto. Essa semana choveu, aí vai depender dos tirador. Porque os rio tá tudo cheio, vai depender do catador. Catador hoje vai dizer eu vou pagar X e você tem que comprar, porque não existe... Tem a outra semana, que eles vão trabalhar toda, aí a maré tá seca do dia todo, aí o preço muda, então não tem nem pra vender e nem pra comprar (E02, Informação verbal, 2020).

Tais dificuldades se apresentam devido a dependência de fatores externos que o trabalho na coleta e venda de caranguejo segue obstinado, como é o caso do desemprego. “O comércio, que o povo vesse com essa falta de emprego que nós tamos, nós vê na televisão, cê vê como o povo tá...” (E01, Informação verbal, 2020). Por esse ponto de vista, o cambista demonstra insatisfação pela situação de dependência da economia estadual, já que se sente parte da população que mais é afetada em situações de crise.

Hoje tem freguês que os filhos tudo era empregado, hoje só tá ele empregado, porque só tá ele e ajuda até o aposentado tá com a renda dele só... E então isso tudo vai cair o comércio nosso. E quem mais entende do comércio é o feirante... As pessoas faz as pesquisa: ah tem emprego, a economia tá boa. Não. Quem sabe é nós feira. Nós feirante que veve de feira é quem sabe (E02, Informação verbal, 2020).

E ainda assim, o caranguejo ideal para o comércio e de maior qualidade para as vendas, tanto no próprio povoado na entrega aos cambistas quanto nas feiras de bairro em Aracaju, é o grande. Esse em específico apresenta uma pequena produção que influencia nos valores ofertados pelos catadores.

Porque caranguejo depende por feira... Porque depende por feira. Tem vez que a pessoa tem uma feira boa e o caranguejo for maiorzinho, as vezes a pessoa vende a dez, a oito. Como a gente entrega aqui a cambista, nesse tempo assim,

nós entrega a cinco... Aqui nós entrega... A cinco... A cinco... Caranguejo médio a cinco... (E03, Informação verbal, 2020).

Na visão do entrevistado E03, a evasão dos trabalhos formais e a inserção da população nos trabalhos pesqueiros dificultaram ainda mais para aqueles que só exercem essa atividade. “Antigamente a gente trabalhava mais feliz, tinha muito marisco, tinha muito marisco. Depois hoje em dia o desemprego, essa falta de coisa, tá faltando muito marisco, é muita gente na maré que trabalha dois, três meses... Dois, três, meses no máximo, afina pra fora...” (E03, Informação Verbal, 2020). Portanto, se a demanda de oportunidades de trabalhos formais cresce, há uma forte evasão nas atividades do mangue. Quando há aumento no desemprego, a própria população percebe a crescente busca de trabalho no mangue como solução provisória.

P: E hoje tem muita gente?

E06: Devido ao desemprego. Com o desemprego as pessoas procuram mais.

E05: Hoje em dia até um menino de treze anos, de doze anos vai pra maré pra pegar caranguejo pra se manter

E04: Tá cheio. Quando sai do emprego, o povo, aqui mesmo a leva aqui da água, a maioria saiu pra maré, porque num tem outro (E04, E05 e E06, Informação verbal, 2020).

Embora haja o reconhecimento da importância das atividades no mangue na comunidade por parte dos entrevistados, os mesmos associam às suas próprias sobrevivências. Para todo o grupo, a utilidade e o valor do trabalho se fazem presentes nos seus discursos, mas unicamente como economia de subsistência e não como fator de desenvolvimento da região. Ou seja, há uma forte descrença na transformação social local, já que a renda obtida na venda da mercadoria só é suficiente para a própria manutenção da vida. Este fator é compreensível, já que é a partir do trabalho no mangue que as famílias conseguem seu sustento. Por esse sentido, o trabalho no mangue, para os trabalhadores locais, determina-se, única e exclusivamente, como um meio de sobrevivência.

Ele é importante por quê? Porque ele traz benefício, gera... tendeu? Traz... como é o nome? Aquele ali traz uma renda, que ali você já tem. A renda que você traz daquele caranguejo, você já pensa logo numa família... Eu vou sustentar minha família, aquela pessoa tá ali, eu quero comprar isso, aí aquela renda num dá, é importante? É! Mas aquela renda que você quer comprar, por exemplo, eu quero comprar um guarda-roupa, né? Eu não vou deixar de dar o alimento dos meus filho pro um guarda-roupa, mas se eu tivesse uma renda melhor, tendeu? (E08, Informação verbal, 2020).

Agora quem veve no comércio ali, vendendo a semana toda, quando compra é mil, duas mil corda de caranguejo, ali tem lucro. Já têm os dono daqueles bar da Atalaia, quando vai: quinhentas corda, bote quinhentas corda pra mim, quinhentas cordas pra ali. Ele vende a corda de caranguejo a dez conto, ele compra de cinco, mais vende muitas... Ali ele já ganha dinheiro, como o cara atravessador como o dono do bar ganha dinheiro em cima disso. Agora nós que vai, já vai faltando as coisa em casa chega lá: só dou cinco conto, quatro conto. Cê tá vendo que tá os filho em casa tá com fome, faltou as coisas, você vai comer casco? Olhe aí onde já vem, olhe. Você tem que vender pra trazer qualquer coisa pro filho comer em casa (E01, Informação verbal, 2020).

Além disso, deve-se considerar um fator de importância à atividade: a valorização por parte do público da feira. Nem sempre encontra-se o real valor da mercadoria. “A gente, o trabalho que tem, vai pra Aracaju vender, chega na rua, a gente pede sete real, oito real, o povo num dá valor” (E04, Informação verbal, 2020). Seja na coleta diretamente no mangue ou nas vendas externas efetuadas pelos próprios catadores, há dificuldade na valorização do trabalho. “É porque assim, ninguém sabe dar valor o trabalho do catador de caranguejo, como a gente dá, né?” (E08, Informação Verbal, 2020).

Quando a gente vende a oito, sete... Ninguém quer não... Eles acha ruim, né? Porque diz que é caro... Porque lá é caro na orla, né? Quando a gente vende na feira, pra vender um cora de dez eles diz que é caro... Cê quer comparar num bar, sentadinho, já vem pronto... Já vem o pirãozinho pronto... Lá é orla, né? É orla... E eles, na feira... (E07, Informação verbal, 2020).

A situação trabalhista e econômica do povoado Coqueiro, que reflete no baixo poder aquisitivo, e a contrariedade em relação à economia de subsistência somam-se ao espaço rural, cujas habitações, construídas pelos próprios ocupantes, transparecem pobreza, além de um alto grau de problemas sociais em todos os âmbitos, que definem a localidade como um território comum de pobreza e precariedade. O território torna-se, portanto, mais um fator que condiciona negativamente o desenvolvimento, tanto da população quanto da própria localidade, que depende do fator econômico. A concepção de alguns dos entrevistados é que o espaço rural é um ambiente “atrasado”, o que influencia na falta de visibilidade por parte do Estado e na deficiência de políticas voltadas às necessidades da região.

É o lugar mais atrasado porque quando diz interior, já ta fora do padrão dos governante. Num existe um... Num vai ter uma fiscalização, num vai ter um aconchego, num vai ter uma representante, deixar de olhar pra uma cidade, ali no grupo, pra ir pro interior. Num tem... Num tem como... Um governador num vem aqui. Um governado todo dia ta dentro da cidade, tá dentro da capital, mais um governador num sai pra vim pra aqui (E01, Informação verbal, 2020).

Retomamos, deste modo, a noção de marginalidade que contribui para identificar a comunidade em situação de exclusão. Essas características compõem a formação de um padrão por suas formas de vida reconhecidas como precárias – inclusive pela própria população local. Reconheciam os ocupantes que a comunidade diferencia-se pela economia familiar, que condiciona a um nível cultural e identitário próprio. Além do mais, as políticas de atenção às atividades pesqueiras e afins têm definido como se organizam as formas de trabalhos no povoado, tanto a delimitação da atividade quanto o acesso aos serviços que o seu povo necessita. “Aqui é esquecido” (E11, Informação verbal, 2020).

Uma das principais características de um lugar classificado como marginalizado é a sua condição de acesso. Tanto a distribuição da população quanto os limites dos espaços que ocupam, são fatores determinantes na delimitação dos maiores valores de terra, de acordo com as proposições de Santos (2008). Ademais, os espaços ditos periféricos apresentam condições de vida mais acessíveis, caracterizados pelas habitações precárias, favoráveis àqueles que, em circunstância de pobreza, não detém de outras opções de moradia, conforme as contribuições de Perlman (2002) e Paoli (1974). Retomamos aqui, portanto, a observação de Werneck Sodré (2010) nos avanços dos mais diferentes espaços da sociedade que se configura como uma forte característica do processo de formação social da realidade brasileira.

Conforme Santos (2008), o Estado comanda os problemas estruturais atuam em um círculo vicioso que se autoperpetua continuamente. Sua forte incidência às classes pobres contribui ainda mais no fomento à periferização. Através do modelo rodoviário adotado, dispersa-se a cidade e criam-se problemas de acesso à terra e a habitação. Consequentemente o déficit da residência provoca a especulação e, juntos, conduzem a formação de periferias. O transporte, por sua vez, organiza-se dentro de uma lógica que contribui ainda mais com a exclusão, visto que os mais dispersos são os grandes prejudicados no acesso ao serviço. Os grandes certos se fortalecem e os bairros pobres continuam em um ritmo de pauperização acelerado.

No caso desta comunidade em específico, acrescentamos, também, que fazer parte de um espaço geográfico rural marginalizado significa, antes de tudo, ser renegado socialmente, visto que a população vive à margem tanto das ofertas de políticas de valorização trabalhista e econômicas quanto dos serviços públicos básicos, como educação, saúde, mobilidade e saneamento básico.

O povoado Coqueiro aqui, tem gente que precisa, as carente... Precisa de um posto médico num tem, precisa uma coisa policial num tem, uma associação de moradores num tem, um... como é o nome? tá faltando... a escola, a única

escola que tem querem tirar... Poxa, eu num tô mais nem desacreditando no que vai acontecer e no que não vai acontecer... (E08, Informação verbal, 2020).

Expostas as necessidades da população do povoado, houve um processo de avanço com a chegada do Seguro Defeso, na abertura das estradas de barro para acesso ao transporte público, aposentadoria e no sistema de créditos. No entanto, fica perceptível a necessidade de um maior desenvolvimento social, já que se tratam de políticas que se configuraram como necessárias e que estão diretamente ligadas ao processo de desenvolvimento do Estado como um todo, e não de atenção à comunidade específica.

A política vigente de integração e acesso as comunidades rurais tornam-se ineficientes e reforçam ainda mais a necessidade da promoção de mecanismos de participação e valorização identitária. Para o cambista E08, houve um avanço no desenvolvimento da localidade, que contribuiu para o trabalho da população local, mas o seu discurso descredibiliza políticas populistas e determina que tais avanços não seriam necessariamente um progresso, mas a demonstração clara de marginalização.

Assim, sobre o trabalho dos marisqueiro, a gente assim pra trabalhar, era mais em conta, porque tinha que trabalhar rápido para voltar pra estudar, mas tinha que sair não sei quantos quilometro andando de pé, pra estudar, né? Não tinha meio de transporte. Hoje, graças a Deus, tem um meio de transporte aqui, né? Antigamente a gente ia na Rita Cacete, lá no final de linha, a gente saía daqui com carrinho de mão (E08, Informação verbal, 2020).

A partir da realidade do povoado, fica evidente que os seus ocupantes fazem parte de um grupo de marginalizados que, por sua vez, não escolhem e também não se identificam claramente em tal posição. A insuficiência orçamentária, a ausência de serviços públicos básicos – saúde, educação, transporte, entre outros –, e a falta de oportunidades torna os indivíduos marginais cultural e socialmente, sem desfrutarem de seus direitos e sem visibilidade em suas práticas.

Conforme apontado na fala da entrevistada E08, no momento da realização da pesquisa de campo, a população reivindicava a decisão da prefeitura em fechar a única escola do povoado. A Escola Municipal Cleodice de Araújo da Cruz apresenta um número muito baixo de matrículas de crianças e jovens da própria localidade e, portanto, conforme a Prefeitura Municipal de São Cristóvão, seria fechada e os alunos seriam redirecionados para as escolas mais próximas da região. Por conta disso, a prefeitura apresentou em janeiro de 2019 um

reordenamento escolar, que custaria o encerramento das atividades desta e de outras sete unidades de ensino.

Conforme apresentam-se as falas dos entrevistados, a escola é reconhecida como um importante espaço para transformação. “A escola ajuda muito, ajuda muito. Tem uns que gosta: ah num vou pra maré não, vou pro meu estudo” (E03, Informação verbal, 2020). Além disso, a educação configura-se como uma alternativa à vida no mangue:

Porque eu disse meu filho, porque ele começou a trabalhar na maré, eu disse meu fio, esse ramo da certo pra você? Seu pai tá porque não tem mais jeito, né? Você tem que estudar pra aprender uma profissão melhor, né? Porque maré só pra mim que num tem mais jeito (E04, Informação verbal, 2020).

Em aspectos gerais, percebe-se que os pais e as mães rejeitam a educação para suas vidas, e indicam a impossibilidade de mudarem de serviço, precisamente por não possuírem nenhuma formação. Entretanto, projetam a educação como um mecanismo de acesso a melhores condições de vida para seus filhos e filhas.

Então, quer dizer que eu vi o sofrimento de minha mãe, eu jamais ia criar em um tempo que ele tá mais evoluído, com internet, com tanta coisa boa, eu jamais ia querer meu filho num sofrimento desse. Eu sei que é um trabalho, mais é um trabalho brutal, um trabalho de sofrimento (E02, Informação verbal, 2020).

A percepção de cada um dos entrevistados demonstra a visão da educação como fator de avanço e melhores condições de vida, no entanto, mesmo que essa característica seja importante, considera-se limitada, já que em suas visões o emprego assalariado seria suficiente. Em suas realidades, a educação está intrinsecamente relacionada ao fator econômico, como se destacamos nos postulados de Furtado (1964, 1975, 1978). Por essa percepção, a escola torna-se um espaço de acesso a conhecimentos básicos, suficientes para promoverem o acesso ao mercado de trabalho, sem nenhuma consideração da área de atuação e do cargo a ser ocupado. O salário mínimo seria suficiente.

Em alguns casos, como o do entrevistado E04, a atividade no mangue é considerada um meio de sobrevivência, mas não um trabalho, pelo fato de grande parte da população entender que o trabalho, de fato, é o formal. “Sabe o que aqui tá precisando? É emprego pro povo. Gerar emprego, né?” (E04, Informação Verbal, 2020). Ou seja, o mangue foi extremamente importante para suas vidas, característico de suas identidades, mas tal condição não é suficiente e desejável para o futuro de seus filhos. Com essa projeção, subjetivamente aceitam a educação



como método de qualificação e de um melhor caminho, mas negam suas atuais condições de vida e rejeitam qualquer possibilidade de mudança em seus cotidianos. Seus filhos seriam os únicos com possibilidades de deixarem tal condição. As suas, neste caso, seriam invariáveis e até já foram aceitas.

Além destes fatores, cabe considerar que a cidade de São Cristóvão não possui um sistema de transporte público independente. O serviço é oferecido por um sistema integrado que promove mobilidade pela capital Aracaju e mais três cidades da região metropolitana. O sistema conta com uma frota de 596 ônibus que operam em 118 linhas que cobrem toda a região<sup>108</sup> metrópole. Deste modo, o serviço de transportes públicos oferece aos usuários apenas três opções para transitar entre Aracaju e São Cristóvão. Três ônibus fazem o trajeto em rotas específicas e apenas um deles adentra a região sudoeste da cidade, na localidade de Rita Cacete, Coqueiro e povoados vizinhos. Quando interpelados sobre a questão local, os entrevistados E04 e E06 apresentam ideias claras relacionadas a falta de políticas de desenvolvimento para o território, e demonstram a percepção de que a localidade, por ser classificada como rural, já é por si só dependente dos fatores oferecidos a ela.

P: O que seria preciso pra melhorar a situação de vocês?

E04: Eu num sei não... Isso só o prefeito pode fazer isso, né? Mas num faz...

E06: Como aqui mesmo, a questão do asfalto, os ônibus muitas vezes não entra...

E04: Você ver aqui, essa estrada aqui nos projeto ele tá asfaltado, olhe. Essa pista de São Cristóvão aí até Itaporanga, nos projetos deles estão asfaltado, mais num tá, repare como tá lá. Só fizeram até a entrada ali certo mesmo, o asfalto, né? (E04, Informação Verbal, 2020).

O ônibus inicia o trajeto a partir do Terminal Zona Oeste, localizado ao lado do Terminal Rodoviário de Aracaju – denominado Terminal Rodoviário José Rollemberg Leite e popularmente conhecido como Rodoviária Nova – localizado aproximadamente no limite geográfico Aracaju/São Cristóvão. Os moradores do Coqueiro utilizam esta única linha de ônibus – que por sinal faz o retorno dentro do próprio povoado –, para se deslocarem seja até o posto de saúde que atende a região, às escolas, ao centro de São Cristóvão ou ao trabalho de muitos dos pescadores e catadores nas feiras de Aracaju.

Mudou agora porque tem esse negócio caminho escolar aí, ônibus, tem ônibus... Tem muito ônibus pra cá que leva pra São Cristóvão e vem trazer de volta... Até de noite... Se a pessoa quiser estudar de... de velho mesmo, de

<sup>108</sup> Segundo dados do Sindicato das Empresas de Transportes de Passageiros do Município de Aracaju (Setransp). Disponível em: <https://setransp-aju.com.br/dados-do-setor/>. Acesso em 14 dez. 2019.

noite, que estuda... É... Tá fazendo curso, tem um quarto horas... É... Tá bom agora... (E03, Informação verbal, 2020).

Do mesmo modo que esse serviço facilita a integração do município com a capital sergipana, a precarização causa transtornos à população local, que utiliza do meio para transportar suas mercadorias. Conforme a própria comunidade, os vendedores que trabalham nas feiras utilizam os ônibus para fazer o deslocamento e passam por diversas dificuldades até o destino final, como é o caso do processo de integração nos terminais.

Três ônibus daqui sai lotado, olhe... Tem um ônibus de quatro, tem um de cinco, tem um de seis... Sai lotado. Que é mais os horário que eles quer pegar a feira, né? Que é os horário típico de pegar feira... Que vende caranguejo... Porque aqui esses povoado todo, é Arame, povoado Arame, é povoado Carmo, Rita Cacete, É Colônia, é Pedreira, é Caípe... Isso tudo é tudo pra Aracaju (E01, Informação Verbal, 2020).

A depender do destino, o passageiro precisa de, no mínimo, dois ônibus para chegar nas feiras da capital. “É, a gente pega o carro de quatro da manhã, quando chega no terminal de lá da rodoviária nova, a gente pega Santo Dumond...” (E10, Informação verbal, 2020). Demonstra-se que o serviço ofertado, embora seja necessário, ainda assim é impróprio para carga de mercadorias, visto que está à disposição de boa parte da Região Sudoeste e do próprio centro da cidade de São Cristóvão. “E você quer vê coisa no domingo pra gente colocar um saco de caranguejo naquele ônibus da Atalaia” (E10, Informação verbal, 2020).

Além do transporte público, no centro urbano de São Cristóvão há serviços de táxi lotação, organizado por uma cooperativa de taxistas que fazem traslado até os povoados Rita Cacete e Coqueiro; e os mototaxistas, que fazem trajetos menores, principalmente nas áreas urbanas da cidade.

As modificações causadas pelo avanço industrial e econômico, onde se prioriza os novos modos de produção e distribuição, tal qual citado por Furtado (1964, 1975, 1978), Cardoso (1979) e Santos (2008), põs em evidência um acentuado desequilíbrio social e ambiental, e a necessidade de pensar em métodos de preservação e proteção dos recursos naturais, principalmente depois das proposições da ONU frente ao modelo de desenvolvimento sustentável. Para que este novo mecanismo ganhasse vigência, operacionalizam-se novas políticas e ações favoráveis à questão ambiental sob o comando do Estado.

Assim, as intervenções do Estado se tornaram fator de advertência na definição do trabalho do mangue. Os trabalhadores passaram a enfrentar legislações e o controle frequente dos órgãos ambientais que buscam, por meio da fiscalização, manutenção e preservação dos

recursos naturais. A percepção das políticas de controle por parte de alguns entrevistados confirma que há uma certa influência nas atividades desenvolvidas pelos catadores.

P.: E o tamanho?

E07: Ah, tamanho depende o tamanho. Tem grande...

P.: E se tiver caranguejo pequeno no buraco?

E07: As vez se tiver pequeno, as fêmea, a gente sorta, entendeu...

P.: Por quê?

E07: Porque depois a ratoeira... As fêmea tem que soltar porque é proibido, né? A gente sorta lá na maré mesmo.

P.: Mas por que é proibido?

E07: Porque pra desova, ela desova... Aí num tem que tá pegando.. Porque se for pegar as fêmea, depois pra ela produzir, como é que vai ser? (E09, Informação verbal, 2020).

Do mesmo modo, há o controle na preservação das demais áreas verdes, o que influenciou a aposentada a entender que os órgãos ambientais são efetivos e atuam de forma responsável. “Porque se for cortar um pau aí, tem como quem liga pro Ibama e o Ibama vem e empata... Só não pode destruir...” (E07, Informação verbal, 2020). Do mesmo modo, há a questão da poluição e as medidas tomadas. Quando questionado a respeito da devastação dos mangues, o entrevistado E01 assume os espaços dominados pela ação do homem, mas acredita que o controle ambiental é a solução na contemporaneidade. “Aracaju não tem mais espaço de crescer, aí tão entrando pra dentro do mangue... Mais agora o Ibama já deu em cima e não pode mais aterrar mais o manguezal” (E01, Informação verbal, 2020).

Quanto a interferência ao meio ambiente, a Administração Estadual do Meio Ambiente (Adema) e o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), na visão do entrevistado E02, ganham relevância pela colaboração na identificação dos espaços devastados pela poluição.

Hoje tem o meio ambiente que faz pesquisa, divulga, tem o Ibama, que são liderança nisso, pra mostrar... É tanto que é os órgão que ajuda nós, ajuda o meio ambiente, o Ibama, a polícia ambiental... Quer dizer a polícia ambiental mais o Ibama são os órgão que ajuda nós, que nós sabe a área que é boa, a área que dá pra pescar... Então é tudo, nós vê através desse povo... Tem gente estudado lá dentro, né? (E02, Informação verbal, 2020).

Embora o entrevistado E03 visualize que o órgão está inserido na comunidade, este não cumpre sua função na fiscalização, justamente por entender que a população que entra nos mangues em épocas de reprodução não é repreendida ou advertida. “Tem a Adema fica aqui direto, mas o quê? Mas não entra dentro do mangue... Aqui não tem fiscal, que antigamente

tinha fiscal, é por isso sai a colônia do pescador, tem o defeso... Tem o fiscal pra ele fiscalizar todo pescador...” (E03, Informação verbal, 2020).

No Povoado Coqueiro, à medida que tem causado impacto direto nas atividades do mangue é o período de defeso. Esse período é marcado pela intervenção dos órgãos com a fiscalização nas áreas de preservação ambiental, que impedem todo tipo de pesca. Entretanto, as famílias que fazem parte do Bolsa Família deixam de receber este benefício durante o seguro.

Por parte dos entrevistados, há diferentes percepções a respeito disso. Para alguns, há o entendimento de que os benefícios são mecanismos de ajuda à população, justamente pela falta de políticas públicas que deem visibilidade e suporte para a manutenção da própria população. “Porque eu tenho barco, tenho motor, né? Também da maré, do Seguro Defeso também, quando recebe, né? A gente sempre compra uma coisinha, porque já é uma ajuda...” (E09, Informação verbal, 2020); “Se não for esse auxílio, esse coisa que vem do governo federal, essa ajuda que vem, né? Pros catadores de caranguejo, essas pessoas assim...” (E08, Informação verbal, 2020).

Essas intervenções, por outro lado, têm causado confusão nas atividades do mangue, principalmente pelo fato destas estarem em desacordo com o modelo econômico do estado. Ainda que os benefícios sejam vistos pela população como essenciais para o desenvolvimento da comunidade, visualiza-se diferentes inconsistências no acesso. No período que foram coletadas as entrevistas, a população ainda não tinha recebido o Seguro Defeso. “O cara for de viver, de esperar por esse seguro pra sustentar a família, morre de fome” (E04, Informação verbal, 2020).

Desde a instauração do projeto, muitos indivíduos que não atuavam necessariamente no trabalho pesqueiro resolveram solicitar o benefício, por conta da situação de desemprego, como bem identifica o entrevistado E04. Abrem-se os questionamentos quanto a má distribuição dos benefícios, já que a própria população tenta burlar as leis vigentes. Mesmo que rejeitem as atividades de pesca e coleta, assumem-se como trabalhadores do ramo a fim de serem inseridos entre os beneficiários.

Cê vê que se eles fosse tão inteligente eles fazia muitas perguntas, essa pesquisa de campo como você tá fazendo, porque você ta realmente conhecendo que a pessoa é pescador. Aí o que que acontece, muitas pessoas, sabe o que é a maré, porque mora aqui e conhece, né? Mas aí, atrapalha quem realmente é, porque todo mundo quer ser pescador pra poder receber benefício (E06, Informação verbal, 2020).

Entre outros problemas, destaca-se também as dificuldades na gestão e na distribuição dentro dos prazos estabelecidos pelos calendários do INSS, já que a não liberação do seguro e

o impedimento do trabalho no mangue causa revolta à população, que não detém de nenhum outro meio para sua sobrevivência. “Aí cê vai pegar o caranguejo que é pra arranjar o pão dos fio e eles num quere. Agora o dinheiro tá lá empacado” (E04, Informação verbal, 2020).

Por outro lado, há um sentimento de ineficiência e aceitação

P.: O que a senhora sente com essa desvalorização?

E05: Nós num faz nada.

P.: Não tem o que fazer?

E05: O que vai fazer? Que nem nós faz, as menina liga e eles falam que o problema é São Cristóvão que quer comer o dinheiro do povo...

P.: Vocês ligaram pra onde?

E05: Pra Brasília pra saber o negócio do bolsa família.

P.: E o que eles falaram?

E05: Falaram que era aí em São Cristóvão, que lá num era não.

P.: E aqui em São Cristóvão?

E05: Ninguém foi resolver não... A gente num foi não, fica assim mesmo. As menina num foram não...

P.: E se não sair nenhum dos dois?

E05: Fica assim mesmo, vai fazer o quê? Ninguém vai brigar mais eles, o povo num vai brigar mais eles. É todo mundo, né um pessoal só não... Todo mundo tira o defeso aqui... (E07, Informação verbal, 2020).

No diagnóstico do Ipea (2014), muitos problemas do Seguro Defeso estão relacionados a atenção do programa a beneficiários que aparentemente não fazem parte dos grupos de pescadores artesanais ou sequer são pescadores. Esse problema foi identificado pelo levantamento da quantidade de pescadores artesanais e o número de beneficiários que, segundo o relatório, é discrepante. Para alguns ocupantes, a fiscalização é importante para a preservação, no entanto, torna-se desnecessária, já que os órgãos não cumprem o controle na atividade no mangue porque a própria comunidade não respeita muitos dos períodos de reprodução, como aponta o entrevistado E03.

A quantidade de caranguejo diminuiu muita, muito... Se não fosse mais esse negócio do Ibama, antigamente a gente a regra, a gente fazia nós mesmo. Nossos pais... Quando chegava no tempo do caranguejo, caranguejo, de defeso, é o defeso de acasalar, nós num pegava aqui não... Ninguém pegava caranguejo, esse povo mais velho... (E03, Informação verbal, 2020).

Tais contradições revelam, por meio dos discursos, que as políticas ambientais tornam-se ineficientes, devido as condições precárias de trabalho, a irregularidade na distribuição do Seguro Defeso e a falta de um sistema de crédito para que o catador possa contornar suas dificuldades financeiras. Os catadores que não recebem, levantam críticas a população ofertada, bem como aos métodos pelos quais esses benefícios são efetivados nas atividades dos mangues.

“Quando a lei botou esse negócio de defeso foi que piorou mais ainda... Ai é pronto... A turma ia também esbagaçando mesmo...” (E03, Informação verbal, 2020).

Assim, entende-se que o Estado não apresenta mecanismos que proporcionem o desenvolvimento local, e ao mesmo tempo que intervém nas políticas ambientais, a própria população encontra-se obrigada a descumpri-las. Como resultado, esses fatores prejudicam o meio ambiente e a própria população que se beneficia dele. Assim, os trabalhadores locais enfrentam uma legislação na qual não estão inseridos, que nem foi pensada para a realidade local e muito menos para atender seus interesses.

Não existe porque para o povo, o padrão de vida pra o mangueiro tinha que ter o investimento do governo federal ou de algum órgão pra arrumar um jeito deles ter um financiamento pra comprar um barco.. E isso eles não consegue. Nem um pobre chega no banco que num tem uma carteira assinada, que num tem uma fonte de renda, pra o banco emprestar pra fazer um barco (E02, Informação verbal, 2020).

Ainda que as políticas ambientais não sejam novidade, as vozes da população mais velha denunciam que na comunidade elas são recentes. As melhorias com acesso a benefícios sociais e as intervenções no meio ambiente são mais constantes na contemporaneidade. Na observação do senhor E01, as políticas de seu tempo não deram a devida atenção como se tem dado aos pescadores na contemporaneidade. A partir de sua própria experiência, ele entende que houve um avanço, ainda que pequeno, no trabalho do mangue e nas políticas ambientais.

Os benefício é que tinha que aposentar com vinte e cinco anos de contribuição de aposentado, agora é trinta ano. Quer dizer que o cara já tá com quarenta, cinquenta ano num sofrimento desse, vai chegar a ter esse direito, quando vai receber um dinheiro de uma aposentadoria já tá com o quê? Sessenta e cinco, setenta ano. Já tá arrebitado de tanto trabalhar, que nem eu tô aqui, olhe [mostra a mão]. Eu tô trabalhando pra não pedir esmola e nem roubar (E01, Informação verbal, 2020).

No entanto, na percepção do E02 não há políticas de assistência à população no que se refere a um sistema de créditos que facilite o trabalho.

Se for um barquinho pequeno é três mil... O banco, qual é o caranguejero que vai chegar lá sem uma carteira assinada, sem uma fonte de renda, sem um comprovante de renda e dizer: banco me empreste três mil que eu quero fazer o barco? Num existe. Num tem nenhum órgão que faça empréstimo pra comprar o barco, porque até o que eles num conhece como fonte de renda. Eu ainda num vi um manguero chegar, vou fazer um depósito aqui de caranguejo... Eu ainda num vi.... Vou fazer um deposito aqui que eu peguei um peixe e vim botar o dinheiro no banco... (E02, Informação verbal, 2020).

Evidencia-se que a atividade carece de políticas de atenção ao catador que possam auxiliar no desenvolvimento da economia local. A esse aspecto, foi perceptível a indignação por parte de algumas pessoas e a falta de total esclarecimento das obrigações do Estado na valorização trabalhista e humanitária da comunidade.

O benefício pro pescador, só é esse mesmo, que eu tenho. A pesca. É, a pesca aí, é ele liberar dinheiro pro povo comprar, né? A pescaria, o barco, tudo, mas num fez não. Aqui tudo o que eu povo tem aqui é do suor, do trabalho, né? Nada de prefeito num dá não. Prefeito aqui num dá nada a ninguém não (E04, Informação verbal, 2020).

Diante dos constantes processos que dificultam as atividades no mangue que, segundo as falas dos entrevistados, estão historicamente relacionados a comunidade, contraditoriamente o caranguejo em Aracaju, conforme aponta Azevedo (2014), ganhou atenção significativa graças ao potencial turístico recebido nas últimas décadas. De fato, este elemento ganhou impulso nas últimas décadas pela prática do turismo se configurar como uma das preocupações para o desenvolvimento da região, e ter avançado nas políticas para o desenvolvimento econômico, social e cultural. Teoricamente as estratégias de desenvolvimento do estado, no que se refere às desigualdades econômicas e sociais, têm partido do turismo como pressuposto para a geração de emprego e renda.

Na percepção de toda a população entrevistada, a prática turística tem gerado possibilidades aos catadores de caranguejo, justamente por servir de visibilidade ao crustáceo. O turismo, segundo suas visões, agrega pelo fator gastronômico, quando se diz que “Ajudou porque o turista é quem come o caranguejo, né?” (E04, Informação verbal, 2020); no viés publicitário, quando junto às empresas de comunicação deu visibilidade ao elemento, “Rapaz, ajudou, porque tá falando do caranguejo, entendeu? Ajudou!” (E08, Informação verbal, 2020); ou no viés econômico, facilitador das vendas de caranguejo no estado de Sergipe: “Como é conhecido, qualquer pessoa, quando vai pra feira o povo compra, né?” (E09, Informação verbal, 2020).

Os discursos dos catadores e catadoras demonstram que o turismo se configura como mecanismo comercial. Essa visão, de maneira indireta, contribui para pensar a prática turística como ferramenta de espetacularização e comercialização de modelos de identidades. Deste modo, entende-se que a população considera que a visibilidade comercial torna o caranguejo um símbolo de poder, que consequentemente alavanca o propósito comercial e contribui para suas realidades. “Hoje tem mais valor por causa dos turistas, né? Que tá em Aracaju sempre, né? Que conheceu o caranguejo em Aracaju, aí ficou famoso” (E10, Informação verbal, 2020).

Para o entrevistado E01, a criação de espaços como a Orla de Atalaia reforçou ainda mais a importância do caranguejo enquanto símbolo identitário do sergipano, e criou possibilidades para o avanço nas vendas desde o catador até empreendimentos como bares e restaurantes.

Só tá melhorzinho porque hoje tem a Atalaia, a coisa da Atalaia que puxa muito caranguejo, que tem muito caranguejo grande de fora... Aí quer dizer, pegou comércio, porque, quer dizer, todo mundo rico quer tomar cervejinha, vem de fora, o povo, né? Os turista vem de fora, quando chega ali: “vamo comer um caranguejo”. Aquele dono do bar tem alegria, vai comprar muito caranguejo, vai lá embaixo, pode ser quanto for uma corda de caranguejo daqueles grande, mas eles num tá olhando porque sabe que ele vai ganhar de cima daquilo, que o rico tem dinheiro pra comprar aquilo (E01, Informação verbal, 2020).

Além da Orla de Atalaia, outros diferentes espaços turísticos passaram a compor o cenário de construção e disseminação das imagens do caranguejo, tanto para a população local quanto para o reconhecimento do estado em nível nacional. Há, também, o entendimento por parte da marisqueira E10, que visualiza o crustáceo como gastronomia local que determina as práticas turísticas. “É, as pessoas também, né? Que gostam do caranguejo. Porque em Aracaju o povo gosta muito do caranguejo na cervejinha de tarde...” (E10, Informação verbal, 2020). Infere-se, portanto, que essa construção do hábito do sergipano em comer caranguejo na praia é um fator percebido por algumas pessoas da comunidade, que se apropriam dele para fomentar e formular estratégias de ação que lhes sejam favoráveis.

Eu acho que no estado de Sergipe não tem um lugar pra... Pra ter um marisco mais procurado que o caranguejo... Hoje em dia tem muita opção de caranguejo, de fazer todo tipo de marisco sobre o caranguejo... Sobre o aratu... É por isso que eu falo, o caranguejo evoluiu muito e é por isso que ele tá ficando mais difícil... (E03, Informação verbal, 2020).

Nessa mesma perspectiva, o cambista E02 visualiza a importância das políticas de turismo a fim de alavancar as vendas do crustáceo e, consequentemente, facilitar o trabalho dos catadores e vendedores de caranguejo. A propaganda comercial por parte de mecanismos da comunicação seria o fator facilitador que, segundo ele, já havia dado certo em outras gestões políticas.

Teve um tempo que nós vendia bem quando tinha um... Num sei qual foi a gestão do governadô, que botou, que fazia propagando do marisco, tanto peixe, como caranguejo, como camarão, até fora... Tinha uma propaganda que



passava e a... Era num sei o quê... Eu sei que era um coisa do estado. E esse, esse, essa propaganda trouxe bastante gente de fora. Final de ano mesmo foi o tempo que teve mais turista, nós até se admirava e todo turista que vinha, vinha pro mercado (E02, Informação verbal, 2020).

Deste modo, segundo o cambista E02, a propaganda trata-se de um fator preponderante e quando não é bem desenvolvida, acarreta na diminuição frequente das vendas e na queda da economia familiar.

Hoje em dia por causa de propaganda que num existe, não tem mais ninguém que faça investimento nessa área, parou. Esse ano mesmo foi pouco turista e o turista que apareceu não teve lá muito procurando marisco nem nada não. Foi tanto que as venda nem... Não teve nem melhor. No mês de São João mesmo pra milho, milho e marisco é as venda principal. Foi devagar (E02, Informação verbal, 2020).

De todo modo, as falas dos entrevistados demonstram que o turismo é o mecanismo potencializador do comércio de caranguejos, justamente porque a economia local não lhes apresenta perspectivas de mudanças. Inclusive, a injusta política comercial influencia e afeta a população e a torna esta capaz de entender que o turismo seria o caminho capaz de fornecer subsídios para fomentar as vendas e proporcionar melhorias econômicas. Infere-se, neste ponto, que inexistente a harmonia entre as características históricas, sociais e culturais frente as políticas de turismo.

Define-se, pois, a natureza de um turismo que recorrentemente se apropria dos elementos do povo, alia-se à um grupo que está fora do âmbito comunitário, atribui a percepção de identidade ao caranguejo, mas desconsidera-se o cheiro e o gosto do povo. Questionado a esse respeito, o cambista E02 entende que, em espaços turísticos, o catador e o vendedor de caranguejo atuam apenas com o comércio. “A nossa parte é o vender” (E02, Informação verbal, 2020).

A partir dos discursos, entende-se que o fato de o caranguejo ser identificado em outros espaços como “deles”, “pra eles”, distante do seu hábitat natural – o manguezal – observa-se o que Canclini (2015a) apresenta em relação a reconfiguração da cultura em outros espaços a partir da comunicação e do turismo.

Há, portanto, de se considerar a falta de políticas de turismo que compreendam a realidade local e proponham mudanças nas atividades comunitárias a fim de estabelecer participação da população em outros espaços. Como cidade turística, São Cristóvão carece do entendimento da riqueza cultural da cidade e necessidade de uma comunicação efetiva com as

políticas de estado que fortaleçam o desenvolvimento econômico, social, cultural e sustentável das áreas ricas de recursos naturais, mas que seguem à margem nas propostas políticas. Dessa maneira, se o âmbito comunitário não estiver envolvido no planejamento, o desenvolvimento neste espaço acaba ineficiente. A própria abrangência da folkcomunicação ao determinar o folkturismo como um mecanismo de visibilidade às atividades culturais, preza a participação do povo frente às políticas de turismo e de desenvolvimento local (LUCENA FILHO, 2003; SANTANA, LUCENA FILHO, 2018).

### **2.2.3 Identidade**

A identidade local constrói-se através da experiência histórica do seu povo. Assim, o espaço comunitário, ou o que Beltrão (2014, 1980) refere-se ao grupal, articulado aos mesmos costumes e hábitos, constrói e reconstrói identidades próprias e de acordo com os interesses de seus indivíduos. A comunicação seria a ferramenta essencial para efetivar tais laços e compromissos. Assim, esta identidade se relaciona com o sentimento de pertencimento que se estabelece a partir de características, sejam elas culturais, econômicas, trabalhistas, sociais e se interpenetram com própria identificação como catador de caranguejo, pescador ou marisqueiro.

Reconhece-se a área que o povoado está localizado em um espaço rural, definida como comunidade pesqueira, diferenciada geograficamente não apenas pela configuração rural, mas pelo acesso aos recursos econômicos e o nível cultural, já que a relação com a maré é muito forte. Esta estreita relação com o ambiente se manifesta numa intensa interação que revela-se em aspectos do cotidiano e que caracterizam sua condição sociocultural. Assim, consideramos dois aspectos importantes para o incentivo a atividade: 1) a necessidade de subsistência, já que a população se encontra em um território consideravelmente marginalizado e distante de outras atividades; e 2) a cultura local, no que se refere a perpetuação da prática da coleta de caranguejo deixadas pelos seus antepassados. Esse conhecimento, por sua vez, atravessa o cotidiano, dá mecanismos de continuidade das práticas culturais, a diversidade – biológica e social – e configura suas visões de mundo.

Esses dois aspectos, de certo modo, enfatizam historicamente o envolvimento familiar e a necessidade de subsistência que caracterizam a atividade do mangue como mecanismo, tanto de lazer como de trabalho. Ressalta, pois, a sua importância dentro do contexto sócio-econômico-cultural através da transferência do conhecimento dos mais velhos aos mais jovens. “Antes dos 12 eu já pescava. Ia pescar com meu pai, com minha mãe... já trabalhava já... O

ramo era a maré mermo. Tinha outra opção não... Era pesca caranguejo, era redinha, peixe, camarão...” (E03, Informação verbal, 2020).

Encontram-se, explicitamente, o fator cultural no que se refere a proteção dos seus valores. A herança de seus antepassados para a perpetuação da prática da coleta de caranguejos é determinante para a iniciação na atividade.

Ah isso aí já vem de... de pai pra filho, de avô, já vem.. que você fica ali, você já nasce bem próximo a maré, aí você decora o horário que ela vai vazando, tá secando e ta enchendo e em casa horário ela muda meia hora, aí você vai decorando (E03, Informação verbal, 2020).

No entanto, mesmo com reconhecimento ou não, o trabalho é necessário para a sobrevivência. “Um reconhece o trabalho que dá. E outro não. Mas num tem jeito, o serviço da metade do povo daqui é isso mesmo” (E04, Informação Verbal, 2020).

A falta de assistência do Estado, somada à maneira que a sociedade aprende a enxergar o fator "pobreza" e sua relação com as identidades locais, configuram e reconfiguram recorrentemente as referências da população do povoado coqueiro. Não obstante às dificuldades, a marginalidade é recorrente neste grupo, e os únicos mecanismos de mudança e transformação que a população visualiza é o acesso ao seguro ou aposentadoria. Seria, neste caso, um tipo de ajuda que a maioria dos entrevistados consegue enxergar devido, principalmente, ao fato de muitas das pessoas da comunidade terem a possibilidade de deixarem suas casas de taipa e terem acesso as de alvenaria. “Porque se a gente, se num tivesse defeso ninguém tinha uma casa hoje em dia, né? A casa que tinha era de taipa, porque trabaiá na maré pra sobreviver pra ter casa de broco, num tem condições” (E07, Informação verbal, 2020).

Em todas as dimensões ressaltadas em cada um dos depoimentos, nota-se que o fator econômico foi priorizado, já que as políticas econômicas adotadas no processo de formação do Brasil, e consequentemente do Nordeste, destacadas por Furtado (1959), Freire (2018a) e Cardoso (1979), influenciaram na origem da consciência da população. Em outras palavras, as atividades no mangue se caracterizam como um mecanismo de tamanha significância de suas identidades, justamente pelo sentido de pertencimento com a prática. Da mesma maneira que o indivíduo recebe influência do seu território nos mecanismos de molde do seu subjetivo, a penetração da cultura local o adapta a esta realidade. Por outro lado, o aspecto econômico é definidor para o trabalho e a sua própria percepção quanto ao pertencimento e identificação.

As perspectivas teóricas a respeito do desenvolvimento econômico e a formação social do Brasil, demonstraram efeitos devastadores na integração social. Está intrinsecamente

marcada na sociedade uma ordem competitiva de alcance aos estilos de vida e identidades recorrentemente promovidos pelos meios de comunicação, principalmente com a horizontalidade do processo de comunicação. Tais fatores, juntamente com a ausência de políticas de atenção a atividade no mangue, estão historicamente atrelados a região e grande parte da população não enxerga a necessidade de auxílio nas atividades para o desenvolvimento local, senão como uma ajuda financeira do governo.

Uma cesta básica, uma ajuda pros pobre num tem, né? Num dão. Quer dizer, até o que tem tiram, que agora tem gente que num tem esse benefício, num trabalha nem com isso, mas tá fixado, então pega, às vezes tem gente que num tem esse benefício, mas o que tem tira numa bolsa escola, grampeia por uns quatro meses, cinco meses, a pessoa fica sem nada (E06, Informação verbal, 2020).

Na visão da população do Coqueiro, o Seguro Defeso trata-se de um programa social de atenção e ajuda à pescadores e marisqueiros, o que demonstra uma postura servil e dependente, como se o Estado fosse apenas um prestador de serviços e favores à população. No entanto, estes mecanismos reconhecidos como “benefícios” tratam-se de obrigações do Estado em manter os pescadores, já que os mesmos são impedidos de exercerem suas atividades durante a reprodução. Para alguns a aposentadoria se caracteriza como um direito que só pode ser alcançado se houver o sofrimento de muitos anos acumulados na coleta de caranguejos.

Sei que tô pensando, toda hora tô clamando a Deus que tenha piedade de mim.. Porque canto que eu sofri, canto que eu trabalhei cum dignidade pra num pegar num que é dos outros... E já tô veio desse jeito que ainda trabalho na roça... Vou morrer na roça, no cabo da enxada... E eu peço a meu Deus, Deus dê um negócio pra eu melhorar mais uns dia, passar mais uns dias aqui na terra, tendo meu retorno que eu trabalhei tanto, contribuí tanto e num tenho meu retorno (E01, Informação Verbal, 2020).

É por isso que não há críticas firmes quanto a oferta do seguro, ao contrário. A população demonstra incapacidade e inoperância, silenciada a espera de “ajuda”. Entende-se que a situação de marginalização frente às políticas do poder público é tão intensa e estrutural, que os próprios indivíduos não se percebem assim, por vezes não acreditam na possibilidade de deixar tão condição, outros possuem uma visão mais limitada, já que enxergam apenas a possibilidade de encontrar um trabalho formal, seja qual for, que lhe possibilite acesso a um salário mínimo.

Diante da inoperância do Estado e da carência de políticas efetivas, essa população não se interroga sobre tal situação e se deixa levar por uma ingenuidade, ao acreditar que a

marginalidade faz parte da sua vida, que não há possibilidades de mudanças e que Deus seria o único a olhar por ela. “Quando Deus passar a mão em cima conserta, mas o homem da terra num conserta mais nada, só faz destruí” (E01, Informação Verbal, 2020); Tudo ta lá no mangue, foi Jesus que botou, né? Que a gente num coloquemo nada lá, né? Porque se ele num quiser, a gente nu vai pegar o caranguejo. É quem dá força, coragem, pra gente ir pegar, né? (E04, Informação verbal, 2020).

Assim, sem se perceber marginal, o indivíduo se sente satisfeito, afinal foi o único método de desenvolvimento familiar e de possibilidade de sobrevivência, que Deus lhe proporcionou e que em outro lugar não se conseguiria mais oportunidades. “Ah, Deus tá olhando pra gente, né? A gente trabalhando e olhando pra gente...” (E07, Informação verbal, 2020).

Se hoje eu vivo, eu vivo do mangue. Então é um lado ruim pra o sofrimento, mas que eu só tenho que agradecer a Deus, porque foi a profissão que eu arrumei. E o trabalho que a pessoa que arruma, que dá pra ganhar o pão, a pessoa tem que se conformar com ele porque eu num estudei pra sê nem um mecânico, nem um pedreiro, nem um juiz, nem um advogado, nem um... Nenhuma parte, a não sê a maresia, então eu tenho que agradecer a Deus é isso mesmo, né? (E02, Informação verbal, 2020).

É pedir a Deus, sabe? Saúde, força e... assim, que a pessoa quando acordar cedo quentinho de sua cama, pegar um casaco, pegar dois pão seco, um modo de dizer, colocar dentro de uma bolsa e sair e sem saber a hora que vai voltar pra fazer o sustento dos seus filhos, é, né brincadeira (E08, Informação verbal, 2020).

Diante dos discursos dos entrevistados, embora cada um tenha claro que o desenvolvimento do povoado é a economia familiar a partir das atividades pesqueiras, para alguns a transformação se daria através de outras estratégias, como a procura por atividades externas. Ou seja, visualizam a promoção de novos empregos, que podem não ter relação nenhuma com a pesca e as atividades da agricultura.

Governo, prefeito, botasse emprego, empresa que tivesse emprego pras pessoas... Como é que vai viver? O povo vai viver só disso, de maré? Pra miorar... Disso aí, a miora é como tá, num tirar o defeso... Se tirar o defeso, se cortar isso aí, é o presidente mais o governo olhar pra que num acaba esse negócio. Num acabe o bolsa família, num deixe acabar o bolsa família que tá ajudano os pai de família... Porque se cortar isso, acabou tudo.. Vai acabar a família, vai acabar o povo.... (E01, Informação verbal, 2020).

Deste modo, visualiza-se que tamanha desvalorização das atividades pesqueiras e a falta de políticas públicas influenciam diretamente na observação da população em outros meios de trabalho. E, por considerar que o trabalho no mangue faz parte de suas próprias identidades, os fatores de exclusão, por outro lado, contribuem significativamente para a renegação dessas mesmas identidades. A relação com o mangue, por vezes, é muito mais econômica que cultural, tanto que a percepção de participação na mídia, através da imagem do caranguejo, é de valorização do trabalho, sem questionamentos se de fato o que é disseminado midiaticamente é algo que os representem.

A despeito das dificuldades que assolam mais da metade da população que sobrevive unicamente das atividades pesqueiras, ingenuamente, sem se perceber como sujeito marginalizado, o indivíduo sente-se satisfeito. Afinal, este foi o único método de desenvolvimento familiar e de possibilidade de sobrevivência encontrado.

Mesmo que o trabalho no mangue faça parte de sua identidade, o catador visualiza-o como "inferior", por sua condição influenciada pelos meios de comunicação e pela falta do reconhecimento. Essa percepção está clara para os entrevistados e entrevistadas, mas é ainda mais forte pelo fator de exclusão, já que o trabalhador rural se sente inferiorizado e incapaz de retomar os estudos para melhor se profissionalizar. Além disso, mesmo que esta condição não fosse significativa, ainda assim os mesmos se sentiriam desvalorizados no mercado de trabalho. A qualificação profissional seria, nesse sentido, a justificativa peculiar na qual o catador se integra às condições de sua existência enquanto marginal, principalmente porque ele define uma alternativa de negação do seu *status quo*.

De fato, historicamente as atividades do âmbito rural são desvalorizadas, e essa desvalorização causa um impacto em seus praticantes. No entanto, mesmo que isso seja um fator considerável, a atividade não deixa de ser relevante para o desenvolvimento da localidade e de todo o Estado, já que a figura do caranguejo tem ganhado visibilidade no turismo e no viés econômico.

Devido aquela amostra que evoluiu o caranguejo... O caranguejo ganhou mais crédito... Hoje começou o caranguejo ter mais saída, ter mais processo por causa daquele o caranguejo... Que os povo, os turista começou a ver e começou a querer experimentar... O caranguejo daquilo foi crescendo, crescendo e hoje você vê... A praia ali, cê vê uma praia daquela pra num tá cheia de turista comendo caranguejo... (E01, Informação verbal, 2020).

Certamente se houvesse esse entendimento por parte do poder público e dos próprios ocupantes, não haveria o deslumbramento destes em enxergar atividades de fora de seus

contextos. Esta observação em específico, abre a necessidade de retomarmos alguns questionamentos abertos na discussão da folkcomunicação no que se refere à valorização identitária e a importância de promover a comunicação entre os grupos. Na comunidade, o fato do grupo se auto renegar e enxergar outras atividades como um meio de sair da situação de desvalorização trabalhista, automaticamente afirma que a atividade no mangue é inferior. Se, da mesma maneira, alguns dos entrevistados entrevistadas demonstraram auto renegação de suas identidades, aqueles que apresentam uma visão mais ingênua, sabem da importância dela, mas não questiona e nem cobra do Estado mudanças nas políticas de atenção as atividades no mangue.

Deste modo, é importante considerar que, apesar destes fatores que tornam a atividade no mangue difícil e de pouco valor, frente a um Estado que não atua no espaço comunitário e aos meios de comunicação que seguem a marginalizar o âmbito comunitário, a população se mantém orgulhosa por atuarem no trabalho duro com honestidade para sustentar suas famílias. “Então eu acho isso, que esse trabalho é digno de... é honestidade, agora eu... eu num tenho vergonha de dizer "eu sou marisqueira", tendeu? (E08, Informação verbal, 2020); “Só a gente só dá valor assim, nosso trabalho, que a gente vai sustentar nossa casa, mais pra aqui o pessoal... Pode dá valor assim, porque a gente vai pegar, né?” (E10, Informação verbal, 2020);

Inferimos que a identidade, através do caranguejo, desses catadores e catadoras é realmente de sofrendores, mas tratam-se de sofrendores que não fogem à luta. O caranguejo, neste aspecto, torna-se um símbolo de vitória em suas vidas.

Um sustento, tendeu? Assim, um sustento que leva a gente se valorizar, tendeu? Que dá o valor, que traz o sustento pra mesa da família, tendeu? É um grande valor. Eu acho assim, um grande valor, caranguejo, que também combate muitas fomes, de muitas pessoas... (E08, Informação verbal, 2020).

Assim, a identidade dos ocupantes se configura como a principal categoria presente no discurso da população, já que a mesma estrutura seu mundo e inconsistências e conflitos gerados pela realidade na qual se encontram são definidos. Tanto objetiva quanto subjetivamente, esse grupo se sente possuidor da coleta de caranguejo por sua própria experiência de vida, já que sua força de trabalho permite o acesso aos meios necessários à sua subsistência.

Entretanto, é importante destacar que embora este tipo de trabalho seja marginalizado e não receba apoio das políticas econômicas e de participação, a situação não afetou suas identidades e, mesmo que os indivíduos tenham inserido em seus discursos todas as

problemáticas construídas pelas dificuldades de estar inserido neste lugar diante da sociedade, sua representação é tanto fruto quanto fator integrador do sistema da marginalização.

Visualizamos que sindicatos e associações são fortemente representações de um grupo que se encontra em tal situação, e suas atividades corroboram para a luta dos mesmos no acesso aos demais espaços da sociedade. Observa-se recorrentemente na fala de alguns outros pescadores a importância que estes dão aos seus representantes trabalhistas que, no caso da população do Coqueiro, em sua maioria, são as colônias de pescadores. É através dessa associação que catadores e catadoras de caranguejo, juntamente com os pescadores, pescadoras, marisqueiros e marisqueiras, recorrem ao cadastro e aos pedidos pelo seguro defeso e aposentadoria.

P: E você participa de algum sindicato?

E09: Sim, INSS, pela pesca...

P: O sindicato dos pescadores?

E09: É, a pesca, é... Pagar a pesca.

P: E vocês pagam por mês?

E09: Nós paga assim, depende, sabe? Quando é no tempo do defeso, aí num paga o INSS... Só paga quando é assim... Esse mês de junho nós paga, julho nós paga, tendeu? Aí no mês que dá entrada aí num tem que pagar.

P: Tem a ver com o defeso?

E09: Não... É como se fosse assim... Novembro, aí novembro a gente paga. Aí os mês de dezembro, que é pra sair o defeso, aí num tem que pagar, entendeu? (E09, Informação verbal, 2020).

De encontro as práticas da comunicação para o desenvolvimento (C4D), as associações e sindicatos são mecanismos que articulam a participação dos membros na sociedade, através do incentivo a movimentos de luta por políticas que deem validade à uma população excluída. O sentimento da maior parte da população é de medo e passividade frente ao grupo dirigente, e o único meio é aceitar e viver sem nenhum tipo de incentivo ou melhoria trabalhista. Como pontuou Peruzzo (2014), esse envolvimento fortalece o engajamento dos cidadãos nas atividades e na busca por seus direitos e, certamente, contribui significativamente na participação e na conquista da cidadania. No entanto, por este aspecto, percebemos que os sindicatos, associados e representantes, ainda não visualizaram uma melhor articulação voltada às necessidades de todo o grupo, principalmente pelo fato de não haver conhecimento das ferramentas de comunicação popular.

A maioria dos associados não conhecem as atividades sindicais e nem seus propósitos. A filiação pelo puro interesse de acessar os benefícios oferecidos pelas políticas de atenção as atividades pesqueiras, acabam por inviabilizar o entendimento dos direitos e conquistas dos



sindicatos e associações comunitárias. Ademais, impedem a participação da população geral nas lutas e negociações pelos seus direitos trabalhistas.

Não, a associação de pescadores é bom, né? Porque se o pescador pagar seus imposto direito, se tiver uma pessoa de bem, porque lá tem uma pessoa de bem, porque se num tivesse uma pessoa de bem, o cara num ia passar trinta anos, vinte e cinco anos naquele setor, né? (E01, Informação verbal, 2020).

Questionada a esse respeito, a vendedora E08 diz não ter associação na região, o que demonstra que o sindicato, embora localizado na região central de São Cristóvão, não atua de forma efetiva ou pelo menos não tem um diálogo efetivo entre os associados. O fato do distanciamento da realidade do Coqueiro é crucial para a percepção da falta de atenção que a própria população relata em relação as atividades dos sindicatos e seus representantes. “De tudo hoje em dia tem associação... Assisto televisão e sei... E veve tudo numa boa... Agora aqui, meu fio... Num tem essas regalia não. Não tem nada organizado, é tudo desorganizado” (E03, Informação verbal, 2020).

O catador E03, que não recebe o seguro, enfatiza que a associação é desorganizada. Certamente, esta fala é fruto da insatisfação por não ter sido contemplado com o benefício. “De tudo hoje em dia tem associação... Assisto televisão e sei... E veve tudo numa boa... Agora aqui, meu fio... Num tem essas regalia não. Não tem nada organizado, é tudo desorganizado” (E03, Informação verbal, 2020). A fala da E10 também demonstra descontentamento com a Colônia de Pescadores: “É assim, o prefeito, assim, a pesca [se refere à associação]... Sei lá, num dá incentivo pra isso, pra ajudar ninguém não” (E10, Informação verbal, 2020). Assim como o próprio representante, que não compre com suas obrigações, de acordo com o catador E04:

Aí pronto o presidente da sede de São Cristóvão começou a colocar o povo, quem não pesca, que não sabe nem o que é maré, mora aqui, mas vai lá é pra tomar banho, de vez em quando, mais é tudo cadastrado lá na pesca. Depois disso encheu a sede, atrapalhou a gente que somos pescador (E04, Informação verbal, 2020).

A fala acima apresenta um conflito – já discutido nas páginas anteriores – dos associados e da população que tem adentrado nos mangues e acessado o direito ao seguro. Além disso, o cambista E02 levanta a situação de exploração no que se refere às vendas de caranguejos. Segundo ele, esse problema é de responsabilidade das associações e sindicatos, mas não isenta totalmente a população nesse processo.

Então é essa aí, era pra associações tomar conta disso, né? Era pra associação tomar conta disso. As associações não, não tomaram conta nem nada e eu também me aquietei. Eu também nunca me interessei, até por isso. Até eu acho porque nós vende os produto, mais se acabando, né? Ficamos parado. Nunca me procurei se informar sobre isso (E02, Informação verbal, 2020).

Portanto, acreditamos que o estudo dos saberes das comunidades ribeirinhas, seus mecanismos de subsistência e resistência às políticas que complementam ainda mais a exclusão e marginalização do grupo de catadores de caranguejo torna-se complexa. A folkcomunicação evidencia o desafio de visualizar o valor identitário dos ocupantes e a importância dos seus conhecimentos. Representam, deste modo, a necessidade de valorização e incentivo as práticas culturais desenvolvidas para garantir a preservação de uma atividade tão importante, principalmente por se tratar da realidade aracajuana, onde o caranguejo tem extrema relevância como grande representante cultural.

Ainda que esta pesquisa não busque adentrar nas questões de políticas públicas voltadas às comunidades ribeirinhas, faz-se relevante destacar que há obrigação do Estado em elaborar mecanismos legais que respeitem a prática de coleta de caranguejos, ouça seus praticantes e reconheçam a atividade de cata de caranguejos como vital para os setores econômicos e turísticos, a fim de promover o desenvolvimento pessoal e regional.

## **CAPÍTULO IV – IDENTIDADE E A COBERTURA MIDIÁTICA DO FESTIVAL DO CARANGUEJO**

Este último capítulo objetiva apresentar uma discussão crítica sobre o processo comunicacional estabelecido na construção da identidade cultural de Aracaju, a partir do discurso midiático. Por considerar o Festival do Caranguejo um importante evento turístico, onde se destacou a imagem do crustáceo, realizamos um recorte em seis veículos de comunicação de Aracaju, on-line e impressos, com o propósito de entender como a imprensa se apropria e articula os elementos identitários e sua influência na construção da identidade cultural aracajuana. A análise apresentada aqui servirá de base para confrontar a identidade da comunidade do caranguejo, trabalhada no capítulo anterior, com a identidade abordada na mídia, a fim de entender a relação entre estes dois universos na construção da identidade cultural de Aracaju.

A primeira seção traz dados sobre o mercado midiático aracajuano, com o objetivo de entender como este é organizado e articulado. Nesta, reservamos espaço para uma breve apresentação dos jornais e portais de notícias selecionados para análise. A segunda aborda o Festival do Caranguejo, com destaque à sua organização. Por fim, a terceira traz a análise da cobertura midiática do evento. Por meio de uma análise de enquadramento (SOARES, 2006), em conjunto com ferramentas de análise de conteúdo (BARDIN, 1988), as categorias definidas são as mesmas que utilizamos para a análise das entrevistas no capítulo anterior: Comunicação, Desenvolvimento e Identidade. As subcategorias, no entanto, foram organizadas de acordo com os assuntos abordados nas publicações analisadas<sup>109</sup>.

### **4.1 Articulação midiática local**

Recorrer à história da mídia requer, antes de mais nada, termos claro que a chegada de todos os veículos de comunicação tem sua relação forte com a classe política local e a lógica para implementação destes, gira em torno do favorecimento à hegemonia das elites de poder. De fato, os meios de comunicação se tornaram mecanismos de fortalecimento dos grupos políticos locais, que se utilizaram para uma auto promoção e a continuação de uma ideologia e a preservação do *status quo* da população local.

O modelo do coronelismo eletrônico, como abordamos no capítulo II, adentra a essa perspectiva justamente por demonstrar que veículos de comunicação seguem articulados a

---

<sup>109</sup> A operacionalização encontra-se no Apêndice B (p. 269).

partidos e grupos empresariais. Notadamente, a questão política predominante determina que essa estrutura caminhe e mantenha continuidade na história. Se nos referimos a um modelo de comunicação massivo que adentra no território brasileiro dentro de uma estrutura econômica, política e cultural da sociedade, na contemporaneidade este modelo segue ainda mais articulado.

A relação entre mídia e política é um problema que está enraizado na cultura e na prática política nacional. Se retomarmos a história dos meios de comunicação, especificamente a mídia impressa, o rádio e a TV, veremos que estes veículos estão associados ao avanço do capitalismo, gerenciados pelas oligarquias da política local e regional. Para a conquista e manutenção do poder político, os personagens das oligarquias locais utilizaram a comunicação como um mecanismo de articulação estratégico. No final dos anos 1980, os mais antigos grupos foram beneficiados pelas concessões dos meios, a partir dos apoios políticos-eleitorais pelo então Ministro das Comunicações, o baiano Antônio Carlos Magalhães, que detinha o controle dos rádios e TVs da história do país.

A história do mercado de comunicação de Sergipe ilustra parte de um processo que estabeleceu às lideranças locais a propriedade de grupos de comunicação. Tanto a imprensa, quanto o rádio e a televisão seguem uma lógica de dominância frente a sociedade. A partir de um levantamento de dados com os principais veículos de comunicação de Aracaju<sup>110</sup>, contabilizamos três jornais diários, um semanário, seis emissoras de televisão, treze emissoras de rádio e dezesseis portais de notícias.

Quadro 1. Veículos de comunicação instalados em Aracaju

VEÍCULOS	GRUPO/EMPRESÁRIO	IMPRES.	ON-LINE	TV	RÁDIO
Cinform	Grupo de Comunicação 'A Tarde'		X		
Jornal da cidade	Marcos Franco; Tereza Franco; Osvaldo Franco	X	X		
Jornal do Dia	Grupo Local <sup>111</sup>	X	X		
Correio de Sergipe	João Alves Neto	X			
Portal Infonet	Grupo Infonet		X		
Ne Notícias			X		
Ajn1 – Ag./Jornal de Notícias	João Alves Neto		X		
Hora News	Grupo Local		X		
Última Hora News	Grupo Local		X		

<sup>110</sup> Levando em consideração que a partir do avanço da Internet e das novas mídias digitais, é provável que existam portais de notícias distribuídos na capital que ainda não estão definitivamente consolidados.

<sup>111</sup> Identificamos por Grupo Local aqueles veículos que se consideram “independentes” e que nasceram por meio de projetos coletivos, sem nenhuma relação a grupos políticos ou empresariais, embora este conceito dependa de outras considerações que não foi possível levantar nesta pesquisa.

Jl Política	Jozailto Lima		X		
A8 SE	Sistema Atalaia de Comunicação		X		
G1 Sergipe	Rádio Televisão de Sergipe Ltda		X		
F5 News	Grupo Multserv		X		
TV Canção Nova	Fundação João Paulo II		X	X	
TV Atalaia	Sistema Atalaia de Comunicação			X	
TV Aperipê	Fundação Aperipê de Sergipe (FUNDAP)			X	
TV Sergipe	Rádio Televisão de Sergipe Ltda			X	
TV Liberdade (Rede Gênesis Sergipe)	Rede Gênesis			X	
TV Alese	Assembleia Legislativa de Sergipe (ALESE)		X	X	
FM Aperipê	Fundação Aperipê de Sergipe (FUNDAP)				X
Rádio 98,1 FM	Rádio 98,1 FM Ltda.				X
Rádio Liberdade FM	Rádio Liberdade FM de Sergipe Ltda.				X
Fan FM 99.7	Grupo Miro Santos		X		X
Megga FM	Grupo Megga				X
Rádio Cultura AM	Fundação Arquidiocesana de Cultura Ltda				X
103 FM	Empresa Sergipana de Radiodifusão Ltda				X
Rádio Jornal	João Alves Neto				X
FM Sergipe	Rádio Televisão de Sergipe Ltda				X
Novabril FM Aracaju	Sistema Atalaia de Comunicação				X
CBN Aracaju	Sistema Atalaia de Comunicação				X
Jovem Pan FM Aracaju	Grupo Lomes de Radiodifusão.				X
Rádio UFS FM	Empresa Brasil de Comunicação S.A. - EBC				X

Fonte: elaborado pelo autor (2020).

Diante dos dados apresentados no quadro acima, faremos uma rápida contextualização acerca da formação da mídia aracajuana, com base no histórico dos primeiros veículos e a formação e consolidação do mercado. Traremos, também, de um resumo da formação dos principais grupos de mídia que atuam em Aracaju, a fim de demonstrar que um número restrito de veículos é responsável pela maior parte da produção e da distribuição midiática em todo o

estado de Sergipe – o que automaticamente lhes concede o domínio e disposição à articulação política local.

A imprensa sergipana passa por um processo complexo, frente as novas transformações tecnológicas. O principal exemplo dessa mudança é o *Jornal Cinform*, grande representante de imprensa local, fez história em Sergipe e deixou de ser impresso, e tornou totalmente digital. Os únicos e principais jornais impressos de Aracaju atualmente são o *Jornal da Cidade*, *Correio de Sergipe*, e o mais novo do grupo, o *Jornal do Dia*. A circulação destes diários vai além das estratégias políticas e da publicidade e do marketing local. A falta do consumo no estado causou uma diminuição crescente na impressão. No entanto, mesmo com as dificuldades, os três representantes em questão seguem estruturados e difundidos em todo o estado de Sergipe. Sobre estes, apresentaremos um breve histórico ainda neste capítulo.

Acreditamos que o rádio é o principal veículo de comunicação do estado de Sergipe e se faz presente em todos os municípios. No entanto, uma característica local muito forte é a presença dos grupos políticos que estão sob tutela das principais emissoras que levam seu conteúdo em uma direção comercial. Conforme nos apresentam Bolaño, Varjão, Távora et. al. (2017), a forma como a iniciativa privada e o setor comercial penetraram no setor da radiodifusão sergipana foi resultado da forte influência da tendência nacional. No Brasil, a construção das programações de rádio seguiu controlada pela iniciativa privada, o que direcionou a produção dos conteúdos e a forma como os profissionais participavam nas transmissões. Consequentemente, este formato estruturou o modelo comercial no mercado de Rádio e TV do estado de Sergipe.

Em Aracaju, segundo nosso levantamento, há treze veículos destacados no quadro anterior dentre os principais. É importante mencionar que levantamos todas as emissoras AM e FM, visto que muitas outras atuantes na capital possuem apenas transmissão on-line (webrádio). Não fizemos um levantamento das rádios comunitárias.

Historicamente, a radiodifusão é implantada em Sergipe em 1939, com a chegada da *Rádio Difusora AM* – atualmente *Rádio Aperipê AM*. Inicialmente funcionou como emissora estatal, e iniciou suas atividades no Palácio do Governo. Logo mais, em 1942, o interventor federal Augusto Maynard Gomer altera o nome da emissora para Rádio Difusora de Sergipe PRJ-6, e faz a transferência para o Palácio Serigy.

A formação do mercado sergipano de radiodifusão se concentra, assim, a partir da lógica da política e sua oposição. A *Rádio Jornal*, por exemplo, surge com o apoio do Partido Republicano (PR) e do presidente da república Juscelino Kubitschek, com a intenção de tornar-se oposição ao governo da época. Logo mais, em 1959, chega a primeira emissora de cunho

religioso, a *Rádio Cultura AM*, e em 1968 a *Rádio Atalaia AM*, do usineiro e industrial Augusto do Prado Franco. A *Rádio Atalaia FM 93,5*, a primeira emissora de rádio em Frequência Modulada (FM) no estado, criada em 1979, pertence também à família Franco.

No caso da televisão, esta assume forma de organização privada e comercial a partir do final da década de 1960 e se concentra em torno de uma empresa que se torna a liderança nacional em praticamente todos os estados e regiões. Especificamente em Sergipe, a TV aberta pertence a um mercado regional composto por empresas nacionais, localizadas em São Paulo e no Rio de Janeiro, que buscam difundir sua programação no âmbito regional, mas com uma reserva restrita à produção local.

A história da televisão no estado de Sergipe remonta à segunda metade década de 1960, quando as primeiras transmissões televisivas no estado aconteceram "graças a licenças provisórias que liberaram seu funcionamento em caráter experimental, com transmissões especiais, como a da primeira viagem do homem à Lua, ou jogos de futebol" (BOLAÑO; VARJÃO; TÁVORA et. al., 2017). A *TV Sergipe* foi a primeira emissora de televisão do estado, instalada em 1971 (SANTOS, 2007).

Santos (2007) conta que houve reivindicação de diversos setores do estado para a chegada da televisão em Sergipe. Destaca-se a campanha de apoio do então radialista Silva Lima, empresário de muito prestígio do estado. No entanto, o progresso industrial do estado, depois dos investimentos da Petrobrás no município de Carmópolis – grande marco da industrialização do estado – e o grande avanço no mercado interno provocado pelo crescimento dos meios de comunicação, principalmente pela multiplicação dos aparelhos de TV (BOLAÑO; VARJÃO; TÁVORA et al, 2017), foram os principais fatores que contribuíram para a introdução do mercado de televisão no território sergipano.

A partir de então, o radialista e político Nairson Menezes – que enxergava a televisão como um possível caminho para o desenvolvimento econômico, político e sociocultural da população sergipana –, com o apoio de empresários, entre eles, Francisco Pimentel Franco e Josias Passos, conseguiram implantar um projeto da primeira emissora de TV no estado de Sergipe<sup>112</sup>.

Numa época em que a ideia de rede ainda estava sendo gestada, a emissora ficou um período no ar com uma programação própria, mesclada entre

---

<sup>112</sup> Conforme conta a história da *TV Sergipe*, divulgada no então Portal EmSergipe.com (anterior ao *GI Sergipe*), a emissora nasce da participação popular, quando os empresários responsáveis concederam a compra de 900 ações à população sergipana. Disponível em um arquivo web através do link <https://web.archive.org/web/20120103145959/http://emsergipe.globo.com/tvsergipe/visualizar/168235/Hist%C3%B3ria>. Acesso em: 19 dez. 2019.

programas ao vivo (noticiário jornalístico, música, auditório, infantil e esportivo) e filmes e documentários comprados de produtores ou cedidos por organizações culturais (SANTOS, 2007, p. 91).

Exatamente no dia 15 de novembro de 1971 adquiria licença definitiva para atuar no estado, e meses depois afiliava-se à Rede Tupi de Televisão. E logo mais, em 1973, passou a ser afiliada da *Rede Globo*, onde permanece até a atualidade<sup>113</sup>. O grupo composto pela *TV Sergipe*, *Gl Sergipe* e a *FM Sergipe*, o qual denominamos de Rádio Televisão de Sergipe, conforme dados registrados na Anatel, era liderado pelo empresário Augusto Franco<sup>114</sup>, e atualmente pertence a empresária Lourdes Franco, que assumiu em 2017.

Em 17 de maio de 1975 entrava no ar a *Atalaia*, criada por Augusto Franco – mesmo empresário que adquiriu a *TV Sergipe* em 1983 –, e afiliada a TV Tupi, até 1980, que posteriormente se afiliou ao Grupo Bandeirantes e depois ao SBT, em 1986 (SANTOS, 2007). Na contemporaneidade o mercado de televisão em Sergipe resume-se em cinco canais abertos: *TV Sergipe*, *TV Atalaia*, *TV Aperipê*, *TV Canção Nova*, *TV Liberdade* e *TV Alese*. Até então não encontramos nenhuma emissora local em canal fechado.

A *TV Sergipe* e a *TV Atalaia*, as duas principais emissoras de TV de Sergipe, foram criadas pelo mesmo empresário, mas gerenciadas separadamente. "Com a divisão do espólio, feita pelo patriarca [Augusto Franco] ainda em vida, [a *TV Atalaia*] passou a ser administrada pelo seu filho, o empresário Walter Franco, ex-deputado estadual" (SANTOS, 2007). Walter Franco é cunhado de Lourdes Franco, então empresária líder da *TV Sergipe*, mas não estabelece nenhum tipo de relação profissional. Já a *TV Atalaia*, atualmente pertencente ao Sistema Atalaia de Comunicação, segue no ar afiliada a *TV Record* desde 2006. O grupo também comanda as emissoras de rádios *CBN Aracaju* e *NovaBrasil FM Aracaju*, e o portal A8.

A *TV Canção Nova* de Aracaju é uma emissora local filiada à Fundação João Paulo II, que detém de uma emissora nacional *TV Canção Nova*, cuja matriz encontra-se em São Paulo e se configura como a maior emissora católica de televisão em todo o país, sustentada, em sua maior parte, por seus fiéis. Entrou em funcionamento em Aracaju no ano de 1997, em substituição à famosa *TV Jornal*<sup>115</sup>. Atualmente a emissora se concentra nas atividades da

<sup>113</sup> Em 1976 uma crise financeira provocou a venda da TV ao Grupo Aratu da Bahia, que desenvolvia um projeto de televisão no Nordeste (BOLAÑO et. al., 2017). Em 1983, a *TV Sergipe* é revendida à Família Franco (SANTOS, 2007), que manteve a concessão até a atualidade

<sup>114</sup> Augusto do Prado Franco foi um médico, empresário e político sergipano que expandiu seus negócios para o mercado das comunicações do estado. É o pai dos políticos Albano Franco, Antônio Carlos Franco, Walter Franco e César Franco.

<sup>115</sup> Conforme Bolaño, Varjão, Távora et. al. (2017), a TV Jornal foi uma emissora instalada em Aracaju no ano de 1987 e filiada à *TV Manchete*. Sua concessão foi dada a João Alves Filho, então governador pelo Partido Democrático Social (ARENA) e que recebeu, também, outras três emissoras de rádio: *Rádio Jornal* AM e FM de



Comunidade Canção Nova de Aracaju, onde acontecem missas e acampamentos de oração, também transmitidos em sua programação.

A *Aperipê TV* chegou em Aracaju 1985 e pertence à Fundação Aperipê de Sergipe, que administra também as *Rádios Aperipê AM/FM*. Se trata de uma instituição pública pertencente ao governo estadual e filiada à *TV Cultura* de São Paulo. Os veículos se destacam pela ampla valorização e produção artístico-cultural de Sergipe, com destaque à produção artística, musical e cinematográfica. Em 04 de janeiro de 2019 foi instituída a partir da fusão entre anterior Fundação Aperipê de Sergipe (FUNDAP/SE) com a Secretaria de Estado da Cultura (Secult)<sup>116</sup>. Já a TV Alese é uma emissora gerenciada pela Assembleia Legislativa de Sergipe e entrou no ar em 2004. Sua transmissão é voltada para sessões legislativas, mas também traz uma programação voltada ao jornalismo e a debates com conteúdo que visa uma relação do parlamento com o público sergipano.

A *TV Liberdade* é uma emissora aberta localizada na Barra dos Coqueiros/SE e filiada à Rede Gênese<sup>117</sup>. Desde 2016 atua como Rede Genesis Sergipe e faz parte da parceria entre a Rede Gênese e a Rede Boas Novas, que tem conquistado 4 mil municípios brasileiros distribuídos em todas as 27 capitais dos estados brasileiros, com canais abertos e a Cabo. Esta última se considera a maior rede de TV gospel interdimensional do Brasil, na 8ª posição de maior cobertura do país<sup>118</sup>.

É importante mencionar também que todos os veículos de comunicação, especificamente impressos, emissoras de rádio e televisão, apresentados no quadro 01, possuem sítios on-line, onde também fazem a distribuição de seu conteúdo, seja como um mecanismo de multimídia ou com um novo formato e organização, onde recebe outro nome e trabalha especificamente com um propósito semelhante, mas não exatamente igual. As emissoras de televisão também disponibilizam sua transmissão ao vivo em seus portais, o que abriu a possibilidade de atuarem também para o público conectado, seja por smartphones, tablets ou computadores.

---

Aracaju, *Rádio Jornal* de Propriá. Em 1993, a *TV Jornal* filia-se à Rede Bandeirantes, deixando o mercado em 1997, com a venda à *TV Canção Nova*.

<sup>116</sup> Essa nova estrutura compõe a presidência e suas diretorias (de Radiodifusão, de Cultura e Administrativo-financeira) e administram outras unidades, além da comunicação, como é o caso do Teatro Atheneu, Teatro Tobias Barreto, Centro de Criatividade, Espaço Gonzagão, Galeria de Arte J. Inácio – em Aracaju –, o Museu de Arte Sacra, a Casa da Cultura João Ribeiro, Museu Afro Brasileiro de Sergipe – em Laranjeiras –, o Museu Histórico de Sergipe e o Museu de Artes Sacras – em São Cristóvão.

<sup>117</sup> A Rede Gênese se denomina como uma rede de televisão brasileira que produz e dissemina conteúdo evangélico, localizada em Brasília, no Distrito Federal e de propriedade da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra.

<sup>118</sup> Conforme informações disseminadas pela própria rede. Disponível em: <https://redegenesis.tv.br/>. Acesso em: 19 dez. 2019.

Em suma, reafirmamos que a mídia sergipana está estruturada em uma lógica política e econômica, estreitamente vinculada ao mercado nacional – e em como este foi formado –, e atua seja por princípios comerciais, como é o caso do rádio, como pela produção e difusão de conteúdo das grandes emissoras de nível nacional que se encontram na região sudeste do país. No entanto, os espaços reservados para os regionalismos e a produção local são limitados, restritos, em sua maioria, aos fenômenos contemporâneos ditados pela indústria cultural e pela concentração de poder econômico que movimentam o setor de comunicação e diversão.

Uma realidade que é constantemente questionada a partir das concepções de liberdade de expressão, voltada à reivindicação de um mercado livre, que priorize a igualdade frente a pluralidade cultural de um país como o Brasil. Trata-se de buscar horizontalidade na disseminação de mensagens em uma esfera pública que estimule a produção de diferentes e ideias e formação de valores voltados às regionalidades e relevância destas para o desenvolvimento sociocultural brasileiro.

#### 4.1.1 Os Jornais analisados

Para a escolha dos jornais e portais de notícias analisados nesta pesquisa, utilizamos os seguintes critérios, que consideramos importantes: a) tempo de atuação; b) visibilidade; e c) aceitação. Tais critérios são essenciais para a seleção, visto que o tempo de mercado é fator importante na consolidação dos veículos de comunicação na capital sergipana e o tamanho da tiragem justifica que a mídia tem maior circulação no estado, fator determinante na circulação da informação que é disseminada pelo veículo.

Definimos três únicos jornais de circulação impressa na contemporaneidade, que fazem parte da história da mídia estadual e que atuam em formato impresso até a atualidade<sup>119</sup>. São eles: *Jornal da Cidade*, *Correio de Sergipe* e *Jornal do Dia*. No que se refere aos portais, foi imprescindível uma visualização do *Portal Infonet*, visto que se trata do portal de notícias mais antigo do estado, tradicionalmente conhecido como o precursor dos portais de notícias; o *GI Sergipe*, portal do Grupo Globo de grande visibilidade e pertencente ao maior grupo de comunicação do estado; e, por fim, o *Portal F5*, um dos mais atuais veículos de comunicação do estado, que tem alcançado reconhecimento entre os sergipanos.

Para a seleção do corpus de análise, foi imprescindível considerar alguns fatores. O primeiro deles é referente ao período dos festivais nos dois anos já que, embora próximas,

---

<sup>119</sup> Definimos não inserir o *Jornal Cinform* levando em consideração que o veículo passava por uma crise financeira e vivia um processo de transição do impresso para o modelo digital no período de coleta e recorte das publicações.

ocorreram em datas distintas. Em 2015, o festival ocorreu do dia 27 de agosto a 7 de setembro; já em 2016, entre os dias 3 e 14 de agosto. Deste modo, definimos fazer a coleta de todas as publicações referentes ao evento nos meses de julho, agosto e setembro, a fim de compreender o comportamento da mídia um mês antes e um mês depois de cada edição do festival, e alcançar um ponto em comum em todos os veículos de comunicação. Dentro desse período, como segundo porto de partida, em consideração ao maior número de publicações, definimos o mês de agosto como principal período comum para o recorte. A seguir levantamos um breve histórico dos veículos analisados<sup>120</sup>.

#### **4.1.1.1 *Correio de Sergipe***

O *Correio de Sergipe* é um jornal impresso de circulação diária, localizado na cidade de Aracaju, criado em 21 de janeiro de 2001, por João Alves Neto. Atualmente distribui seu conteúdo impresso e digital, através de assinatura mensal e possui um portal de notícias que busca, através do universo web, suporte na distribuição do seu conteúdo.

Surgiu em substituição ao então *Jornal da Manhã* que, junto a outros veículos jornalísticos – entre eles a *TV Jornal* que iniciou suas atividades em 1987 afiliada à *Rede Manchete* –, integrava a Rede Jornal de Comunicação, grupo pertencente ao ex-governador e ex-ministro João Alves, pai do atual empresário titular.

O *Correio* distribui suas notícias nos cadernos distribuídas nas editorias de Política, Cultura, Sociedade, Saúde, Economia, Esportes, Meio ambiente, Educação, Veículos, Ciência & Tecnologia, Polícia, Urbano e Mundo. Com a intenção de alcançar o público on-line, desde 2016, o *Correio* traz um complemento na versão web, através do portal de notícias *Agência Jornal de Notícias (AJNI)*, com publicações diárias dentro das mesmas editorias do impresso.

#### **4.1.1.2 *Jornal da Cidade***

Fundado em dezembro de 1970, e pronto para abrir suas portas em fevereiro de 1971, o *Jornal da Cidade* é uma publicação diária instalada em Aracaju, de circulação em todo o estado de Sergipe de terça a sábado, além da edição especial aos domingos. Na imprensa sergipana contemporânea, é o mais antigo veículo de comunicação de imprensa do estado ainda em circulação. Em 45 anos de mercado, o jornal foi comandado por Augusto Franco e Antônio

---

<sup>120</sup> Todas as informações levantadas sobre os seis veículos de comunicação apresentados nas páginas que seguem foram coletadas em publicações dos próprios veículos, sejam impressas ou on-line, e, também, coletadas presencialmente com jornalistas atuantes e/ou disponibilizadas por e-mail pelos mesmos em 2019.

Franco, já falecidos. Hoje está sob o comando dos sócios-proprietários; Tereza Franco e seus filhos Marcos Franco e Osvaldo Franco.

Inicialmente o *JC* tinha publicação semanal, às segundas-feiras, com circulação restrita – estratégia para se adaptar e conquistar o público sergipano. Foi a partir de janeiro de 1972 que se tornou jornal diário, conforme conhecemos hoje. Suas editorias são divididas em três cadernos e os suplementos semanais. O caderno A traz uma cobertura voltada à economia e política, sejam locais, nacionais ou internacionais. O caderno B é restrito a Aracaju e todo o interior do estado, e traz assuntos voltados às editorias de educação, saúde, administração pública, policial e esporte. Por fim, no caderno C estão destacadas as matérias sobre arte e cultura.

Atualmente atende os 75 municípios sergipanos, e tem alcançado mais de 3 mil assinantes, além de vendas avulsas. Além disso, conta com uma versão on-line<sup>121</sup>, disponibilizada em um endereço web. Esta iniciativa surgiu em 2004, quando sua equipe enxergou o universo da internet como estratégia de atender ao público que já iniciava o consumo deste tipo de ferramenta. O site é composto pelas mesmas editorias do jornal, traz atualização diária de notícias, além dos artigos dos seus colunistas.

#### **4.1.1.3 *Jornal do Dia***

O *Jornal do Dia* é um veículo diário impresso do estado de Sergipe, fundado em 11 de janeiro de 2005. Foi lançado como iniciativa de um grupo de jornalistas e circulou experimentalmente até março do mesmo ano, quando ganhou estabilidade no mercado jornalístico sergipano. É o único jornal que não pertence a nenhum grupo político, e atualmente conta com 2.635 mil assinantes em todo o estado de Sergipe.

Configura-se com formato europeu (*berliner*) de circulação diária, com conteúdo distribuído nas editorias de opinião, cidade, geral, nacional, cultura, variedades, sociedade e esportes, além de atender a publicidade local. Aos domingos, feriados e dias santos as edições circulam com duas ou mais datas. De terça à sábado possui uma tiragem de 4 mil e aos domingos, o diário conta com circulação de 5 mil exemplares. Por se adequar às mudanças na contemporaneidade, o veículo atua também com um domínio web, com publicações diárias de notícias classificadas nas mesmas editorias que a versão impressa.

---

<sup>121</sup> [www.jornaldacidade.net](http://www.jornaldacidade.net)

#### **4.1.1.4 *GI Sergipe***

O *GI Sergipe* é um portal de notícias do grupo Rádio Televisão de Sergipe Ltda, pertencente à empresária Lourdes Franco, que também detém da emissora de rádio *FM Sergipe* e da *TV Sergipe*. Chegou ao mercado de comunicação sergipano em 2010, através de uma integração ao *GI*, o portal de notícias do Grupo Globo, orientado e supervisionado pela Central Globo de Jornalismo. Instalado na central do grupo sergipano, o portal tem se tornado referência no estado.

O Grupo Globo lançou o portal *GI* em 2006, e desde então tem alcançado espaço considerável no mercado jornalístico brasileiro. Atualmente o portal é atualizado 24 horas por dia, possui cinco redações próprias situadas no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Belo Horizonte e Recife, e conta com jornais, revistas, rádios e agências de notícias. No fim de 2010, o portal integrou as redes afiliadas ao website, e se distribuiu inicialmente nos estados do sudeste, principalmente São Paulo e Rio de Janeiro e, logo depois, se expandiu para o restante do país. Assim como os demais portais afiliados, o *GI Sergipe* tem espaço destinado no aplicativo do grupo, o ‘*GI – O Portal de Notícias da Globo*’, disponível nas plataformas Play Store e App Store.

#### **4.1.1.5 *Portal Infonet***

O *Portal Infonet* é um tradicional site de notícias que iniciou suas atividades no âmbito jornalístico em 1996. Em um período de constantes mudanças através das instalações de novas plataformas, e o início do processo de transição do jornalismo impresso para o jornalismo on-line, o portal se destacou por se lançar no mercado sergipano de forma pioneira.

Antes de adentrar no campo jornalístico, a empresa não tinha nenhum vínculo com o ramo da comunicação e era voltada ao desenvolvimento de sistemas. A partir de 1996, adentra também como um provedor de internet, lançado como portal com um primeiro objetivo: informar a população e ambientar o internauta, até então, ao novo universo. Posteriormente consolidou no mercado jornalístico sergipano, com atenção significativa e destaque como pioneiro do jornalismo on-line do estado.

Atualmente, o portal conta com uma produção de conteúdo em alguns segmentos – notícias, entretenimento, blogs, classificados e serviços – e diversas editorias como cidade, cultura, educação, economia, esporte, política e saúde. Além disso, o portal compõe um grande espaço publicitário em um ambiente interativo e multimídia.

#### 4.1.1.6 *F5 News*

O *F5 News* é um portal de notícias sergipano de conteúdo digital e multimídia, criado em 2010 pelo Grupo Multserv<sup>122</sup>, com o objetivo de informar a população sergipana e atender a evolução tecnológica e as necessidades do mercado jornalístico.

Declarado como jornal digital, o F5 distribui seu conteúdo através de múltiplas plataformas como mecanismo de complementaridade, com o objetivo de atingir aos mais variados públicos. Atualmente tem focado no vídeo jornalismo por meio do projeto F5 TV, cujo propósito é utilizar ferramentas do audiovisual como suporte na disseminação do seu conteúdo.

O site é atualizado diariamente com publicações de notícias distribuídas nas editorias de cotidiano, política, economia, saúde, esporte, comportamento e cultura. Além disso, traz, também, blogs temáticos com foco em urbanismo, direito, animais, política, economia e desenvolvimento pessoal. Recebe mais de 150 mil acessos mensais, conforme dados do Google Analytics.

## 4.2 O Festival do Caranguejo

Por dois anos, Aracaju sediou o Festival do Caranguejo, evento gastronômico que reuniu bares e restaurantes em uma ampla arena gastronômica na Passarela do Caranguejo, na Orla de Atalaia, em Aracaju/SE. O espaço contou com uma programação diária com estandes, espaço educativo-ambiental para crianças, apresentações culturais, teatros itinerantes, artesanato sergipano, lançamentos de livros e promoções. No final, o prato mais criativo e original era premiado. As iniciativas em ambas as edições foram praticamente as mesmas, no entanto, cada edição trouxe novidades. Em 2016, por exemplo, enquanto o Rio de Janeiro sediava os Jogos Olímpicos Rio 2016, o festival lançou o “Caranguejo Olímpico”, com a ideia de disseminar o festival na mídia e ganhar atenção nacional.

A primeira edição do evento aconteceu entre os dias 27 de agosto e 7 de setembro de 2015, com a participação de 36 restaurantes sergipanos e entre os dias 3 e 14 de agosto, em 2016, neste ano com 26 restaurantes. O projeto contou com a participação de bares e restaurantes inscritos, que levaram pratos aos seus estandes, como o caranguejo tradicional, pastéis de caranguejo, pizza de caranguejo, hambúrguer de caranguejo, patinhas de caranguejo, entre outros. A proposta buscava que os proprietários ou chefes de cozinha dos

---

<sup>122</sup> O Grupo Multserv é uma organização empresarial de grande influência no mercado que integra empresas e unidades de negócios em diversos segmentos, entre eles sistemas de segurança, serviços de limpeza industrial e profissional e recursos humanos.

estabelecimentos estivessem à frente do estande para servir os clientes e explicar o processo de preparação dos pratos. Todos os bares e restaurantes participantes contaram com placas, garçons com aventais, displays de mesa, e os pratos servidos tinham um jogo americano com informações nutricionais sobre o Caranguejo Uçá.

A iniciativa do projeto partiu Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), em parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel/SE), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae/SE) e apoio do Banco do Nordeste, por meio do Edital de Patrocínios Institucional e Mercadológico. A Secretaria Municipal do Meio Ambiente (Sema) foi convidada para discutir sobre temas como preservação e o extrativismo sustentável dos mangues. O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) levou a "Feira do Artesanato" como o bordado, renda, cerâmica etc. Além disso, o evento fechou parceria com a Universidade Tiradentes (Unit) – instituição de ensino privada da capital – que engajou profissionais e estudantes do curso de gastronomia na escolha do melhor prato do festival e que em 2015 apresentou um livro de receitas composto por todos os 36 pratos participantes do festival.

Realizado na Passarela do Caranguejo, um dos principais pontos turísticos da cidade, o Festival do Caranguejo se configura como um evento temático gerador de fluxo turístico e de apoio à comercialização – principais características das políticas de turismo brasileiro – e um incentivo para os turistas conhecerem o que Aracaju oferece de melhor<sup>123</sup>. O evento cumpre o propósito da lógica de fortalecer a economia e o turismo local, e marcar o mês de agosto no calendário turístico como o mês de um festival gastronômico na cidade. Além do mais, busca-se também ampliar a atuação das empresas participantes com a perspectiva de aumentar a demanda por seus serviços e fortalecer o turismo através do consumo dos visitantes.

O Festival do Caranguejo contemplou estratégias publicitárias para promoção do turismo aracajuano e inseriu a capital dentro do carrinho de consumo no âmbito estadual, regional e nacional. Desta maneira, o projeto buscou divulgar e agregar valor à imagem do destino turístico brasileiro, promover o aumento de empregos, de renda e o incremento do fluxo turístico nacional em acordo com a finalidade do Ministério do Turismo, que busca apoiar ações que fortaleçam o desenvolvimento turístico local, de característica tradicional e conhecimento popular, como também gerar fomento e inovação nas atividades turísticas do destino.

---

<sup>123</sup> Conforme informações disponibilizadas pelo então secretário Fábio Andrade, em entrevista ao autor desta dissertação. Fábio Andrade atuou como consultor da Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo desde 2013 e esteve à frente de ações de fortalecimento ao turismo do estado de Sergipe. Dentre elas se destacam o Festival do Caranguejo, o Forró Caju, e o Marinete do Forró. Em 2016 Fábio assumiu a secretaria como novo gestor, em substituição a Walker Carvalho.

Como consequência positiva disso, agências turísticas comercializam pacotes de viagem direcionados para o período do festival, incentivam o consumo nos bares e restaurantes participantes e privilegiam períodos de baixa ocupação hoteleira, como é o caso do mês de agosto – reconhecido como o mês de baixa temporada da capital.

Conforme organização do evento, as estratégias e toda a articulação local que juntas fizeram a frente na composição do Festival do Caranguejo, identificamos que a ação em si primou pela cooperação das iniciativas públicas e privadas a outros fatores que são essenciais ao desenvolvimento turístico do Estado. Entretanto, deve-se levar em consideração que estas políticas de turismo requerem avaliação quanto ao funcionamento do processo, resultados e eficácia. Além do mais, os impactos das políticas, bem como os recursos utilizados, sejam eles financeiros ou humanos, necessitam de apreciação, a fim de prevenir resultados insatisfatórios (AZEVEDO, 2014; LUCENA FILHO, 2003).

A respeito dos apontamentos levantados acima, discutiremos no próximo tópico, em diálogo com as publicações dos jornais selecionados, no que se refere a abordagem do caranguejo na cobertura dos festivais.

### **4.3 Análise da cobertura midiática do Festival do Caranguejo**

Por considerar que nem todas as subcategorias desenvolvidas para a análise proposta no capítulo III serviriam para a análise do corpus reunido, avaliamos as categorias que davam conta da análise proposta nos jornais e adicionamos outras que poderiam complementar o que buscamos desenvolver neste capítulo. Desta maneira, foi estruturado um quadro geral, no qual são expostos a data, o nome das publicações e suas respectivas datas e editorias, bem como os recursos, gêneros e formatos utilizados e o espaço que alcançaram nas capas, no caso dos jornais impressos.

Na primeira categoria estabelecemos duas subcategorias que buscam destacar elementos comunitários na prática específica do jornalismo. São elas: participação, critério para identificar os tipos de fontes jornalísticas; e apropriação cultural, com o objetivo de observar como a figura do caranguejo foi inserida nas publicações e sua representação. Para complementar esta análise, apresentamos os recursos, já evidenciados nos quadros 02, 03, 04 e 05, mas detalhadamente analisados no texto seguinte em relação a utilização do elemento abordado em imagens, fotos ou vídeos; espaço dado, se houve destaque capa; e os gêneros e formatos.

A categoria desenvolvimento foi dividida em quatro subcategorias, são elas: trabalho e economia (a quem beneficia o comércio de caranguejo; qual o sentido da atividade?); território



e política (organização territorial, área rural/urbana, instituições de assistência ao pescador, políticas públicas de atenção à pesca); meio ambiente (proteção ambiental? Percepção e influência nas atividades da comunidade?); e turismo (percepção quanto a colaboração nas atividades do mangue?).

Por último, visto que a categoria desenvolvimento compõe boa parte dos elementos que são necessários para compreendermos a identidade de Aracaju, a categoria identidade foi dividida em apenas uma subcategoria: práticas culturais, no que se refere aos costumes e valores tradicionais da comunidade e suas relações com o caranguejo. Esta, por sua vez, compõe todas as interpretações abordadas no capítulo anterior e nos dará base para compreender o processo de reconhecimento do grupo na prática jornalística.

#### **4.3.1 Comunicação**

Dentre todos os pontos desenvolvidos a partir da categorização proposta para a análise dos jornais, percebemos que o desenvolvimento se manteve com mais subcategorias, justamente porque as publicações acerca do festival foram motivadas pelas práticas de desenvolvimento econômico e turístico. Assim, a atividade comunitária e os mais variados aspectos identitários dos grupos em situação de marginalidade foram desconsiderados.

Em agosto de 2015 e 2016, foram coletadas trinta e nove publicações<sup>124</sup> nos jornais e portais de notícias que constituem o corpus de análise deste capítulo, descritas no quadro de publicações destacado nos anexos desta pesquisa. Neste levantamento geral, nove dessas publicações são notas jornalísticas, que possuem a função de cumprir com os objetivos de agenda cultural, com o objetivo principal do festival, data e horários. Deste modo, foram analisadas apenas as trinta restantes (treze nos jornais impressos e dezessete nos portais de notícias), a partir das categorias mencionadas.

---

<sup>124</sup> Todas as publicações encontram-se na íntegra, nos anexos deste trabalho (p. 278).

As trinta publicações foram distribuídas nas seguintes editorias<sup>125</sup>: oito matérias em Cidades<sup>126</sup>; seis em Cultura<sup>127</sup>; quatro em Economia<sup>128</sup>; três em Entretenimento<sup>129</sup>; duas em Cotidiano<sup>130</sup>; e as seis restantes em outras, destacadas na tabela. É importante destacar que, embora apenas uma delas esteja relacionada ao turismo<sup>131</sup>, na editoria de cultura, o termo foi encontrado em matérias dos três jornais impressos analisados e foi citado constantemente nas demais publicações.

Quadro 2. Publicações nos jornais do mês de agosto de 2015

JORNAL	EDITORIA	DATA	TEMA GERAL (TÍTULO)	GÊNERO	FORMATO	RECURSOS
JORNAL DA CIDADE	Cidades: Aracaju	01/08	PMA faz Festival do Caranguejo <sup>132</sup>	Informativo	Notícia	Fotografia destacada na capa
	Cidades: Economia, Aracaju	20/08	I Festival do Caranguejo começa dia 27	Informativo	Notícia	Apenas texto
	Variedades	21/08	Festival do Caranguejo	Informativo	Nota	Apenas texto
	Mercado: Economia e negócios	23 e 24/08	Caranguejo movimenta turismo gastronômico	Informativo	Reportagem	Apenas texto
	Variedades	27/08	Festival do Caranguejo	Informativo	Nota	Apenas texto
	Cidades	29/08	Festival do Caranguejo destaca culinária local	Informativo	Notícia	Apenas texto
CORREIO DE SERGIPE	Cultura: Gastronomia e variedades	27/08	Festival de Caranguejo	Informativo	Nota	Apenas texto
	Correio Urbano: geral	28/08	Festival do Caranguejo quer fomentar turismo <sup>133</sup>	Informativo	Notícia	Fotografias na publicação e na capa

<sup>125</sup> O trabalho jornalístico comumente é classificado por editorias, cujo objetivo é agrupar os assuntos de acordo com as suas temáticas, cujo leque de assuntos pode variar. Nos jornais diários, as editorias são organizadas em Cadernos e Suplementos temáticos, encadernados separadamente e incluídos no todo. As divisões são arranjadas de acordo com cada veículo de comunicação.

<sup>126</sup> Editoria Local ou Cidade refere-se a assuntos de interesse local ou regional.

<sup>127</sup> A editoria de cultura geralmente trata a cultura no seu conceito amplo, apresentando manifestações culturais da sociedade, Cinema, Teatro, Literatura, Artes Plásticas, Televisão, Música, Quadrinhos, etc.

<sup>128</sup> Em Economia as notícias são relacionadas às atividades produtivas do país, região ou cidade onde se localiza o jornal.

<sup>129</sup> A editoria Entretenimento comumente confunde-se com a área de cultura (depende do veículo), mas traz esta convertida em entretenimento, como agenda de shows e lançamentos.

<sup>130</sup> Em Cotidiano, geralmente se oferece informações úteis ao seu dia a dia em diferentes áreas, como segurança, educação, saúde pública e direito do consumidor. A depender do tipo de cobertura, local, regional ou nacional, traz diariamente notícias relativas às principais capitais do país.

<sup>131</sup> Na editoria Turismo apresentam-se publicações com roteiros de viagem, serviços sobre destinos turísticos.

<sup>132</sup> Ganhou destaque na capa.

<sup>133</sup> Ganhou destaque na capa.

	Correio Urbano: geral	30 e 31/08	Sergipe produz 100 mil caranguejos por semana	Informativo	Reportagem	Fotografia
<b>JORNAL DO DIA</b>	Cidades	21/08	Festival do Caranguejo vai movimentar economia e turismo gastronômico em Aracaju	Informativo	Notícia	Apenas texto
	Variedades	23 e 24/08	Festival do Caranguejo	Informativo	Nota	Apenas texto
	Cidades	27/08	Bares e Restaurantes de Aracaju realizam Festival do Caranguejo	Informativo	Notícia	Apenas texto

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Quadro 3. Publicações nos jornais do mês de agosto de 2016

<b>JORNAL</b>	<b>EDITORIA</b>	<b>DATA</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>FORMATO</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>JORNAL DA CIDADE</b>	Cidades: gastronomia	03/08	Festival do Caranguejo começa hoje <sup>134</sup>	Informativo	Notícia	Fotografia
	Cidades	04/08	Festival do Caranguejo continua até o dia 14	Informativo	Notícia	Fotografia
<b>CORREIO DE SERGIPE</b>	Cultura: turismo	03/08	Festival do Caranguejo: Aracaju sedia segunda edição do evento <sup>135</sup>	Informativo	Reportagem	Fotografias na publicação e na capa
	Cultura: Sociedade	03/08	Festival do Caranguejo	Informativo	Nota	
	Cultura: Sociedade	24/08	Os melhores do Festival do Caranguejo	Informativo	Nota	
<b>JORNAL DO DIA</b>	Cidades	03/08	Começa hoje em Aracaju o Festival do Caranguejo <sup>136</sup>	Informativo	Notícia	Apenas texto
	Cultura	10/08	Festival do Caranguejo tem segunda fase	Informativo	Notícia	Apenas texto
	Sociedade	11/08	Festival do Caranguejo	Informativo	Nota	
	Sociedade	13/08	Festival do Caranguejo	Informativo	Nota	

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

<sup>134</sup> Ganhou destaque na capa.

<sup>135</sup> Ganhou destaque na capa.

<sup>136</sup> Ganhou destaque na capa.

Quadro 4. Publicações nos portais de notícias do mês de agosto de 2015

PORTAL	EDITORIA	DATA	TÍTULO	GÊNERO	FORMATO	RECURSOS
<b>G1</b>	-	27/08	Festival do Caranguejo começa nesta quinta-feira na Orla da Atalaia	Informativo	Notícia	Fotografia e vídeo
<b>PORTAL INFONET</b>	Economia	19/08	Lançada programação do Festival do Caranguejo em Aracaju	Informativo	Notícia	Fotografias
	Economia	26/08	Festival do Caranguejo começa nesta quinta-feira	Informativo	Notícia	Fotografias
	Economia	27/08	Prefeito abre Festival do Caranguejo para a imprensa	Informativo	Notícia	Fotografias
<b>F5 NEWS</b>	Cotidiano	20/08	Festival do Caranguejo promete movimentar economia de Aracaju	Informativo	Notícia	Fotografias
	Entretenimento	27/08	Começa Festival do Caranguejo em Aracaju	Informativo	Notícia	Fotografias
	Entretenimento	30/08	Festival do Caranguejo: passeio ciclístico é realizado na Orla	Informativo	Notícia	Fotografias
	Cotidiano	31/08	Festival do Caranguejo: música e dança animam bares e restaurantes	Informativo	Notícia	Fotografias

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Quadro 5. Publicações nos portais de notícias do mês de agosto de 2016

PORTAL	EDITORIA	DATA	TÍTULO	GÊNERO	FORMATO	RECURSOS
<b>G1 SERGIPE</b>	-	02/08	Festival do Caranguejo será iniciado nesta quarta-feira em Aracaju	Informativo	Notícia	Fotografias
	-	08/08	Festival do Caranguejo continua em bares	Informativo	Notícia	Fotografias e imagem

			e restaurantes de Aracaju			
	-	13/08	Festival do Caranguejo termina neste domingo	Informativo	Notícia	Fotografias e imagem
<b>PORTAL INFONET</b>	Cultura	03/08	Festival do Caranguejo começa nesta quarta-feira, 3	Informativo	Notícia	Fotografia
	Cultura	08/08	Começa segunda fase do Festival do Caranguejo nos bares	Informativo	Notícia	Fotografia
	Cultura	12/08	Festival do Caranguejo termina neste domingo	Informativo	Notícia	Fotografia
	Cultura	23/08	Festival do Caranguejo: melhores serão conhecidos dia 24	Informativo	Notícia	Fotografia
<b>F5 NEWS</b>	Entretenimento	03/08	Mais de 20 restaurantes participam do Festival do Caranguejo em Aracaju	Informativo	Notícia	Fotografia
	Economia	04/08	Festival do Caranguejo promete aquecer trade turístico sergipano	Informativo	Notícia	Fotografias

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

É importante destacar a mídia como construtora de sentido e da realidade, resultante de uma ação social e, portanto, histórica e cultural. Dessa forma, no processo de produção de sentido, a comunicação possibilita não só a transmissão de conhecimento, como também o diálogo e uma participação mais democrática que agrega, questiona ou nega as relações e os comportamentos do indivíduo em um espaço coletivo. Essa mediação entre a sociedade e os MCM, promovem condições para que sejam articuladas as relações de sociabilidade e a democracia.

Faz-se necessário refletir sobre as classificações textuais que os meios utilizam em suas articulações e interesses na produção de mensagens, e na disseminação de códigos e linguagens ao público, já que a linguagem textual possui um significado e um propósito. Assim, devido a necessidade de se questionar como os MCM de Aracaju trabalham nesta construção,

acreditamos importante o debate acerca da classificação dos gêneros<sup>137</sup> e formatos<sup>138</sup>, propostos por Marques de Melo (2016)<sup>139</sup>, das matérias que compõem o corpus de análise desta pesquisa.

A partir das observações de Marques de Melo (2010), os dois gêneros de caráter hegemônico, de forte influência europeia e fundantes do jornalismo contemporâneo, são: informativo e opinativo. Conforme o autor, o primeiro, especificamente, é predominante no jornalismo regional e assim, concordamos e acrescentamos que na nossa análise, todas as publicações pertencem a este gênero. Trata-se de refletir, embora que brevemente, na forma, no conteúdo e na estrutura das matérias analisadas.

Deste modo, o gênero informativo se baseia nos acontecimentos e na preocupação de apresentá-los e divulgá-los, conforme as próprias matérias sobre o Festival do Caranguejo apresentam: 28 delas apresentam em seu título o nome do festival, o que necessariamente expõe que a intenção é falar sobre ele e, por elas serem publicadas dias antes e durante o evento, a intenção era justamente divulgá-lo. Em consideração a estes aspectos, as publicações, em sua maioria, se enquadram dentro do gênero informativo<sup>140</sup> e no formato de notícias<sup>141</sup>.

Por considerar que na contemporaneidade os títulos e as imagens são os aspectos que mais atraem os leitores, seja em jornais ou portais de notícias, acreditamos que é relevante trazer algumas observações acerca disto. Com o objetivo de atender padrões do jornalismo convencional, praticamente todas as publicações apresentaram títulos simples, claros e atrativos. Assim, sua importância se baseia, justamente, em despertar o interesse do público.

Uma observação importante é que os jornais impressos apresentaram títulos mais curtos que os portais de notícias. Além do título do jornal exigir um limite na quantidade de caracteres, acreditamos que nos portais de notícia quanto mais palavras-chave aparecerem nos títulos, mais visibilidade ele dará a matéria nas buscas na internet. No geral, os títulos levantaram palavras-chave de destaque que demonstram aspectos importantes desta análise: turismo, gastronomia e

---

<sup>137</sup> Gênero é entendido como uma classe de unidades da comunicação que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos (mídias), potencialmente habilitados para atingir audiências (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016).

<sup>138</sup> Formatos são variantes dos gêneros e em resumo atuam como instrumentos que emissores adotam para se manifestar e fazer circular conteúdos elaborados em harmonia com circunstâncias distintas (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016).

<sup>139</sup> Para Marques de Melo (2016), o campo comunicacional é constituído por conjuntos processuais, entre eles a comunicação de massa, organizada em modalidades significativas. No caso do jornalismo, esse trabalho, organizado e normatizado conforme os padrões preestabelecidos, subdivide-se, em pelo menos, dois estágios: os gêneros e os formatos. Conforme Marques de Melo e Assis (2010), há cinco gêneros jornalísticos divididos em vários formatos.

<sup>140</sup> Para José Marques de Melo (2016), os gêneros informativos se classificam em: nota, notícia, reportagem, entrevista.

<sup>141</sup> Notícias são informações tratadas a partir de técnicas jornalísticas que apresentam fatos de interesse do público, normalmente acontecimentos e novidades.

economia, e possuem um formato de divulgação e atração ao leitor, além de apresentarem similaridades. Assim, a estrutura utilizada denuncia que os veículos se comunicam com um público específico, que não só consome o caranguejo, como também consome a própria notícia. Ou seja, um grupo visto como potencial consumidor do festival – sergipanos, mais especificamente aracajuanos de poder aquisitivo considerável e turistas.

Um outro elemento importante observado nas publicações dos jornais e portais é a constante réplica de releases. Levamos em consideração que na prática jornalística contemporânea, as redações têm se adaptado a dinâmica de produção das redações às assessorias de imprensa, que costumam pautar o noticiário com o envio de materiais jornalísticos, conhecido com release<sup>142</sup> – com o intuito de comunicar ou notificar o público a respeito de eventos, lançamentos e conteúdo de seu próprio interesse. Por vezes, o trabalho jornalístico se submete às pressões das assessorias de imprensa enquanto fontes de informação no processo de seleção de notícias. Geralmente, as assessorias se relacionam com a prática jornalística através de um jogo de interesses por objetivos, conquista de espaços e troca de favores.

O seguinte trecho traz uma informação que demonstra a importância da mídia dada pelos organizadores do evento, além do espaço de homenagem ao veículo que se destacar na divulgação do Festival do Caranguejo que prova a relação e a troca de “favores” entre as políticas aplicadas e os meios de comunicação.

Os estudantes do curso de gastronomia foram os responsáveis em experimentar e eleger os melhores pratos. Um veículo de comunicação também será homenageado representando todos do estado que colaboraram com a divulgação e sucesso do festival.

Publicação: Festival do Caranguejo: melhores serão conhecidos dia 24, *Portal Infonet*, em 23/08/2016.

As publicações do dia 03 de agosto de 2016 dos impressos apresentam o mesmo texto e diferenciam-se apenas pelas imagens destacadas. Além disso, encontramos repetições de textos nas matérias do *GI Sergipe* nos dias 08 e no dia 13 de agosto de 2016, com modificação apenas dos títulos; no *Portal Infonet*, as publicações dos dias 08 e 12 de agosto de 2016 apresentaram o mesmo conteúdo, com alteração apenas do título, fotografia e primeiro parágrafo. Além disso,

<sup>142</sup> O Release é uma ferramenta constantemente utilizada pelas assessorias de imprensa com o intuito de estabelecer uma comunicação externa, como lançamento ou liberação de algum comunicado. Trata-se de um texto com linguagem jornalística utilizado para dar apoio da empresa ou cliente que o faz na comunicação com a imprensa.

encontramos também repetições no *Jornal da Cidade* nos dias 03 e 04 de agosto de 2016, com títulos e imagens diferentes. A partir destas observações, inferimos que não houve uma preocupação por parte dos veículos em buscar informações que pudessem contribuir para o aprofundamento do tema.

Por considerar a prática midiática como um campo que proporciona possibilidades de disseminação e reflexões à diversidade identitária do estado de Sergipe, principalmente no que se refere ao caranguejo, as narrativas visualizadas nos jornais seguem baseadas em um viés mercadológico. Para analisar tais aspectos identitários e comunitários referentes à figura do crustáceo em Aracaju, buscamos, inicialmente as fontes jornalísticas<sup>143</sup> apresentadas em todas as publicações.

Ao analisarmos as fontes das matérias, percebemos a presença de fontes comunitárias (por estas, consideramos as fontes independentes<sup>144</sup>) e uma abordagem voltada à identidade do caranguejo como elementos de subsistência nos jornais analisados no período do Festival do Caranguejo. Assim, as fontes nas matérias declaram dois pontos a serem levados em consideração: a constante reprodução de releases sem um aprofundamento acerca da notícia; e as estratégias e relações políticas da prática midiática com os produtores do festival.

Conforme constatado, nenhuma fonte voltada às comunidades de catadores ou representantes destas participou das publicações. Todas as fontes foram distribuídas entre oficiais<sup>145</sup> – assessores, secretários da Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), superintendentes, consultores, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), técnicos e coordenadores –, e as independentes – empreendedores locais, donos de bares e turistas –, que mais se aproximaram da questão comunitária, por estarem também inseridos na compra e no preparo dos crustáceos.

No entanto, a fala dos poucos empreendedores e donos de bares que foram ouvidos, direcionaram a divulgação do festival e a importância do evento, o que de fato defende as propostas da organização do Festival e a articulação pensada entre o governo e os meios de comunicação. Conforme consta nas publicações a baixo.

---

<sup>143</sup> Fontes jornalísticas são pessoas, instituições ou grupos sociais que, por meio de falas, documentos ou dados contribuem para validar as informações postas, como também, favorecer a interpretação do fato durante a construção de uma notícia.

<sup>144</sup> As fontes independentes tratam-se de pessoas que não possuem relações de poder ou algum tipo de interesse voltado a este aspecto. Geralmente é o povo, a partir dos seus conhecimentos e pontos de vista.

<sup>145</sup> São fontes oficiais aquelas mantidas pelo Estado ou instituições que demandam de algum poder do estado, como por exemplo, empresários, políticos, porta-voz de grandes empresas, etc.



A dona da Pastelaria da Jane, Maria Jane, vê no evento uma oportunidade única para atrair turistas, movimentar o comércio e divulgar o crustáceo tão consumido em todo o Estado. “A iniciativa da prefeitura é ótima, podemos mostrar o que fazemos de bom e utilizando o caranguejo. Estou muito empolgada para participar do evento, Aracaju precisava de algo que ela pudesse ser lembrada anualmente. Tínhamos o caranguejo, mas não tínhamos algo que o colocasse em seu patamar. Agora não, com esse evento esperamos atrair cada vez mais pessoas para visitar a nossa cidade”, opinou.

O dono do restaurante Sec Inácio Bistrô, Bruno Dorea, acredita que o festival vai movimentar todos os cidadãos. “É muito bom participar desse festival, pois mesmo o Seo Inácio estando fora do roteiro turístico de Aracaju, é bom que ele abre um novo viés de onde a pessoa possa ir e se tornar um ponto turístico, por ser ali um conjunto de restaurantes bacanas. Vale a pena ressaltar a excelente iniciativa da Prefeitura, pois mexe com toda cidade - desde o cidadão, o empresário até o turista. É um ótimo pontapé inicial e espero que permaneça por muitos anos”, finaliza.

A esquerda: I Festival do Caranguejo começa dia 27, *Jornal da Cidade*, em 20/08/2015.

À direita: I Festival do Caranguejo começa dia 27, *Jornal da Cidade*, em 23/08/2015.

A partir desta observação, faz-se necessário mencionar que a fonte, dentro da prática da comunicação coletiva, torna-se um fator que direciona o caminho que a notícia irá tomar, por apresentar perspectivas que estão de acordo com aquele que fala e aquele que ouve e interpreta as notícias.

O turista de Pernambuco, João Silveira, também aprovou uma das novidades desta edição do Festival do Caranguejo. “Já estive algumas vezes em Aracaju mas sempre encontro novidades. Achei tudo de muito bom gosto. O caranguejo está em todos os lugares da cidade”, diverte-se.

Publicação: Começa segunda fase do Festival do Caranguejo nos bares, *Portal Infonet*, em 08/08/2016.

Muitas fontes oficiais procuram publicizar os temas que interessam às instituições das quais fazem parte e redireciona o assunto abordado e até oferece um tom performático a este. Se o jornalista não tiver o papel de selecionar, contextualizar e enquadrar as informações obtidas – o que foi o caso dos jornais analisados –, percebe-se que as notícias vão em direção às normas do discurso de suas fontes. Esta observação fica evidente na fala do técnico Fábio Andrade, que aproveita o momento do vídeo da publicação para fazer um apelo à imprensa, para que esta se una à Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), idealizadora do evento, na divulgação do festival.

Então a gente convida vocês pra poder desfrutar um pouquinho, **vai ter uma degustação para a imprensa**, pra que vocês conheçam esses trinta e seis restaurantes e possa **nos ajudar a divulgar** e fazer desse festival o primeiro de muitos que vem pela frente. Um festival bonito, com a cara do povo de Aracaju [Fábio Andrade no vídeo] (*G1 Sergipe*, 27/08/2015, **destaque nosso**).

Além das fontes, outro aspecto a ser levado em consideração nas publicações analisadas refere-se à utilização de recursos. Houve uma forte presença de fotografias nas matérias, principalmente naquelas publicadas pelos portais de notícias. Esse recurso se trata de um recorte da realidade e contribui para a interpretação da matéria. Desta forma, quase que por unanimidade, as publicações apresentaram cenários e elementos específicos do festival e da intenção publicitária que a mídia adotou durante o evento.

Ou seja, nada foi referenciado com elementos comunitários. As publicações destacadas a seguir demonstram que, no espaço do evento, o caranguejo foi o protagonista da culinária local, mas esteticamente, quase nada foi levantado a respeito da vida no mangue, da subsistência, da preservação ambiental. Como de esperado, aspectos culturais, ambientais e sociais não foram levados em consideração no evento, tampouco questionados pelos meios de comunicação da capital sergipana.

**Figura 8.** Empada com patinhas de caranguejo



Fontes: Publicação ‘Festival do Caranguejo continua em bares e restaurantes de Aracaju’, G1, em 08/08/2016;

**Figura 9.** Caranguejo cozido no prato



Fonte: Publicação ‘Festival do Caranguejo quer fomentar turismo’, *Correio de Sergipe*, em 20/08/2015.

**Figura 10.** Arena gastronômica em processo de montagem



Fontes: Publicação ‘Festival do Caranguejo começa nesta quinta-feira’, *Portal Infonet*, em 26/08/2016

**Figura 11.** O Caranguejo Gigante da Orla de Atalaia



Caranguejo gigante é monumento famoso na Orla de Atalaia (Foto: Semict/Divulgação)

Fonte: Publicação 'Festival do Caranguejo começa nesta quinta-feira na Orla de Atalaia', *GI Sergipe*, em 27/08/2015

Questionamos como os fatos e acontecimentos são absorvidos, tratados e disseminados pelos MCM, em consideração à realidade e ao ângulo apresentado. Evidenciamos, pois, que o olhar de quem produz o texto, em sua totalidade, e a forma de interpretar a realidade também são fatores cruciais na construção das notícias, e da forma como essa produção adentra e é interpretada na sociedade. Inferimos que, no corpus analisado, há poucas interferências das empresas jornalísticas, e que a reprodução de releases demonstra a falta de autonomia destas, e desconsidera os meios como agentes de transformação social.

Tais observações empíricas confirmam que as matérias dialogam com um público específico – assim se desconsidera a pluralidade que a folkcomunicação defende, visto que os representantes delas são fontes que não representam todos os grupos da sociedade. O próprio Beltrão (1980) enfatizou a necessidade de se pensar em uma sociedade plural e permitir que a comunicação seja efetiva. A proposição da folkcomunicação consiste em entender como se estabelece a comunicação entre as comunidades populares e os MCM, em consideração, principalmente, que na sociedade há uma pluralidade de grupos diferenciados e organizados com missões e interesses específicos. Assim, entendemos que para cada parcela da sociedade há que se levar em consideração uma linguagem adequada que proporcione, de fato, um diálogo e formalize o processo de comunicação.

Por essa perspectiva, a noção de participação aqui proposta permite-nos, então, iniciar uma ponte de debate a partir dos meios de comunicação e a comunidade trabalhada. Assim,



buscamos entender na perspectiva da participação como a relação espaço comunitário/mídia se estabelece, e como as identidades marginalizadas se configuram a partir desta relação.

Além do caranguejo, que é o principal elemento do festival e, consequentemente, das publicações, os personagens principais de destaque nas matérias são os bares, restaurantes e a rede de hotelaria – ao longo de nossa discussão, os recortes comprovarão melhor esta característica. Isso demonstra que o fator econômico foi o principal impulso do festival como todo, o que justifica a falta de visibilidade comunitária e atenção à população que sobrevive da cata do caranguejo.

Entendemos, pois, que no geral as comunidades ribeirinhas foram omitidas, bem como o caranguejo enquanto elemento comunitário e de subsistência. As únicas publicações que apresentaram o crustáceo como característico do ecossistema manguezal foram apenas duas, com trechos destacados abaixo:



Publicação: Sergipe produz 100 mil caranguejos por semana, *Correio de Sergipe* em 30 e 31/08/2015

É na beleza do mangue que diversas espécies da flora e fauna encontram nutrientes importantes para sua sobrevivência e condições para iniciarem seus ciclos de vida, desovando no estuário. Através da cata de caranguejos, No Brasil, Sergipe se destaca nesta produção. Por isso, que órgãos ambientais têm papel fundamental na proteção do *Ucides cordatus*, conhecido como caranguejo-uçá.

▼ EVENTO QUE REÚNE 36 ESTABELECIMENTOS, ENTRE BARES E RESTAURANTES E APRESENTA PRATOS EXCLUSIVOS FEITOS DO CRUSTÁCEO TÃO POPULAR

Publicação: Festival do Caranguejo destaca culinária local, *Jornal da Cidade* em 29/08/2015.

Na publicação do *Jornal da Cidade*, o título por si só comprova que a ideia de discutir sobre o caranguejo é fazer uma ponte entre seu habitat natural com a gastronomia. O texto conta

um pequeno trecho que se refere ao crustáceo em viés mais voltado ao mangue e provoca o leitor em relação ao desconhecimento da iguaria em seu habitat. “Apesar de bastante conhecido como uma iguaria em regiões litorâneas, poucos conhecem como vivem, se reproduzem ou do que se alimentam” (*JORNAL DA CIDADE*, 29/08/2015).

Ainda que a matéria jornalística apresentasse aspectos ambientais que reforçam sua importância para Aracaju, e citasse o desenvolvimento ambiental e econômico das atividades pesqueiras, não foi suficiente para apresentar a essência, sua relação com a identidade e importância de subsistência das comunidades ribeirinhas. Além do mais, a presença de fontes oficiais se manteve, sem ouvir o pescador e o catador de caranguejo. Esse fato permitiu que se apresentasse apenas um ângulo da realidade aracajuana.

Podemos destacar, portanto, que as publicações evidenciam a influência dos marchands, o espaço destinado a notícia cultural voltado à valorização estética e em tom consagratório nos impressos, e a excessiva dependência das assessorias de imprensa em reduzir a complexidade dos temas. Esses pontos referem-se, pois, à sedução por meio da linguagem publicitária, a constante reprodução de enunciados e a generalização entre os diferentes tipos de cultura, que constrói uma segmentação de públicos. É por esse caminho que as identidades constantemente são criadas e recriadas em seu campo cultural.

Em sua maioria, as publicações dos portais de notícias possuíam maior aprofundamento nos temas, no entanto, não adentram à discussão do caranguejo como um elemento dos mangues. A visibilidade do crustáceo é unicamente como personagem da gastronomia local. À vista disso, de fato o olhar, tanto da política que instituiu o Festival do Caranguejo quanto da mídia em abordar o elemento com um viés puramente gastronômico e de consumo, faz da prática midiática um mecanismo de disseminação de modelos políticos e de identidades construídas dentro do viés mercadológico.

Os jornais impressos não deram significativa atenção ao festival, no que tange aos espaços na capa e ao tamanho das matérias. Seguiram a lógica da réplica dos releases e não houve uma preocupação em trabalhar o festival criticamente ou apresentar o porquê o festival é importante, e como o caranguejo ganhou significativa dimensão identitária. Certamente essa observação também abre as discussões acerca do processo de transição das publicações impressas para o modelo digital vivida pela sociedade contemporânea, já que os impressos aracajuanos seguem mais pela publicidade e pela distribuição, em sua maior parte, às prefeituras, empresas e locais públicos.

A partir dos aspectos apresentados, é importante discutir como a cultura e sua apropriação cultural são entendidas na folkcomunicação diante da indústria cultural, cujos

elementos tangenciam os produtos na prática midiática capitalista, a partir da apresentação do caranguejo nas publicações dos jornais selecionados. No vídeo publicado pelo *GI Sergipe*, o então consultor da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Fábio Andrade diz: "A ideia é essa, fazer um festival com a **cara de Aracaju**" [transcrição do vídeo] (*GI SERGIPE*, 28/08/2015, **destaque nosso**). É nosso propósito entender que cara é essa, como se estabelece este tipo de pertencimento e o que a apropriação cultural pode nos explicar.

O caranguejo pode ser considerado a grande mania do sergipano à mesa. Aproveitar uma casquinha, um caldinho, um pastel ou o crustáceo com pirão e vinagrete é um hábito que o povo local não dispensa. Por isso, a capital sergipana recebe pela segunda vez o Festival do Caranguejo. O evento é realizado pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes Sergipe (Abrasel-SE), Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), começa nesta quarta-feira, 3, e segue até o dia 14.

Nos três primeiros dias do evento, de 3 a 5, o festival acontece na Arena Gastronômica, que será montada no estacionamento em frente à Passarela do Caranguejo, a partir das 18 horas. Serão dias de muita cultura e boa culinária à base do crustáceo. Ao total, serão 26 restaurantes, oito instituições e mais de 400 pessoas envolvidas no evento.

Os estabelecimentos participantes apresentarão pratos especiais, com porções e preços diferenciados, tendo como base o caranguejo. Hambúrguer, pizza e até feijoada de caranguejo são alguns dos pratos que serão servidos na arena.

"A ideia é explorar a criatividade dos estabelecimentos



CARDÁPIO dos restaurantes terão a

envolvidos e trazer novidade para o público. Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe e nada mais justo do que realizar um evento tendo ele como destaque. Teremos os três primeiros dias na Arena Gastronômica, porém, após essa fase, o festival segue nos bares e restaurantes até o dia 14", explica o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho.

#### Arena Gastronômica

Diferente da primeira edição, o festival traz esse ano uma Arena com diversas atrações. Saida mesa e engloba a cultura local, fortalecendo

Publicação: Festival do Caranguejo começa hoje, *Jornal da Cidade* em 03/08/2016.

Na publicação acima, podemos destacar dois trechos de apresentação do crustáceo: "a grande mania do sergipano" e "Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe". Ambos demonstram que o elemento faz parte da cultura sergipana, sem delimitá-lo apenas à capital. Refere-se, pois, a uma representação de todo o estado e que todo sergipano tem o caranguejo como parte de sua cultura. No entanto, se levarmos em conta que os entrevistados da comunidade do Povoado Coqueiro, apresentada no capítulo anterior, em sua maioria, não se sentem representados e até consideram o Festival do Caranguejo como pertencente a um outro grupo, do qual não fazem parte, evidenciamos como plano de fundo que a mídia e os próprios organizadores do festival omitem a existência deste grupo ou, pelo menos, não consideram que

ele está presente e faz parte de uma outra cultura que nem mesmo é citada nas publicações analisadas.

Conforme abordamos no capítulo I, as ofertas de bens e serviços e a indução publicitária de compra não são atos arbitrários (CANCLINI, 2015b). É importante perceber que a cultura se torna um instrumento de poder, cujo interesse baseia-se na classificação do que é alta e o que é baixa cultura. Essa perspectiva se faz necessária para justificar que a cultura, enquanto pertencente dos espaços e formações sociais, articula-se de acordo com as realidades e relações sociais formalizadas em grupos. Atrelada a níveis econômicos, formalizam-se as medidas de aprimoramento da marginalidade social, quando determinados atores sociais não possuem acesso a espaços específicos e não possuem condições financeiras para consumi-los.

A mídia, por sua vez, trata-se de uma instituição de poder e representação que constantemente produz e reproduz imagens aceitas e elabora conceitos a partir delas. Constroem-se, portanto, significados de realidades e distribuição de métodos de distinções sociais voltados a esses aspectos simbólicos construídos.

Como a folkcomunicação nos apresenta, a relação entre a mídia e a cultura popular se apresenta de forma conturbada, o que demonstra que o espaço midiático pertence à cultura massiva dominante. Assim como o festival não trouxe nenhum aspecto comunitário, o espaço midiático serviu de reforço ao desprezo à identidade comunitária do crustáceo e aos seus praticantes que, de fato, fazem esta cultura acontecer. Mas a quem interessaria o catador e o caranguejo coberto de lama?

Dentre todas as publicações analisadas sobre o Festival do Caranguejo, as únicas que apresentaram a imagem do crustáceo com forte relação ao seu habitat natural – e ainda assim em um viés econômico, foram as seguintes:

**Figura 12.** Aracaju realizará Festival do Crustáceo





Fonte: Capa do *Jornal da Cidade*, em 01 ago. 2015

**Figura 13.** Publicação do caranguejo uçá no *Correio de Sergipe*



Fonte: Publicação "Sergipe produz 100 mil caranguejos por semana", *Correio de Sergipe*, em 30 e 31 ago. 2015.

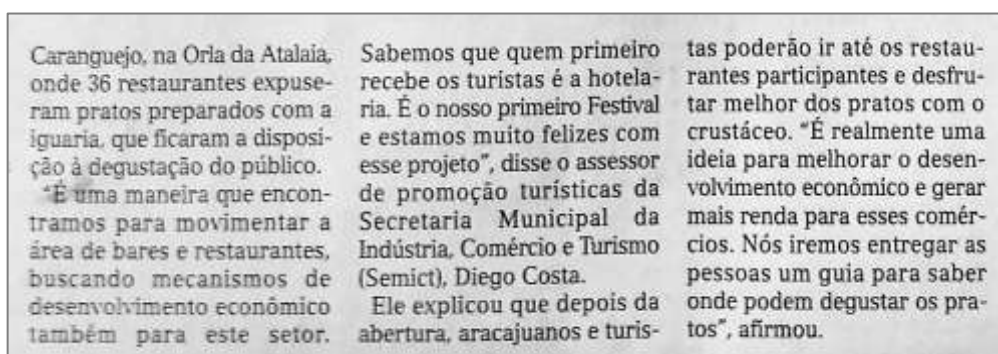
O consumo do caranguejo, além de criar distinção e discriminação, serve também à exploração. É mais simples reconhecê-lo como iguaria, já cozido e pronto para o consumo. Porém, é ele que fomenta o turismo, é ele que desperta a atenção dos turistas a conhecer Aracaju, é ele mesmo que reforça que o único interesse da população sergipana é se reunir nos fins de semana e quebrar caranguejo com uma boa cerveja gelada.

Esse processo de apropriação demonstra que, a partir deste modelo midiático imposto, a folkcomunicação enxerga como a cultura e seus protagonistas se posicionam frente às práticas

mediáticas para recriar seus produtos e expressões com intuito de publicização, como destacamos no capítulo anterior. Por outro lado, no movimento inverso, a mídia que se apropria das manifestações culturais populares, processo de folkmídia, no que tange a compreensão das estratégias multidirecionais onde operam protagonistas de diferentes segmentos socioculturais, do massivo e popular, na produção, circulação e consumo de bens culturais.

#### 4.3.2 Desenvolvimento

O desenvolvimento foi um elemento citado em grande parte das publicações e se acentua com a intenção de se apropriar da cultura local a partir de estratégias turísticas, a fim de movimentar a economia. No entanto, alguns aspectos relacionados a isso apresentaram algumas inconsistências que não deixam explícito o real sentido de “desenvolvimento econômico” do Festival apresentado na mídia. Conforme destacado nas publicações, o Festival do Caranguejo atendia alguns propósitos.



Publicação: Festival do Caranguejo quer fomentar o turismo, *Correio de Sergipe* em 28/08/2015.

Na publicação acima, destacamos dois trechos que apresentam a perspectiva do desenvolvimento econômico no evento: “movimentar a área de bares e restaurantes, buscando mecanismos de desenvolvimento econômico também para este setor” e ainda: “É realmente uma ideia para melhorar o desenvolvimento econômico e gerar mais renda para esses comércios”. Estas observações resumem que, tanto para a organização do festival quanto para os jornais, o festival do caranguejo se trata de um evento que visa um tipo de desenvolvimento econômico, mas unicamente dos bares, restaurantes e o setor de hotelaria. Na mesma matéria vemos que:

• **Parceria**

O evento foi possível devido a uma parceria da Prefeitura de Aracaju com a Associação Brasileiras de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Sebrae. "É um fato inédito já que em momentos de crises as pessoas tendem a esperar soluções somente do governo. Então estamos tentando

com isso abrir realmente canais de investimentos e tudo que pode ser feito neste sentido", disse ele.

Os pratos apresentados pelos restaurantes estarão em um livro de receitas que deverá ser publicado em breve. Durante o Festival haverá também apresentações culturais e um passeio ciclístico.

Publicação: Festival do Caranguejo quer fomentar o turismo, *Correio de Sergipe* em 28/08/2015.

Aplica-se, segundo o destaque acima, canais de investimento como uma possível "solução" para o momento de crise que assolava no país em 2015, por considerar o sentido efetivo de políticas que visam a resolução de problemas sociais vigentes no processo de desenvolvimento de uma região. Assim, o exercício da cidadania no processo de desenvolvimento se baseia, portanto, na inclusão de outros setores que consequentemente trariam avanço em outras regiões. Estas, de fato, permitem a ampliação de oportunidades, sejam individuais ou coletivas.

"A ideia é explorar a criatividade dos estabelecimentos envolvidos e trazer novidade para o público. Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe e nada mais justo do que realizar um evento tendo ele como destaque. Teremos os três primeiros dias na Arena Gastronômica, porém, após essa fase, o Festival segue nos bares e restaurantes até o dia 14", explica o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho.

Publicação: Começa hoje em Aracaju o Festival do Caranguejo, *Jornal do Dia* em 03/08/2016.

Como destacado no trecho acima, infere-se que a real intenção do Festival do Caranguejo consistiu em apresentar apenas um mecanismo de desenvolvimento econômico para dois setores: bares e restaurantes e a rede de hotelaria. Optou-se, portanto, em omitir a

prática da cata de caranguejo e relativizar, principalmente, que esta atividade é efetiva e de grande relevância em diversas regiões do estado.

Na publicação abaixo, já no segundo ano do evento, destaca-se a fala do consultor da Semict, que apresentou o Festival do Caranguejo como o maior evento gastronômico de Sergipe, visto que se enfatizou como o evento movimenta a economia e gera empregos. Entretanto, não desenvolveu nada a respeito dos empregos criados no restante da publicação. Inclusive, os estandes apresentados no festival foram reservados a bares e restaurantes da localidade. Não se pensou na população mais humilde, como os vendedores ambulantes e artesãos comunitários.

ambiental do Projeto Tamar. O festival é o maior evento gastronômico de Sergipe, movimenta a economia e gera emprego", comemora o consultor da Semict, Fábio Andrade.

Publicação: Começa segunda fase do Festival do Caranguejo nos bares, *Portal Infonet* em 08/08/2016.

restaurantes que participaram comemoraram os resultados. O evento que atraiu turistas e movimentou a economia de Aracaju foi realizado pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O festival foi aberto no dia 3 de agosto com a Arena Gastronômica que foi montada na passarela que leva o nome do crustáceo, na Orla da Atalaia, e seguiu nos estabelecimentos.

Publicação: Festival do Caranguejo: melhores serão conhecidos dia 24, *Portal Infonet* em 23/08/2016.

Na publicação acima, também feita pelo *Portal Infonet*, destacou-se que o evento “atraiu turistas e movimentou a economia de Aracaju”, notícia que levanta uma contradição. Não fica claro o que significa economia da capital, se na maioria das publicações o evento foi pensado para bares, restaurantes e a rede hoteleira, conforme destacado no trecho abaixo.

"A ideia é explorar a criatividade dos estabelecimentos envolvidos e trazer novidade para o público. Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe e nada mais justo do que realizar um evento tendo ele como destaque. Teremos os três primeiros dias na Arena Gastronômica, porém, após essa fase, o Festival segue nos bares e restaurantes até o dia 14", explica o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho.

O festival do caranguejo aguça o paladar, mas também desponta como aliado do setor hoteleiro que enfrenta dias difíceis com as quedas consecutivas nas taxas de ocupação. Para a presidente da Associação



Brasileira da Indústria de Hotéis/Sergipe (Abih/SE), Daniela Mesquita, o evento ajuda a projetar o estado no cenário nacional e isso deve se refletir na atração de mais visitantes. "É um evento que já está se consolidando e entrou para o calendário do turismo de Sergipe porque leva Aracaju à mídia nacional despertando nos turistas o desejo de conhecer nossa iguaria", disse.

Publicação à esquerda: Começa hoje em Aracaju o Festival do Caranguejo, *Jornal do Dia* em 03/08/2016.

Publicação à direita: Festival do Caranguejo promete aquecer trade turístico sergipano, *F5 News*, em 04/08/2016.

Assim, um outro aspecto que as publicações evidenciam é o territorial, onde Aracaju é apresentado como totalmente urbano, sem nenhuma menção às periferias ou áreas rurais, principalmente a população destas localidades que carecem de atenção do Estado e de políticas eficientes de atenção à cata e a venda de caranguejos. Muito embora duas publicações apresentem o crustáceo como elemento do mangue, e a importância da preservação, nada se fala das populações que vivem à mercê dele como principal fonte de sobrevivência.

Nos estandes, haverá espaço educativo-ambiental para crianças, artesanato sergipano e lançamento da grife e do livro de receitas do festival. Além do capricho na escolha do cardápio e na preparação, a apresentação dos pratos é um capítulo à parte. E até o dia 14, os bares e restaurantes participantes vão oferecer as opções criativas em seus endereços, num circuito que vai atravessar a região da praia e outros bairros da capital.

Publicação: Festival do Caranguejo será iniciado nesta quarta-feira em Aracaju, *GI Sergipe*, em 02/08/2016

Os aspectos apresentados e, até mesmo aqueles que não se fizeram parte das publicações, denunciam problemas enfrentados no decorrer da própria formação de Aracaju, que persistem até os dias atuais. Quando apontamos no capítulo anterior as principais dificuldades enfrentadas pelos catadores da comunidade do Povoado Coqueiro, reafirmamos que se trata de um espaço marginal, desencadeado pelo processo desenvolvimentista sergipano em prol da economia e do capitalismo.

O conceito de desenvolvimento aliado a ideia de progresso, a partir de modificações técnicas, causou transformações baseadas em concepções puramente econômicas. Dessa forma, esse progresso se daria em função da maximização da produtividade da mão-de-obra e do capital, uma distribuição que monopoliza os benefícios em função dos grupos dominantes e privilegiados. Tais observações podem ser entendidas na realidade de Aracaju, no que tange ao processo industrial da capital. Em articulação ao processo de crescimento urbano e industrial, o meio ambiente e os seres vivos que ali habitavam foram banidos do espaço, sem ao menos uma perspectiva de crescimento e desenvolvimento comunitário, conforme investigações de Almeida (2008).



Para tanto, tais ideias identificam que há um desacordo entre as noções de desenvolvimento econômico e desenvolvimento social, o qual propomos aqui como um dos métodos de resolução de grandes problemas da sociedade contemporânea. Como destaca Marques de Melo (2011), o desenvolvimento deixou de ser visto e entendido como uma questão importante, devido a adesão aos ditames da globalização, sem levar em consideração que esse conceito pode abraçar outros aspectos. Ou seja, as diretrizes governamentais guiadas em um direcionamento unicamente econômico.

Deste modo, na perspectiva ambiental, as matérias publicadas durante a primeira edição do evento, trazem o caranguejo como um crustáceo importante, bem como sua valorização na reprodução das espécies, em consideração ao equilíbrio do ecossistema dos manguezais.



Publicação à esquerda: PMA faz festival do caranguejo, *Jornal da Cidade*, em 01/08/2015.

As publicações abaixo apresentam um olhar de uma coordenadora de Educação Ambiental da Secretaria de Meio Ambiente de Aracaju (Sema), que traz uma abordagem sobre a luta do "homem" e a natureza e a relevância da proteção ambiental. Contudo, falar de preservação dos manguezais em uma cidade como Aracaju evidencia um drástico paradoxo. Além de aclarar que o conhecimento dos representantes oficiais do meio ambiente é mais importante, sem considerar aquelas pessoas que possuem o crustáceo como parte de sua vida – não citadas no texto –, omite os processos recentes de devastação e alteração dos habitats naturais e propõe a publicização da secretaria como um agente efetivo do combate à poluição.

“O Município de Aracaju possui uma lei dedicada à proteção do caranguejo-uçá, que é a Lei 2.877/2000, que propõe ações educativas e estudos nas comunidades tradicionais e nas escolas de ensino fundamental. Neste sentido, a Secretaria do Meio Ambiente de Aracaju tem se empenhado em mostrar como o caranguejo-uçá é importante para o equilíbrio do ecossistema, uma vez que ele contribui com outros seres vivos, inclusive, o homem. Nossa intenção é sempre mostrar que é possível ter uma convivência harmônica entre homem e natureza. Por isso, que se deve respeitar quando estão na troca de muda e na reprodução, quando informado pelo Ibama, o chamado período de defeso”, ressaltou a coordenadora de Educação Ambiental da Sema, Alana Vasconcelos.

Publicação à direita: Festival do Caranguejo destaca culinária local, *Jornal da Cidade*, em 29/08/2015.



Publicação: Sergipe produz 100 mil caranguejos por semana, *Correio de Sergipe*, em 30 e 31/08/2015.

É evidente que a vantagem competitiva e de atração do turismo está relacionada a apresentação de atrativos naturais e culturais que são constantemente explorados e, também, à criação e recriação de atrativos artificiais. Assim, o turismo provoca transformações nos padrões tradicionais de produção e consumo, destaca mudanças e exige mutações nos setores de prestação de serviço. Busca-se, assim, não só a divulgação da cultura local, como também o atendimento às necessidades dos consumidores. Assim, levando em conta que a oferta turística compõe não só a infraestrutura de bares, restaurantes e hotéis, o festival buscou criar novos espaços culturais e elementos que representassem a gastronomia local, como foi o caso dos pratos que se apresentaram com o caranguejo. Além disso, investiu-se nas ações itinerantes, como o passeio ciclístico na primeira edição do festival, e o caranguejo móvel, que ganhou

atenção especial em boa parte das matérias como algo inusitado e diferente na segunda edição do evento.

**Figura 14.** Caranguejo móvel na segunda edição do Festival do Caranguejo de Aracaju



Fonte: Publicação “Festival do Caranguejo termina neste domingo”, *GI Sergipe*, em 08/08/2016.

O caranguejo móvel trata-se de um veículo que busca circular pela cidade e apresentar o clima e a tradição festiva de Aracaju durante a semana do festival. Durante o passeio, um outro elemento de identidade local foi apresentado: o forró.

tival. “O intuito da prefeitura é fomentar os restaurantes. A gente quer fazer com os pratos sejam divulgados e não só na abertura e durante o festival, mas durante todo ano. Vamos ter ações itinerantes nesses restaurantes, além da divulgação que ocorrerá na cidade, todos os pratos e restaurantes serão divulgados”, explicou Fábio Andrade, consultor da Semict.

Além dos deliciosos pratos, o festival leva para as ruas o 'Caranguejo Móvel'. O veículo percorre a Orla da Atalaia, animando turistas e aracajuanos.

Publicação à esquerda: I Festival do Caranguejo começa dia 27, *Jornal da Cidade*, em 20/08/2015.

Publicação à direita: Festival do Caranguejo tem segunda fase, *Jornal do Dia*, em 10/08/2016.



**Caranguejo Móvel**

O Caranguejo Móvel é outra atração do festival. O veículo percorre a Orla da Atalaia e anima os passageiros com forró. "Nunca vi nada parecido e estou amando tudo. Estou visitando Aracaju pela primeira vez e já quero voltar. Gostei de todos os pratos com caranguejo que provei e não esperava encontrar uma grande variedade assim", elogiou a professora Tereza Moura, de Santa Catarina.

Publicação: Festival do Caranguejo continua em bares e restaurantes de Aracaju, *GI Sergipe*, em 08/08/2016.

Assim, embora não seja nosso propósito aprofundar uma discussão acerca das políticas de turismo e desenvolvimento, entendemos que o Festival do Caranguejo se trata do resultado de uma política de curto prazo que visa atender as exigências da secretaria de turismo em articulação com o Ministério do Turismo, apresentar todos os ganhos que a capital sergipana conseguiu. Como bem evidenciamos no viés da formação social do Nordeste e de Sergipe, as condições históricas estruturais destes espaços e sua atual situação, o formato das políticas de turismo implementadas demonstra sérias incoerências com pouco abrangência e qualidade nos serviços oferecidos.

Questionamos o interesse da secretaria de turismo em fomentar o desenvolvimento econômico de bares e restaurantes, bem como o setor de hotelaria, já que a prática turística, conforme nos aponta o Ministério do Turismo, visa apresentar estratégias de geração de empregos e a inclusão social. Em consideração a todos os aspectos levantados no capítulo anterior a respeito da comunidade do povoado Coqueiro, marginalizada, seja nas políticas ou na prática midiática, há inconsistências nos objetivos do festival que apresenta um crustáceo tratado como símbolo da identidade local, mas que vai contra os próprios produtores de caranguejo, que seguem excluídos da atividade turística e de tantos outros espaços.

O consultor da Semict, Fábio Andrade, conta que toda a cidade está movimentada para o evento. "Toda a cidade já está envolvida com o Festival, a gente vê sinalização em toda a cidade. Estamos na Orla, na Passarela do Caranguejo, Inácio Barbosa, avenida Beira Mar. O sucesso está sendo, também, o martelo no Caranguejo Gigante, uma das coisas que inventamos agora com o Festival para movimentar e deixar aracajuanos e turistas no clima do evento. E as pessoas vão ver muito mais agora nos bares", disse Fábio.

Publicação: Festival do Caranguejo começa nesta quinta-feira, *Portal Infonet*, em 26/08/2015.

"São mais de 400 pessoas envolvidas no festival, que coloca o mês de agosto no calendário turístico. Normalmente, o período é de baixa temporada, mas em função do festival, agências turísticas de estados vizinhos, como a Bahia, estão vendendo pacotes de viagem direcionados para o período na capital sergipana. É um apelo extra para o turista vir à cidade", ressalta o consultor da Semict, Fábio Andrade.

Publicação: Festival do Caranguejo começa nesta quarta-feira, 3, *F5 News*, em 03/08/2016.

Entendemos que houve um contrato entre a mídia local e o grupo político que apresentou a iniciativa do evento. Comumente caracteriza-se como uma troca de favores, conforme destacamos no tópico anterior. A constante investida em replicar releases, repetir publicações e seguir no agendamento de um evento, cuja promoção visava o aspecto econômico e turístico, caracteriza-se como uma ação política de destacar um desenvolvimento limitado, que só beneficia aos empresários e empreendedores locais que puderam se inscrever.

O festival não foi pensado para dar atenção às questões comunitárias. Muito pelo contrário. O principal interesse do evento foi buscar atenção dos consumidores e movimentar a economia através do turismo. Destacamos que esse objetivo é contrário às pontuações da folkcomunicação, no que tange ao fato de proporcionar visibilidade às questões do povo e, através dela, foi possível perceber os aspectos de marginalização e exploração por parte, tanto do Estado, que não oferece mecanismos de participação, quanto das políticas do Turismo, que só beneficiam as empresas privadas e a economia dos grupos que estão articulados a elas. Enxergamos que esses mecanismos viabilizam o turismo, reforçam as práticas turísticas do Estado, mas, ao mesmo tempo, mascaram a falta de políticas públicas e as verdadeiras obrigações do Estado.

Assim, entendemos que não é possível promover um progresso sem que as massas participem desse processo, seja na tomada de decisões, em suas efetivas ações sociais (trabalho, educação, economia e política). Portanto, conclui-se que o desenvolvimento não pode e não deve se limitar apenas a um determinado público, mas compreender o desenvolvimento humano como um todo.

A falta de coerência revela que a mídia claramente está articulada aos interesses políticos e econômicos, e reforça a construção de um elemento que cada vez mais se distancia do ambiente tradicional comunitário; ao mesmo tempo, mascara o fator de exploração que está por trás desse elemento. Por um outro âmbito, percebe-se que a comunicação não é utilizada como mecanismo de desenvolvimento dentro das políticas de Aracaju. A folkcomunicação evidencia, portanto, que os métodos de comunicação entre Estado e comunidades marginais, são utilizados para perpetuar uma situação de marginalização.

### **4.3.3 Identidade**

Dentre todos os aspectos apontados nas publicações analisadas, a abordagem cultural e identitária sem dúvida é uma das mais importantes. Por considerar que o Festival do Caranguejo buscou fomentar a cultural local e o reconhecimento desta em nível nacional, como mencionado

nas publicações, esperava-se que tais espaços apresentassem o crustáceo como elemento de forte relação não só com o Aracajuano, como também nos espaços comunitários, e a importância dele para o desenvolvimento local. Entretanto, as publicações partiram de entender a cultura apenas no viés gastronômico, visto que mencionam o caranguejo como a iguaria, por ora de referência e cultura do aracajuano:

Em **Aracaju**, o caranguejo faz parte da cultura local e é um motivo para se reunir para comer e se confraternizar.

Em Aracaju, o caranguejo tem passarela para desfilar e até um festival gastronômico em sua homenagem. A iguaria faz parte da cultura do aracajuano e turistas que se reúnem para comer caranguejo e se confraternizar.

Publicação à esquerda: Festival do Caranguejo será iniciado nesta quarta-feira em Aracaju, G1 Sergipe em 02/08/2016.

Publicação à direita: Festival do Caranguejo: melhores serão conhecidos dia 24, *Portal Infonet* em 23/08/2016.

Logo no trecho abaixo, demonstra-se, pois, uma cultura gastronômica que motivou a criação do festival de um “crustáceo muito consumido em Aracaju. Assim, a relação regional com o caranguejo demonstra-se a partir da culinária. O caranguejo é apresentado como cultura da gastronomia aracajuana ou sergipana e desvincula-se do seu habitat natural – manguezais constantemente devastados –, perde sua identidade comunitária, ganha atenção e torna-se um personagem que serve de atração turística.

“O principal objetivo do festival é criar uma marca de um festival gastronômico na cidade, como observamos em outras cidades. Isso pode se tornar uma data fixa nas comemorações da cidade e um exemplo. O caranguejo sempre foi o crustáceo muito consumido em Aracaju e essa culinária sempre atrai muitos turistas e amantes da comida e nesse sentido faremos uma boa repercussão de Aracaju”, explica Walker Carvalho.

Publicação à direita: Caranguejo movimentando turismo gastronômico, *Jornal da Cidade* em 23/08/2015.

Em outras publicações, o crustáceo aparece como referência ao sergipano e demonstra o que Canclini (2015b) caracteriza como dissolução das monoidentidades, um processo que Hall (2014) enfatiza que se concretiza na formação de identidades culturais. Um “eu” construído

coletivamente por meio de vários outros "eus", superficiais ou artificialmente impostos, compostos por uma história e/ou uma ancestralidade comum e partilhadas.

O caranguejo pode ser considerado a grande mania do sergipano à mesa. Aproveitar uma casquinha, um caldinho, um pastel e, principalmente, o crustáceo com pirão e vinagrete são hábitos que o aracajuano não dispensa. Por isso, a capital sergipana recebe pela segunda vez o Festival do Caranguejo. O evento é realizado pela Associação

Publicação: Festival do Caranguejo: Aracaju sedia segunda edição do evento, *Correio de Sergipe*, em 03/08/2016.

Ele é um velho conhecido dos sergipanos, já acostumados a degustar uma boa caranguejada aos finais de semana, mas pelos próximos dez dias, aracajuanos e turistas poderão apreciar o caranguejo em 26 formas diferentes. A apresentação oficial dos pratos que participam da 2ª edição do Festival do Caranguejo aconteceu na noite dessa quarta-feira (03).

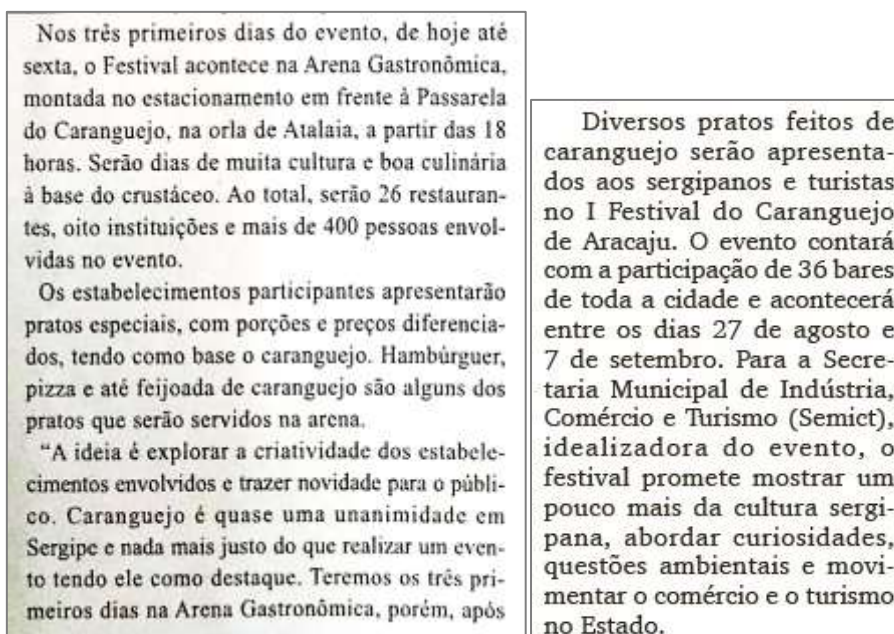
Publicação: Festival do Caranguejo promete aquecer trade turístico sergipano, *F5 News*, em 04/08/2016.

A maneira como os veículos aracajuanos retratam o caranguejo destaca um confronto entre os dois espaços. O caranguejo extraído do seu ambiente natural, é decodificado no espaço midiático e reinterpretado a partir dos ditames da indústria cultural. Além disso, devemos considerar que o caranguejo está inserido em pratos que não são comuns nas comunidades tradicionais. Logo, se descaracteriza do ambiente comunitário e ganha novo conceito diante das práticas econômicas e turísticas. O Festival do Caranguejo é apenas um dos espaços que esse elemento pode ser encontrado.

A prática midiática acompanhou a ampliação da Indústria cultural, de forma que atualmente o setor de entretenimento tem se tornado um dos mais ativos e promissores da economia global, onde preza-se pelo consumo de modos e costumes atribuídos por ganharem valor e dominância. Forma-se um campo cultural, que constantemente se volta à produção, circulação e consumo. Reflete-se, portanto, a constante articulação entre os meios de comunicação e os processos de modernização que tanto fizeram parte da formação do Brasil, onde hábitos e costumes “rurais” e “artesanais” são menosprezados, por conta do jogo de interesses voltados a um determinado grupo.

Compreendemos que essa constante rearticulação dos bens culturais foi o principal fator de imposição para que se ampliasse o campo de observações da folkcomunicação a partir do século XXI. Assim, não apenas a relação das comunicações aos níveis populares com a comunicação transmitida pela mídia, mas também, pelo processo inverso, em entender como se articula a apropriação da cultura popular pela indústria cultural, através da mídia, do marketing e do turismo, como bem destacou Marques de Melo (2008a).

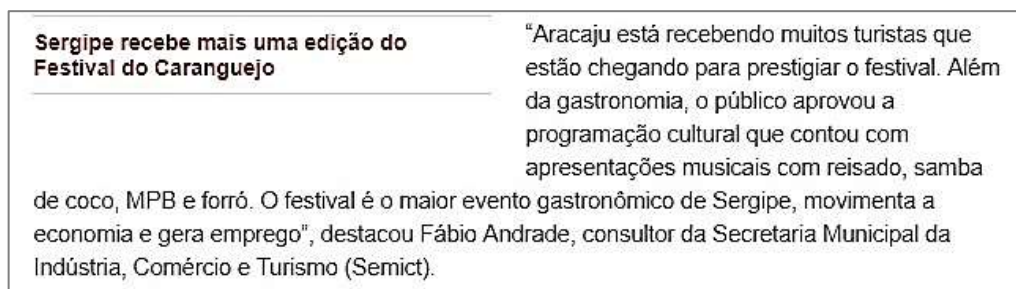
Além da culinária, foram mencionadas em praticamente todas as matérias que apresentavam o festival as apresentações culturais, peças teatrais e o caranguejo móvel, presente na segunda edição.



Publicação à esquerda: Festival do Caranguejo: Aracaju sedia segunda edição do evento,

*Correio de Sergipe*, 03/08/2016

Publicação à direita: I Festival do Caranguejo começa dia 27, *Jornal da Cidade*, 20/08/2015.



Publicação: I Festival do Caranguejo começa dia 27, *G1 Sergipe*, 08/08/2016.

Temos claro que os elementos culturais como a culinária, em destaque ao caranguejo aracajuano, já não pertencem apenas aos catadores de caranguejos, que de fato são os protagonistas na perspectiva identitária. Tem-se claro que essas identidades em constante processo de apropriação na sociedade globalizada são também do interesse dos grupos midiáticos, de turismo, de marketing e entretenimento, dos grupos empresariais, e outras organizações sociais, culturais e econômicas.

Diante disso, percebe-se que a cultura folk é relacionada ao capital, que tanto favorece aos estudos da folkcomunicação, como também torna a teoria apta para entender que em determinados processos, há um viés de contradições e exploração. Isso destaca o poder da mídia em definir o que vai ou não se tornar um produto cultural. Assim, entendemos que a partir da lógica da indústria cultural, os espaços midiáticos retratam a cultura não mais como um conceito tradicional e popular, já seus agentes são inviabilizados, e passa a trabalhá-la como entretenimento em um processo unicamente de lazer.

O consultor da Semict, Fábio Andrade, conta que toda a cidade está movimentada para o evento. "Toda a cidade já está envolvida com o Festival, a gente vê sinalização em toda a cidade. Estamos na Orla, na Passarela do Caranguejo, Inácio Barbosa, avenida Beira Mar. O sucesso está sendo, também, o martelo no Caranguejo Gigante, uma das coisas que inventamos agora com o Festival para movimentar e deixar aracajuanos e turistas no clima do evento. E as pessoas vão ver muito mais agora nos bares", disse Fábio.

Publicação: Começa Festival do Caranguejo em Aracaju, *F5 News*, em 27/08/2015.

Além dos stands gastronômicos, na Arena há espaço para mostra de artesanato; meio ambiente e o caranguejo em seu habitat natural; KidsCaranga; Oficinas Gastronômicas, além dos shows e apresentações culturais.

Publicação: Festival do Caranguejo promete aquecer trade turístico sergipano, *F5 News*, em 04/08/2016.

Conforme apresentamos anteriormente, a constante criação e recriação de elementos da cultura local pelo turismo e apresentadas pelos meios de comunicação, evidenciam que o Festival do Caranguejo apresentou o crustáceo como elemento principal, mas destacou uma variedade cultural sergipana. O espetáculo serviu como estratégia turística para fomentar o desenvolvimento turístico de Aracaju. Entretanto, cabe considerar que, mesmo que esta variedade cultural demonstre reconhecimento do estado enquanto região de grandes manifestações culturais, demonstra apenas uma cultura voltada ao aspecto dominante, e cada

vez mais desvinculada da cultura popular. E ainda assim, a identidade cultural serve de base para fomentar a economia dos bares e restaurantes e consequentemente da rede hoteleira e promover a movimentação local.

Bares e restaurantes vão apresentar pratos especiais, em porções menores e a um preço simbólico. Lá também serão realizadas oficinas culinárias, apresentações culturais e shows. Nos estandes, haverá espaço educativo-ambiental para crianças, artesanato sergipano e lançamento da grife e do livro de receitas do festival.

Publicação: Mais de 20 restaurantes participam do Festival do Caranguejo em Aracaju, *F5 News*, 03/08/2016.

Por fim, evidenciamos que há redundâncias no objetivo no festival, já que se fala em divulgar a cultura, criar uma marca aracajuana dentro do espaço nacional e fomentar a economia local. Mesmo que estes objetivos se complementem e estejam claros dentro das publicações, encontram-se dispersos. Não está claro aos leitores que esses objetivos estão interligados.

Ressaltamos, pois, a responsabilidade da mídia aracajuana em perpetuar o esvaziamento e a apropriação do discurso dos grupos situados na margem ao esclarecer, ainda mais, que a capital sergipana promoveu duas posições, definidas pelo valor adquirido no processo de estruturação urbana. As contradições midiáticas em alavancar o valor consumista e mercadológico do caranguejo, evidencia um problema social cada vez mais insinuante. Esse procedimento é resultado, portanto, da transição acelerada de uma modernização disjuntiva, que evidencia uma desarticulação entre o social e o cultural.

Neste campo, a folkcomunicação atuou como ferramental para perceber as desigualdades perpetuadas até no campo midiático. Levamos em conta que os meios de comunicação social têm grande influência sobre as produções culturais e suas identidades, tanto na produção, quanto na reprodução e transformação destas. Tais efeitos influenciam os modos e alternativas de vida e organização local e na produção simbólica quotidiana dos agentes. Dessa forma, as posições distintas em um espaço social significam diferentes estilos de vida e de expressões culturais identificados nas escolhas dos indivíduos.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo das discussões propostas para esta pesquisa, evidenciamos que o caranguejo possui forte relação histórica com a capital sergipana e com o cotidiano do aracajuano, o que confirma a proposição inicial de que o crustáceo é um elemento de identidade. Por conseguinte, o nosso principal propósito centrou-se em esclarecer como se estabelece a relação entre a construção da imagem do caranguejo na comunidade e no espaço midiático, diante do processo de formação da identidade cultural de Aracaju. Através dos mecanismos de análise estabelecidos, temos claro que identificamos e interpretamos uma realidade ainda não vista pela ótica da comunicação.

Assim, sob o viés do campo identitário, entendemos que, de fato, há duas identidades. A primeira é uma identidade comunitária e singular, onde o caranguejo é um elemento de subsistência de um povo, justamente por se fazer presente em seu meio como um mecanismo de sobrevivência dos indivíduos que atuam em situação de marginalidade. E a segunda, por sua vez, entendida a partir do viés da mídia, trata-se da culinária local, construída pelo hábito de aracajuanos e sergipanos, no que se refere ao hábito de quebrar caranguejo.

Questionamos, inicialmente, se a projeção do caranguejo enquanto identidade cultural de Aracaju se deu como um processo natural ou imposto. De antemão, é necessário entender que, embora a capital tenha uma relação com o crustáceo e seu habitat natural, o costume de quebrar caranguejo e a projeção que tem alcançado não se trata de um processo arbitrário, visto que a própria cidade se articulou em torno dessa cultura a partir dos moldes do turismo e dos meios de comunicação. Há, de certa maneira, uma clara manutenção de construção identitária.

Afirmamos que a forte relação de identidade do aracajuano foi o principal impulso da idealização do Festival do Caranguejo e, neste aspecto, não foi levada em consideração a comunidade que sobrevive da cata do crustáceo. O evento se configura apenas como um dos diversos espaços criados para dar atenção ao elemento e reafirmar sua característica identitária, ora do aracajuano, ora do povo sergipano – a este aspecto, abrimos a possibilidade de uma nova pesquisa que traga elementos que caracterizem melhor se a população do estado se sente representada pelo caranguejo. A relação do caranguejo com o mangue, no entanto, demonstra-se fora de questão, já que os manguezais continuam devastados. A própria formação de Aracaju é caracterizada pela destruição desse ecossistema, e constantemente pouco se tem dado atenção a sua importância e aos catadores, que seguem cada vez mais desvalorizados.

A mídia, por sua vez, não faz esforço nenhum para promover conscientização. Articulada aos grupos políticos, às políticas econômicas e de turismo, que consideramos



limitadas, ganha protagonismo nesta construção, reforçam a marginalidade social e, principalmente, oculta os elementos tradicionais das comunidades que culturalmente tem relação identitária com o caranguejo e o mangue. Além disso, colabora com o Estado em definir coletivamente a identidade, em preservar tal relação identitária, mas se abstém de divulgar as reais necessidades e a constante exploração por parte das comunidades ribeirinhas. Ou seja, o significado da quebra do caranguejo é preservado, a naturalização das desigualdades, intrínsecas a este elemento, são mantidas e promovidas, mas pouco se menciona sobre o seu ambiente natural e os sujeitos a ele relacionados

Mesmo que o festival tenha apresentado o objetivo de movimentar o turismo e a economia de Aracaju, por se tratar de um elemento de grande importância para a capital, os recortes dos jornais demonstraram que houve a dissimulação da imagem do crustáceo desde a sua coleta, no mangue, até a chegada à Aracaju. Temos claro que ações como estas são premeditadas, nunca casuais, visto que dentro das propostas do evento, abriu-se espaço para destacar a importância do meio ambiente e do período do defeso.

Além do mais, a mídia não se atentou em contribuir com um aprofundamento da temática e se posicionou de forma a reforçar ainda mais a figura do caranguejo construída simbolicamente, que não representa as comunidades ribeirinhas e nem a importância dos mangues para a sobrevivência destas. Demonstrou-se, portanto, que os MCM foram utilizados em contextos de estratégias de desenvolvimento através da divulgação das mensagens que apresentam vantagens e iniciativas com o intuito de incentivar o público a apoiar os projetos políticos do desenvolvimento citado.

Por meio da análise das publicações, evidenciamos que o turismo, embora pensado como mecanismo de transformação de economias e sociedades, para promover inclusão social e gerar oportunidades de emprego e renda, se mostrou excludente. Faz-se necessário destacar que a apropriação do elemento nas práticas midiáticas e nas estratégias de marketing e turismo foi feita unicamente com o propósito do consumo. Visualiza-se um caranguejo, enquanto elemento turístico, que "vende" a cidade em busca de reconhecimento no cenário turístico brasileiro, mas não considera os meios de preservação ambiental e, muito menos, políticas públicas que dê visibilidade ao trabalho do homem no mangue.

A esse respeito, Canclini (2015b) nos apresenta que o consumo é também um ciclo de produção e reprodução social e a mídia é atuante neste círculo, visto que reforça o modo de interesse da população aracajuana e a sua identificação com a iguaria e, simultaneamente, desperta o interesse em aprimorar a prática. Ao mesmo tempo, alimenta o desprezo por entender como o caranguejo é visto dentro dos mangues. Em outras palavras, as identidades ganham um

valor comercial e reconhecimento internacional, mas em muitos casos, se desestruturam dos seus habitats e tornam estes espaços tradicionais invisíveis.

A partir da análise das entrevistas, cujo objetivo se baseava em responder como a comunidade estrutura sua realidade a partir do caranguejo, temos claro que o crustáceo faz parte da vida do grupo, por se tratar de um único mecanismo que proporciona rendimento necessário para sua subsistência. O mangue e a maré tornam-se as únicas possibilidades de sobrevivência e assumem a responsabilidade de atuação na região, já que o Estado, infelizmente, não atua de forma eficaz ou demonstra indisposição para atuar. Assim, a relação homem e caranguejo se estabelece a partir da força de trabalho, do reconhecimento e da transmissão de conhecimento de geração para geração, próprio da sabedoria popular e ganha força com os mecanismos ineficientes de atuação do Estado, que continuam a manter a exclusão e impossibilidade de desenvolvimento local.

À vista disso, entendemos que o grupo estudado demonstrou que, embora apresentem insatisfação a respeito de sua situação de marginalidade, não cessam de interrogar sobre a tomada de decisões políticas e seus mecanismos inviáveis para a participação efetiva de sua cidadania. Continuam a trabalhar com dignidade e honestidade, a enfrentar a precarização dos setores de saúde, educação e transporte. Há uma ideia de que a venda e o rendimento mais altos dependem de um conhecimento que não lhes pertence, e que as imagens dos caranguejos projetadas pela mídia não fazem parte de suas realidades e que outros espaços fazem parte de um “mundo externo”.

Muito embora a sociedade contemporânea seja conduzida por novas ferramentas de comunicação e muita informação, ainda acreditamos que os meios de comunicação continuam a transmitir uma mesma mensagem para todo o público, sem considerar suas heterogeneidade e dispersão geográfica. Evidentemente os profissionais da mídia continuam distantes dos grupos que estão à margem, sem um conhecimento necessário dos modos, saberes e costumes que configuram a identidade desse público. O âmbito comunitário, por sua vez, segue indiferente à mídia e se ocupa do processo comunicacional como mecanismos de resistência à comunicação massiva, já que se apropria destes como meios de publicação e venda do caranguejo.

Posto isto, inferimos que o valor identitário deve ser levado em consideração, já que há o deslocamento entre os espaços e torna-se relevante identificar aquilo que é próprio do grupo e o que já não mais o pertence. Ou seja, o fato de a própria comunidade se sentir fora de outros espaços, e demonstrar que ela mesma tem sua própria articulação e mecanismos de comunicação. E mesmo que as TIC, tenham chegado ao espaço comunitário, seus ocupantes

ainda respeitam suas regras impostas na sua própria realidade e ainda recebem influência dos outros membros nas decisões de organização comunitária.

Desta maneira, temos claro que a questão norteadora apresentada condiz com os resultados desta pesquisa, já que de fato a formação da identidade cultural de Aracaju é consolidada a partir de uma construção social, mas que a representação do caranguejo na mídia se distingue da imagem do caranguejo construída na comunidade trabalhada. Nem a mídia demonstrou interesse em trabalhar o caranguejo como elemento de subsistência das comunidades ribeirinhas, e nem a própria comunidade se sente representada pelo caranguejo midiático, muito menos em participar deste processo – o que necessariamente não quer dizer que a população não deva interrogá-lo.

A partir de então, enxergamos o caranguejo como um crustáceo que nasce da lama impregnada nas raízes do ecossistema manguezal, cuja figura por si só é suficiente para evidenciar uma comunidade do mangue no interior sergipano como espaço que, por um ângulo, representa o grande contingente de grupos desprovidos de atenção do Estado, e por outro demonstra uma dicotomia ético-cultural entre a elite de acordo com o acesso ao produto social. Uma conjuntura que apresenta não só a exclusão dos anseios de uma parcela representada por suas identidades marginalizadas, como também enfatiza a comunicação como mecanismo de disseminação de padrões culturais determinados por um jogo de interesses puramente comerciais e mercadológicos. Claramente há um paradoxo, no que tange ao uso de um elemento como identidade de uma região, que por um lado é nascido em um ambiente progressivamente aterrado, e que atualmente segue devastado pela população; por outro, dissimula um cenário de exploração da mão-de-obra humana, que segue desprezada e sem atenção de políticas públicas.

Encaramos, pois, a importância de discutir o viés comunitário sob o olhar da marginalidade, já que nossa análise demonstra que as próprias políticas de acesso aos serviços básicos de saúde, transporte, trabalho reforçam ainda mais a exclusão do grupo. Além disso, as próprias políticas que se propõem a resolver os problemas sociais, são as mesmas que reforçam tal condição. Torna-se mais fácil o Estado se abster desses problemas das favelas e dos guetos como exclusão, do que subsidiar projetos e políticas públicas que proporcionem o desenvolvimento social desses espaços.

No recorte proposto por esta pesquisa, ao analisarmos o processo de formação social do Brasil, do Nordeste e de Sergipe, temos claro que não há um potencial para o desenvolvimento social. Entendemos que há carência de incentivo ou preparação para demonstrar ao sergipano/aracajuano, que o caranguejo e o mangue são importantes para a cultura e para o desenvolvimento local. O próprio desmatamento do manguezal e a poluição das águas da capital

demonstram claramente que não é mais possível uma pesca segura dentro do espaço urbano de Aracaju. O Estado necessita, assim, de projetos de integração e potencialização juntamente com políticas públicas que permitissem esse avanço e essa articulação.

Deixamos abertas, portanto, possibilidades de se pensar em políticas públicas de reconhecimento e valorização que abram oportunidades de atuação desses grupos marginalizados nos demais espaços sociais, que compreendam a comunidade e busquem efetivá-las em conjunto com os demais espaços de Sergipe. Entendemos que a realidade apresentada nos enseja a necessidade de transformação social e para isso, o conceito de participação deve, por obrigação, abordar as mobilizações sociais, visto que falamos de um grupo historicamente excluído e recorrentemente submetido para não questionar sua posição.

O ato de promover a articulação comunitária e o propósito de reivindicações coletiva exige considerações acerca da importância papel da comunicação e da mídia no viés da democracia local. No entanto, entendemos que as perspectivas da C4D indicam que o modelo vertical se demonstra inviável, já que os MCM seguem uma lógica política histórica e que não apresentam nenhum interesse de prezar por uma comunicação plural e participativa. Portanto, faz-se necessário pensar em mecanismos de participação horizontal, a partir da utilização de ferramentas como as TICs, rádios e jornais comunitários e projetos de comunicação interpessoal – em consideração a função dos indivíduos que interatuam em outros espaços e trazem novos conhecimentos ao meio comunitário. Portanto, a comunicação seria um espaço onde a comunidade ganharia voz para lançar seus anseios na participação e no engajamento nos diversos âmbitos, em possibilitar que seus canais se tornem espaços de discussões híbridas e plurais.

A folkcomunicação, por este aspecto, contribui para evidenciar como os processos midiáticos seguem uma lógica que não condiz com a realidade cultural de todos os grupos. No entanto, faz-se necessário questionar alguns pontos específicos que, por vezes, se confundem na teoria. Embora seja importante valorizar os grupos e suas identidades recorrentemente marginalizados, mesmo que estes grupos não tenham esta consciência efetiva de exclusão e apresentem-se indiferentes aos MCM, é importante questionar a situação de exclusão social e de participação frente às políticas de desenvolvimento e ao espaço midiático.

Dessa maneira, a folkcomunicação se torna uma ferramenta que proporcionaria o diálogo para que, tanto a sociedade continuasse a se desenvolver quanto valorizasse as manifestações dos grupos marginalizados. Entretanto, falar de participação social requer, antes de tudo, pensar e discutir a respeito das classes sociais. O próprio Beltrão (2004) apresentou um incômodo no que se refere à luta de classes:

as vezes me vem a ideia de que a pessoa pode confundir a folkcomunicação com uma comunicação classista. Mas ela não é exatamente uma comunicação classista. [...] Então eu vi que alguns desses grupos têm capacidade de integração na sociedade apenas não concordam com essa sociedade (BELTRÃO, 2004, p. 116).

Contudo, verifica-se que há uma incoerência no discurso do autor, conforme apresentam autores e autoras contemporâneos, como Fernandes (2011a, 2017), Aragão (2017) e Amphilo (2010, 2013). Para Amphilo (2010), a folkcomunicação apresenta que as elites dirigentes ignoram os grupos afastados dos projetos desenvolvimentistas, mas por outro lado, o povo continua a resistir à imposição de culturas forâneas. Aragão (2017) complementa,

Nos capítulos da seção teórica [Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias] fica nítida a preocupação de LB [Luiz Beltrão] em entender o povo e seus meios de comunicação no intuito de facilitar o acesso das mensagens das elites e a preocupação por haver uma cisão brasileira, de não existir uma unidade nacional. Porém, na segunda parte da tese, a que contém a pesquisa empírica, o autor também apontou que o povo não precisa das elites, pois, apesar dos problemas vividos, tem força para sobreviver, para resistir e para fortalecer seus valores (ARAGÃO, 2017, p. 45).

Da mesma maneira que Beltrão (1980) aponta que a comunicação entre os grupos possibilitaria o desenvolvimento da sociedade, por outro lado a discussão classista não é uma necessidade da teoria, o que deixa uma lacuna em aberto. Por considerar que a comunicação é libertadora e obriga a participação entre os grupos, tal qual Freire (2018a, 2018b) e o próprio Beltrão (1980, 2004, 2014) pontuaram, a participação só acontecerá se houver comunicação entre eles. Logo, o grupo que se encontrava em situação de marginalidade passa a ser coparticipante, ganha acesso aos demais espaços da sociedade e deixa de ser considerado como tal. Por esse raciocínio, se a folkcomunicação questiona um modelo de comunicação que não atende as necessidades dos diferentes grupos sociais, e o processo comunicacional é mediado justamente pelo o âmbito social, como não questionar o viés socioeconômico?

Acreditamos que é importante observar até que ponto analisarmos positivamente os referidos avanços, tem contribuído para legitimar ideias que por vezes tem servido de venda às observações profundas do processo de potencialização do poder e da dominância, interpenetrados historicamente na nossa sociedade. Talvez tenha faltado a observação de que os MCM, juntamente com as empresas de turismo, propaganda e marketing ainda conspiram a favor do caráter de dominância sobre uma população "desinformada", ainda que esta esteja mais engajada ao processo comunicacional e conectada em rede. Torna-se importante pensarmos que

nem a comunidade pode atuar fora dos mecanismos de desenvolvimento, já que necessitam do mundo externo para o seu próprio bem-estar social, nem os meios devem se opor a participar de outros espaços na garantia da valorização identitária e a atuar em prol da cidadania.

Não é de nosso interesse questionar o espaço midiático que as culturas alcançaram e de manter as tradições intactas, já que é impossível devido a dinamicidade da sociedade. Mas propomos ir de encontro a noção de cultura enquanto dominância, para termos claro quando e como isso pode causar uma situação de exploração e marginalização. Sabemos que o limiar do século XXI demonstrou a ampliação das culturas regionais e locais quando os seus produtos e processos veiculados nas mídias massivas. É por esse caminho que as novas ferramentas e a constante articulação midiática na apropriação dos elementos culturais devem caminhar. Ou seja, visar a participação dos agentes que fazem esta cultura, disseminá-la como prática de suma importância e torná-la protagonista nestes espaços. Experiências que possibilitam, enfim, que as manifestações se atualizem e recriem suas linguagens próprias para projeção nos mais diversos ambientes sociais. Como bem destaca Schmidt (2008), trata-se de “um processo de troca entre os envolvidos, colocando-os ora em condição de receptor/consumidor, ora como emissor/comunicador/produtor, ora como mensagem/produto. É uma articulação permanente entre os dois sistemas comunicativos – o massivo e o folk (SCHMIDT, 2008, p. 150).

A partir disso, o maior questionamento é que na folkcomunicação a marginalidade se torna o fator preponderante para entender os grupos populares excluídos das esferas econômicas, políticas, sociais e culturais pelas elites dirigentes. A perspectiva classista reafirma a necessidade de melhor entendimento dos estudos sociológicos e propõe a clareza de que o sistema capitalista vigente, representado pelas empresas e indústrias de comunicação, classifica sim os diferentes grupos e, recorrentemente, os submete a uma situação de exploração.

A noção de marginalidade apresentada por Beltrão (1980) nos ajuda a entender e definir os grupos que fazem parte da audiência folk. Visualizamos que o aporte empírico apresentado não desenvolve de forma crítica a respeito da marginalidade. Embora o termo seja usado para identificar o grupo, não há maiores questionamentos a respeito da mídia, do quanto esses grupos são constantemente mal representados nos espaços midiáticos massivos e o quanto os MCM seguem estruturados em uma lógica capitalista dominante. De alguma maneira, esse descuido de Beltrão (1980) acaba por reforçar o que o próprio Marques de Melo (1980) destacou como “nebulosidade teórica” e “vacilação ontológica”.

Ao recorrermos à bibliografia utilizada pelo autor, percebemos, portanto, a importância das noções da marginalidade e as possíveis contribuições ao desenvolvimento da folkcomunicação. Acreditamos que a noção de marginalidade contribui à folkcomunicação para

pensar os MCM como um mecanismo de reforço da marginalidade social desses grupos. Visto isto, por considerar que Beltrão (1980) não deu atenção significativa à essa perspectiva, talvez tenha sido esse o problema que a teoria enfrenta até hoje. Limitou-se a noção de marginalidade apenas à condição do grupo, mas não aprofundou o quanto os meios de comunicação reforçam a criação de estereótipos e o incentivo para o grupo continuar em tal posição. Não se trata apenas de estabelecer uma comunicação, mas de questionar como esses grupos são retratados na mídia.

Entendemos que essa visão já estabelece forte relação com a nova abrangência da Folkcomunicação, desenvolvida pelos seguidores de Beltrão, e contribui para resolver muitos problemas teóricos que tem, certamente, limitado o desenvolvimento da teoria. É o caso da discussão classista, do próprio objeto de estudo, das aproximações com os Estudos Culturais Latino-americanos e a própria compreensão dos grupos marginalizados.

Mesmo sem apresentar justificativa à questão classista, Cristina Schmidt (2006) apresenta que os processos folkcomunicacionais não são autônomos da realidade econômica-social. Segundo a autora, a cultura é dependente não só da socialização, como também dos contextos socioeconômicos nos quais está inserida. Marques de Melo (1980, p. VIII), um dos principais disseminadores da folkcomunicação, demonstrou inquietação ao afirmar que a impressão que se tem é que “tais problemas são percebidos, mas parece que a saída encontrada é não enfrentá-los”.

Além do mais, Amphilo (2010), atenta ao arsenal teórico utilizado por Beltrão (1980, 2014), demonstra que a Folkcomunicação se vale de categorias marxistas e, principalmente, do método histórico-dialético para aportar as evidências folkcomunicacionais no Brasil pré-cabralino e no Brasil colonial. Argumentos estes, que Fernandes (2017) concorda que há forte relação da teoria com a questão classista, mas que, embora importantes, ainda não dão conta de resolver a questão.

Por essa perspectiva, entendemos que as discussões acerca da folkcomunicação no que se refere à identificação de um público marginalizado exige, por menor que seja, discussões a respeito da luta de classes. De todo modo, destacamos que nossa intenção não é ir contra as ideias de Beltrão (1980, 2004, 2014), mas acreditamos que é preciso questionar se realmente faz sentido não abordar as noções de classe, já que nos parecem muito importantes para visualizar situações de opressão, as quais apresentamos na análise da comunidade trabalhada. Como possível resposta a esse questionamento, cabe-nos, sobretudo, pensar como a folkcomunicação pode se relacionar às concepções de participação social, visto que os grupos em situação de marginalidade apresentam uma discussão que não necessariamente é expressada como mecanismo de questionamento às práticas dominantes vigentes.

Leva-se em consideração o propósito de analisar a formação identitária na sociedade contemporânea frente aos processos de desenvolvimento social e da formação da marginalidade social, concluímos que a busca constante pelo desenvolvimento industrial em nível nacional, a partir de medidas econômicas que favoreceram regiões em específico e desfavorecera outras, provocou discrepâncias em níveis regionais, ao marginalizar cada vez mais as massas em prol de um desenvolvimento econômico nacional. Em outras palavras, seria o mesmo que acentuar que houve uma exploração econômica colonial impeditiva de desenvolvimento social. Ao mesmo tempo, o avanço econômico, restrito a uma certa camada privilegiada, por fins políticos, restringe o acesso ao produto social.

Dessarte, de toda a discussão acerca do processo de desenvolvimentismo econômico, podemos considerar que o Brasil formou uma identidade própria enquanto território explorado, recorrente de diversas lutas e disputadas de interesses entre os grupos que aqui se instauraram e se formaram. Se avaliarmos a possibilidade de inserção de uma política de desenvolvimento social, baseada na participação e na diminuição das desigualdades, certamente entraríamos na discussão acerca das mais variadas formas de resistências por parte da identidade do brasileiro conservador que se escancara como resultado do processo político e capitalista instaurado em suas raízes. Assim, à vista da realidade apresentada do nosso objeto de estudo, que os mecanismos econômicos não foram suficientes para causar mudança e transformação social, já que não houve comunicação entre os processos de desenvolvimento com todos os grupos sociais.

Por outro lado, entendemos que a comunicação não é considerada nas sociedades como meio de transformação e, conseqüentemente, não foi pensada como método de sanar os problemas de campos sociais que convivem em desacordo, não foi estabelecida como elemento primordial em sua sociedade. Ou seja, por considerar que "a comunicação só pode disseminar a mística do desenvolvimento em sistemas democráticos" (MARQUES DE MELO, 2011, p. 12), para termos democracia, precisamos de mecanismos de participação. Demonstra-se que não há comunicação efetiva entre o Estado e a população da comunidade. Assim, as políticas tornam-se ineficientes e a população segue na construção de seus próprios mecanismos de sobrevivência. Questionamos, desta maneira, como podemos pensar em políticas sociais se nosso histórico denota fatores de dependência nos mais variados âmbitos sociais.

Tal debate contribuiu para o entendimento de como se estabelecem as relações em sociedade em um período marcado pelos primeiros indícios da sociedade de massa. Essa nova forma de aparelhamento é reflexo da Revolução Industrial, onde a vida em sociedade passa a ser reconfigurada pelas mudanças na produção, na distribuição e no consumo de bens e serviços,



o que força a perda dos hábitos tradicionais da população e as condicionam a uma vida padronizada. Assim, vemos esse processo como determinante para o surgimento de conflitos identitários, principalmente pelo acesso aos MCM que pôs as culturas locais em contato com outras. Na nossa pesquisa, torna-se ainda mais relevante para compreender o processo de marginalização das identidades e como a cultura torna-se fator de dominância e poder frente a uma sociedade de massa.

Portanto, por considerar que propósito desta pesquisa é pensar em minimizar esses fatores de distinções sociais, promover o bem comum e a participação comunitária em consenso com os demais espaços de Aracaju, entendemos a importância da comunicação como ferramenta de organização social, diálogo e participação. Embora não haja como integrar as identidades, é importante se pensar como estabelecer harmonia entre esses grupos, a fim de permitir que os espaços estudados possam ser transformados mediante os dados negativos identificados com a realização do estudo. Para todos os efeitos, espera-se que esta pesquisa possa contribuir para a melhoria dos ambientes comunitários aqui entendidos como marginalizados.

Na folkcomunicação, os mecanismos artesanais de expressão enquanto canais de comunicação popular, atuariam como mecanismos de educação e conhecimento por possuírem uma linguagem própria dessa camada. Utilizamos, pois, as contribuições de Freire (2018a, 2018b) em utilizar os condicionamentos socioculturais para possibilitar um diálogo efetivo que se utilize da comunicação enquanto mecanismo de participação. Assim como Benjamin (2000) apresenta, por exemplo, propostas de enxergar as expressões populares como mecanismos que facilitam a compreensão da realidade local, imprescindível no processo de aprendizado e na inserção de políticas públicas eficientes.

Para tanto, os frutos deste trabalho demonstram a importância de valorizar o âmbito comunitário em situação de marginalidade – assim como mostramos a comunidade estudada – a fim de promover o desenvolvimento destas, bem como avaliar a importância do trabalho no manguê e proporcionar políticas de desenvolvimento que favoreçam a perpetuação da prática da cata de caranguejos, tão relevante para Aracaju.

Acreditamos que ainda há muito o que desenvolver acerca da construção identitária de Aracaju, no que se refere a outros elementos culturais. A comunidade analisada é apenas um único espaço, visto que há outros cenários em Sergipe que podem ser analisados no mesmo viés e que podem apresentar uma outra percepção dos processos de identidade e sua relação com o caranguejo. Consideramos importante, em pesquisas futuras, estabelecer uma comparação entre outras comunidades ribeirinhas, a fim de contrastar suas realidades, e identificar quais fatores

influenciaram a percepção dos seus ocupantes. Muitas outras abordagens podem aprofundar discussões que não constituíam os objetivos desta pesquisa, mas que fizemos questão de lembrá-las no decorrer da discussão.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMPHILO, Maria Isabel. **A gênese, o desenvolvimento e a difusão da folkcomunicação**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.
- AMPLHILO, Maria Isabel. Funções sociais do Folclore segundo Maria Isaura de Queiroz. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Org.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 76-79.
- ARAGÃO, Iury Parente. **Elos teórico-metodológicos da folkcomunicação**: retorno às origens (1959-1967). 2017. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017.
- AZEVEDO, Denio Santos. **Turismo, Patrimônio Cultural e Identidades Consumo**: construindo sergipanidades. 2014. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014.
- BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (org.). **Caracterização da demanda turística de Sergipe 2018** [eletrônico]. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2018.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- BARRETO, Luiz Antônio. **Folclore**: Invenção e Comunicação. Aracaju: Typografia Editorial / Scortecci Editora, 2005.
- BARRETO, Luiz Antônio. **Um novo entendimento do Folclore e outras abordagens culturais**. Aracaju: Sociedade Editorial de Sergipe, 1994.
- BECKER, Howard. Conferência: a Escola de Chicago. **Revista Mana**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 177-188, out. 1996.
- BELTRÁN, Luís Ramiro. Adeus a Aristóteles: Comunicação Horizontal. In: PRATA, Nair; JACONI, Sonia; SANTANA, Flávio (orgs.) **Pensamento Comunicacional na América Latina** – textos antológicos e autores emblemáticos. São Paulo: Intercom, 2019.
- BELTRÁN, Luís Ramiro. La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. **Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación**, v. 4, n. 8, 53-76, 2006.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre, EDIPUCRS & FAMECOS, 2014.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.
- BENJAMIN, Roberto. A nova abrangência da folkcomunicação. In: FERNANDES, Guilherme Moreira et al (orgs). **Roberto Benjamin**: pesquisas, andanças e legado. Campina Grande: EDUEPB, 2017a, p. 67-76.

BENJAMIN, Roberto. As narrativas populares como folk-media. In: FERNANDES, Guilherme Moreira et al (orgs). **Roberto Benjamin: pesquisas, andanças e legado**. Campina Grande: EDUEPB, 2017c, p. 137-141.

BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação e novas tecnologias da comunicação. In: FERNANDES, Guilherme Moreira et al (orgs). **Roberto Benjamin: pesquisas, andanças e legado**. Campina Grande: EDUEPB, 2017b, p. 134-136.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2000.

BERGER, Christa. A pesquisa em Comunicação na América Latina. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz Claudio; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.) **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2011, p. 241-277.

BOLAÑO, Cesar Ricardo Ciqueira. Economia política, globalização e comunicação. In: BOLAÑO, Cesar Ricardo Ciqueira (org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC; Universidade Federal de Sergipe, 1999, p. 73-96.

BOLAÑO; Cesar Ricardo Ciqueira; VARJÃO, Demétrio Rodrigues; TÁVORA, Bruna et al. Apontamentos sobre a história do mercado sergipano de televisão. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 6, n. 1, p. 82-96, jan./jun., 2017.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **Desenvolvimento e Crise no Brasil** – História, Economia e Política de Getúlio Vargas a Lula. São Paulo: Ed. 34, 2003.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas**. 4ª Ed., São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015a.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8. ed. 2. reimp.. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015b.

CARDOSO, Fernando Henrique. Hegemonia Burguesa e Independência Econômica: Raízes Estruturais da Crise Política Brasileira. In: FURTADO, Celso (org.). **Brasil: tempos modernos**. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.

CARDOSO, Fernando Henrique. **O modelo político brasileiro e outros ensaios**. 4 ed. São Paulo: Difel, 1979.

CASTRO, Josué de. **Fome: um tema proibido**, 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

DESENVOLVIMENTO humano nas macrorregiões brasileiras. Brasília: PNUD: IPEA: FJP, 2016.

DÍAZ BORDENAVE, Juan E. **O que é participação**. 8 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 62-83.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 215-235.

ESCUADERO, Camila. O conceito de desenvolvimento e sua capacidade organizativa dos fenômenos: da questão econômica à social e sustentável. In: SARTORI, Maria Aparecida; PINATO, Tassiane Boreli (orgs.). **Desenvolvimento sustentável e (r)evolução tecnológica ambiental**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2018, p. 129-142.

FALCÓN, Maria Lúcia (org.). **Sergipe 2000-2013**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2014.

FEITOSA, Cid Olival. Reflexões acerca do urbano em Sergipe. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 37, n. 3, p. 339-355, jul-set. 2006.

FERNANDES, Guilherme Moreira. Aproximações teóricas e empíricas entre Folkcomunicação e os Estudos Culturais. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. V. 1, N. 18, 2011a.

FERNANDES, Guilherme Moreira. As aproximações da folkcomunicação com os Estudos Culturais Latino-americanos: interfaces do pensamento de Luiz Beltrão com Martín-Barbero, García Canclini e Beatriz Sarlo. In: CONFIBERCOM. São Paulo, 2011. **Anais [...]**. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2011b.

FERNANDES, Guilherme Moreira. Cronologia In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Org.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 1027-1038.

FERNANDES, Guilherme Moreira. Folkturismo. In: MARQUES DE MELO, José (ed.). **Enciclopédia da Intercom de Comunicação vol. 1 conceitos**. São Paulo: Intercom, 2010. CD-ROM.

FERNANDES, Guilherme Moreira. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Org.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 873-975.

FERNANDES, Guilherme Moreira. Problemas teóricos da Folkcomunicação: exposição de questões. CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 18., Recife, 2017. **Anais [...]**. Recife: Universidade Federal Rural de Pernambuco/ Faculdades Integrada de Pernambuco, 2017.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 280-304.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 1983.

FREIRE, Paulo. **Educação e mudança**. 38 ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2018a.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 38 ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2018b.

FURTADO, Celso. **A hegemonia dos Estados Unidos e o subdesenvolvimento da América Latina**. 3 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

FURTADO, Celso. **Análise do “modelo” brasileiro**. 5 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

FURTADO, Celso. **Dialética do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1964.

FURTADO, Celso. Novos exercícios da demiurgia: a questão Nordeste. In: OLIVEIRA, Francisco de. **Celso Furtado: Economia**. São Paulo: Ática, 1983.

FURTADO, Celso. **O mito do desenvolvimento econômico**. RJ, Paz e Terra, 1974.

FURTADO, Celso. **Uma política de desenvolvimento econômico para o Nordeste**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1959.

GABEIRA, Fernando. O Mar não está para a família Peixe. In: FONTES, Ilma. **Zé Peixe: uma vida no mar**. Aracaju: Sercore, 2000, p. 46-47.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016.

HALL, Stuart. Quem precisa da Identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 15ª Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2014, p. 73-102.

HOHLFELDT, Antônio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 876-883.

IBGE. **Classificação e caracterização dos espaços rurais e urbanos do Brasil: uma primeira aproximação**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. **Educação 2018**. Rio de Janeiro, IBGE, 2019.

IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. **Rendimento de todas as fontes 2018**. Rio de Janeiro, IBGE, 2018.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE (ICMbio). **Atlas dos Manguezais do Brasil**. Brasília: ICMbio, 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Radar IDHM: evolução do IDHM e de seus índices componentes no período de 2012 a 2017**. Brasília: IPEA: PNUD: FJP, 2019.

KREUTZ, Elizete de Azevedo. Apropriação cultural. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, p. 79-81.

LACERDA, Ricardo. **Economia sergipana contemporânea (1979-2010)**. Aracaju: Editora Diário Oficial/ Editora UFS. 2012.

LAZARSFELD, Paul. Os meios de comunicação de massa e a influência pessoal. In: SCHRAMM, Wilbur et al. **Panorama da comunicação coletiva**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964. p. 87-96.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Festa Junina em Portugal: mascas culturais no contexto do folkmarketing**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2012.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. Folkturismo: vivências do turismo popular. In: GASTAL Susana; CASTRIGIOVANNI, Antonio Carlos (orgs). **Turismo na Pós-Modernidade: (des) inquietações**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

LUYTEN, Joseph. Folkmídia: uma nova visão de folclore e folkcomunicação. In: SCHMIDT, Cristina (Org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006. p. 39-49.

MACIEL, Betânia. Folkcomunicação e desenvolvimento local. In: LOPES FILHO, Boanerges Balbino; FERNANDES, Guilherme Moreira; COUTINHO, Iluska et al. (orgs). **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012, p. 43-52.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação, opinião e desenvolvimento**. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.

MARQUES DE MELO, José. **Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação**. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1976.

MARQUES DE MELO, José. Prefácio. In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980, p. VII-VIII.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. São Paulo: Paulus, 2003.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008a.

MARQUES DE MELO, José. O Campo da comunicação no Brasil. In: MARQUES DE MELO, José (Org.). **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008b.

MARQUES DE MELO, José. ASSIS, Francisco de. (Org.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MARQUES DE MELO, José. **Brasil democrático: comunicação e desenvolvimento**. Brasília: Ipea, 2011.

MARQUES DE MELO, José. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom: Revista Brasileira da Ciência da Comunicação**, São Paulo, V. 39, n. 1, p. 39-56, 2016.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis de. (org). **Por uma outra comunicação:** mídia, mundialização cultural e poder. 5 ed. Rio de Janeiro: Record, 2010, p. 57-86.

MORAES, Dênis de. O Capital da mídia na lógica da globalização. MORAES, Dênis de. (org). **Por uma outra comunicação:** mídia, mundialização cultural e poder. 5 ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis de (Org.) RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, Poder e contrapoder:** da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013, p. 19-52.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 269-279.

ORTIZ, Renato. **Cultura popular** – Românticos e folcloristas. São Paulo: PUC-SP, 1985

PAIVA, Raquel. **O retorno da comunidade:** os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PAOLI, Maria Célia Pinheiro Machado. **Desenvolvimento e marginalidade.** São Paulo, Livraria Pioneira Editora, 1974.

PARK, Robert Ezra. A migração humana e o homem marginal. Tradução de Mauro Guilherme Pinheiro Koury. **Sociabilidades Urbanas** – Revista de Antropologia e Sociologia, v.1, n.3, p. 114-123, nov. de 2017.

PERLMAN, Janice E. **O mito da marginalidade:** favelas e política no Rio de Janeiro. 3ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2002.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. In: MONTEIRO NETO, Aristides (Org.). **Sociedade, política e desenvolvimento.** Brasília: Ipea, 2014. p. 161-195.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Comunicação para o desenvolvimento: aspectos teóricos desde a modernização ao "buen vivir". **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 15, n. 4, p. 11-26, jul., 2019.

**Radar IDHM:** evolução do IDHM e de seus índices componentes no período de 2012 a 2017. Brasília: IPEA: PNUD: FJP, 2019.

SABBATINI, Marcelo. Rebelião das massas digitais à luz da folkcomunicação: choques culturais na era da convergência digital. In: LOPES FILHO, Boanerges Balbino; FERNANDES, Guilherme Moreira; COUTINHO, Iluska et al. (orgs). **A Folkcomunicação no limiar do século XXI.** Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012, p. 65-76.

SANTANA, Flávio Menezes. Folkcomunicação, Identidade e Resistência na Era das Transições Culturais. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 19., Parintins, 2018. **Anais [...].** Parintins: Universidade Federal do Amazonas, 2018.



SANTANA, Flávio Menezes; LUCENA FILHO, Severino Alves de. A Queijadinha de Dona Marieta em São Cristóvão/SE no Contexto do Folklorismo como Estratégia para o Desenvolvimento Local. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 16, n. 36, p. 251-268, jan./jun., 2018.

SANTOS Geisedrielly Castro dos; ANDRADE, Ana Cláudia da Silva. Evolução da paisagem costeira da Coroa do Meio e Atalaia – Aracaju-SE. **Scientia Plena**, v.9, n.1, p. 1-7, 2013.

SANTOS, Luciano Correia dos. **TV Caju e TV Cidade, o conteúdo local no mercado de televisão por assinatura em Aracaju**. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, 2007.

SANTOS, Mário Jorge Silva; SANTOS, Ana Rocha dos. A ação do Estado e da política habitacional na produção socioespacial da região metropolitana de Aracaju (SE). **Geosaberes**, Fortaleza, v. 6, n. 1, p. 284 – 297, out. 2015.

SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. 5ª Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SANTO, Suzy dos. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **E-Compós**, Brasília, v. 7, n. 2, p. 2-27, dez., 2006.

SOARES, Murilo Cesar. Análise de enquadramento. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 450 – 465.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José (org.). **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008, p. 149-159.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.

SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de massa e desenvolvimento**. 2ª Ed., Rio de Janeiro, Bloch Editores, 1976.

SERGIPE. **Lei Complementar nº 25, de 29 de dezembro de 1995**. Cria a Região Metropolitana de Aracaju. Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe, Aracaju, 29 de dezembro de 1995.

SERGIPE. **Lei nº 2.578, de 31 de dezembro de 1985**. Cria a Região da Grande Aracaju. Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe, Aracaju, 31 de dezembro de 1985.

SERGIPE. Secretaria de estado da cultura e meio ambiente. **Aspectos históricos, artísticos, culturais e sociais da cidade de São Cristóvão**. Aracaju: SECMA, 1989.

SERVAES, Jan. Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. **Revista comunicação midiática**, Bauru, v. 1, n. 1-2, p. 19-53, 2004.

SIGRIST, Marlei. Hibridação. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 652-661.

SILVA, Juremir Machado da. Ainda existe o popular? In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre, EDIPUCRS & FAMECOS, 2014, p. 21-28.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15ª Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2014, p. 73-102.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARRO, Antonio (orgs.). In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 51-61.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos. SEMINÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA AS CULTURAS POPULARES, 2005, Brasília. **Anais [...]**. São Paulo: Instituto Pólis; Brasília: Ministério da Cultura, 2005.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: UFPB, 2008a.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A folkcomunicação no contexto da sociedade globalizada: do líder de opinião ao ativista midiático. In: MARQUES DE MELO; TRIGUEIRO, Osvaldo Meira (orgs.). **Luiz Beltrão**: Pioneiro das Ciências da Comunicação. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB / INTERCOM, 2008b, p. 139-148.

WOITOWICZ, Karina Janz. Comunicação, cultura e resistência: da folkcomunicação aos estudos culturais, aproximações e diálogos entre Luiz Beltrão e Stuart Hall. **Razón y Palabra**, n. 87, p. 248-259, jul./set. 2014.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15ª Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2014, p. 7-72.

## APÊNDICES

### FRAGMENTOS DAS ENTREVISTAS

**Legendas:**

**P** – Pesquisador;

**E** – Entrevistado.

**ENTREVISTA 01:**

**E01 - Homem**

**P:** Por quantos anos o senhor trabalhou com a coleta de caranguejo?

**E01:** Mais de trinta ano...

**P:** E começou com que idade?

**E01:** Uns 12 anos... É que você num me encontra... De Aracaju pra cá já tirei caranguejo Jardim Esperança, Coroa do Meio, Barra dos Coqueiro, Jatobá, Taiçoca, Pedra Branca... Num tem lugar de mangue que eu num conheça...

**P:** E os mangues de Aracaju?

**E01:** A pois, é esse que eu tô dizendo, Aracaju. Já tirei caranguejo na Coroa do Meio, na cidade, ali na Atalaia... Hoje aterraram tudo ali, mas eu já tirei caranguejo ali, olhe... Jardim Esperança, o São Conrado... Tudo ali era manguezal, eu já tirava caranguejo ali...

**P:** Ainda existem pessoas tirando caranguejo nesses lugares?

**E01:** Algum tira... Mas a maioria é tudo de lá da Muçuca... Outro de lá da Taiçoca... Santos Dumont... Esse povo mais, do lugar mais... Que nem aqui, né? Lugar mais atrasado... Que o lugar mais atrasado, né? Que os povo sofedor... Porque muitos vai vender, vai pro comercio, mora no comercio ali mesmo vai negociar, né? E outros que veve no lugar mais atrasado, aí vai pra maré...

**P:** E os seus filhos pescam desde criança?

**E01:** Aqui eu ensinei a tudo, que o cara quando é pai... O pai e a mãe que presta tem que ensinar aos filho de pequeno, não tem negócio de juiz, não tem negócio de promotor, não tem negócio de ninguém, quem manda em nossas casa é eu... Juiz e ninguém vai dar de comer aos filho. Lei na minha casa quem dá é eu... Deste tamanho aí, olhe, tudo na enxada... E levava tudo pra roça e os maiorzinho era tudo pra vender caranguejo em Aracaju... Tudo aí sabe, bora... Chegar o juiz queria me prendê ali... Na penitenciaria de bairro América...

**P:** Prender o senhor por quê?

**E01:** Porque os fio tudo na frente com cada um com um pau de caranguejo, outro com pau de guaiaumum, e outro com quarenta, cinquenta corda pra criar eles... Quando me viu ele lá em cima... Eu pensando que era pra comprar um pau de caranguejo, ele desceu, oh a tora... Quando chegou o carro... Aí ele chegou declarou comigo: você é um criminoso. Aí eu respondi bem com ele: Doutor, me diga uma coisa, porque é criminoso? Eu tô ensinando meus fio aquilo que eu aprendi. Eu não aprendi a estudar porque não tive pai, minha mãe morreu e me deixou com

sete ano... E eu vivia tomando tapa de um e de outro... Nunca roubei, quem me criou foi meus tio, então o que o meu tio ensinou foi na maré e na enxada... Então eu tô ensinando a meu fio o que eu aprendi... Aí tô criando esse, boto quarenta corda, cinquenta corda, duas vez na semana pra arranjar o pão de cada dia aí... Então eles tem que me ajudar que é pra saber o que é que eu tô sofreno... Eu só não levo ele pra maré, mas no seco eu boto...

**P:** Do tempo que o senhor começou a trabalha na maré até hoje, a senhor consegue visualizar alguma mudança?

**E01:** Piora, é piora.... Pra pescaria é piora porque cada vez mais... Ta cada vez mais as coisa tão destruindo, tão se acabando porque o crescimento cresceu, o povo cresceu, a maioria pescava de um jeito e hoje tão pescando e hoje tão acabando com os caranguejo por causo disso que uns tão de redinha, outros tão de ratoeira... E na época que.... Na minha época, o caranguejo não se acabava porque nós tirava no braço...

**P:** Com o caranguejo?

**E01:** Na cabeça, num tempo assim, chovendo, caindo na estrada... As vez gosto naquela época, quando eu vou, gostava de tomar meu negócio, trabalhava sustentado na perna... A vez tava bêbo dia de sábado, aí saia cum saco de caranguejo caindo nessa ladeira descendo aqui... Hoje tá boa as ladeira e antigamente era uma bagaçada, né? Porque tinha uns trator, agora tem trator cem por cento passa na estrada... Agora, naquela época era uma buraqueira braba... Carro nenhum subia lá pra cá, quando era num tempo desse... Hoje o carro sobe, olhe, direto aqui... Que botaram uma piçarra, que um... Cum vereador, um prefeito, uma coisa, sempre melhora um pouquinho...

**P:** Só um pouquinho? Nem tudo?

**E01:** Não, pra aqui num melhora muito não, porque os daqui a metade, olhe... Só quer vê o... Pra seus bolso, porque nós sabe, que nós tamo vendo na televisão comigo ela... Agora pra jornal, ruma de corrupto, ruma de ladrão, nós paga nossos emposto, olha aqui, olhe... Que eu tô cinco ano correndo atrás... [...] Tô morrendo já, morrendo, pra morrer já... Sei que tô pensando, toda hora tô clamando a Deus que tenha piedade de mim.. Porque canto que eu sofri, canto que eu trabalhei cum dignidade pra num pegar num que é dos outros... E já tô veio desse jeito que ainda trabalho na roça... Vou morrer na roça, no cabo da enxada... E eu peço a meu Deus, Deus dê um negócio pra eu melhorar mais uns dia, passar mais uns dias aqui na terra, tendo meu retorno que eu trabalhei tanto, contribuí tanto e num tenho meu retorno. Tô esperando, né? Olhe, já ta cinco ano que eu tô recorrendo, tô esperando agora.. Já dei entrada tá com um mês, um mês e oito dias que dei entrada, mais disse que é três mês pra chegar...

**P:** Quais seriam os benefícios que o grupo de pescadores poderiam receber para continuar trabalhando e visualizar uma possibilidade de futuro melhor para os seus filhos?

**E01:** Pra valorizar, se tivesse emprego. Governo, prefeito, botasse emprego, empresa que tivesse emprego pras pessoas... Como é que vai viver? O povo vai viver só disso, de maré? Pra melhorar... Disso aí, a melhora é como tá, num tirar o defeso.. Se tirar o defeso, se cortar isso aí, é o presidente mais o governo olhar pra que num acabar esse negócio. Num acabe o bolsa família, num deixe acabar o bolsa família que tá ajudando os pai de família... Porque se cortar isso, acabou tudo.. Vai acabar a família, vai acabar o povo.... Porque emprego num tem, cadê a empresa que tem aqui pra socorrer os trabalhador. Aqui é a maré.

**P:** O senhor conhece a Passarela do Caranguejo?

**E01:** Já, já... Eu vejo já... É depois da ponte.. Né? Depois da ponte já vê logo os caranguejo já desenhado naquele coisa na entrada...

**P:** O que o senhor achou?

**E01:** Não, ali é bonito, né? É bonito...

**P:** O senhor já viu falar do Festival do Caranguejo?

**E01:** É lá na Atalaia...

**P:** O que vocês acham dos pratos do caranguejo no Festival? Como vocês costumam cozinhar o caranguejo?

**E01:** Não, aqui quasemente eles num sabe o que é isso... Eu sei porque quasemente eu fui criado em Aracaju... Porque eu trabalhava em restaurante lá e fazia entrega e via como é que deve fazer, né? Quem trabalha ne restaurante, trabalha na associação atlética, no Vasco, que esse negócio... Bar, né? Bar surtido, quem gosta de surtido... Fazer pirão, porque o caranguejo é isso...

**P:** Qual a cidade de Sergipe que mais oferta caranguejo à Aracaju?

**E01:** Rapaz a gente num pode, eu num posso nem te explicar, porque se for falar aqui, nesse povoado aqui, dois ônibus daqui vai lotado... Aliás, três... Três ônibus daqui sai lotado, olhe... Tem um ônibus de quatro, tem um de cinco, tem um de seis... Sai lotado. Que é mais os horário que eles quiere pegar a feira, né? Que é os horário típico de pegar feira... Que vende caranguejo... Porque aqui esses povoado todo, é Arame, povoado Arame, é povoado Carmo, Rita Cacete, É Colônia, é Pedreira, é Caípe... Isso tudo é tudo pra Aracaju. Agora cê vai rodando... Esse estado todo... Itaporanga...

**P:** E eles vendem nos bairros?

**E01:** Eles vendem em bairros, porque se for, por comparação por mercado, for pro mercado eles num vende... Porque só chega caranguejo, olhe... Ele vende pra comercio lá no mercado Ferraz... Lá é direto. Cê chega lá, você vê o comércio como é... Porque vem naquelas cazinhas... E os caranguejo lá é grande, então quem veve em bar, só compra caranguejo bom e eles que vende pra pegar miudinho só vende em barras, porque o cara só vai comer pra...

**P:** E como é o comércio?

**E01:** O comércio, que o povo vesse com essa falta de emprego que nós tamos, nós vê na televisão, cê vê como o povo tá... Oh, porque aqueles que veve sofrendo quer arranjar seu pão com dignidade, tá sofrendo na vida, porque também ta sofrendo, porque a maioria vai roubar morre... E a gente que veve nesse ramo tá um sofrimento... Porque aqui ela sai quatro hora da manhã... As vez vem chegar duas horas, três horas, quatro horas da tarde... Que nem eu... As vez eu vinha chegar, quando eu negociava eu chegava... Hoje ta bom. E o tempo meu? Naquele tempo pra mim, meu... Que era riqueza...

**P:** Na sua visão, qual a importância do trabalho do mangue pro povoado Coqueiro?

**E01:** É a sobrevivência do pobre, se não fosse a nossa mãe, que já botemo o nome de mãe maré, porque todo mundo de lá veve da pesca. O povo desse povoado vizinho, que cê pede sentar, de Aracaju pra cá, a maioria só veve mais de pescaria... É Pedreiras, é Caique, que eu conheço

muito povoado... Tinhaí, ai sobe Nova Descoberta, Costa... Aqui depois da Nova Descoberta, Água Boa, Vargem Grande, Porto do Mato...

**P:** O senhor já viu o caranguejo no jornal?

**E01:** Já...

**P:** E quando o senhor assistiu?

**E01:** Eu achei bonito.

**P:** Bonito por quê?

**E01:** Porque uma presença daquela... O que eles fazem, uma presença daquela e aquela apresentação.. Tudo limpinho, bonito... Então, aquele... É uma coisa linda, né? E quando você chega num ambiente, que você vê tudo limpo, todo mundo ama, né?

**P:** E qual a diferença do caranguejo de lá pro daqui do mangue?

**E01:** A diferença daqui, só tem uma coisa... Que os mangue daqui num é poluído. Os de lá é tudo poluído, porque é rede de esgoto, rede de hospital.. Cai tudo dentro do manguezal pra lá... E aqui num cai. Aqui só cai rio doce... E o Vaza Barris que nem tá aí, se você descer aí você vê, tá mar e céu aí... Tá maré céu. Da minha roça você vê.

**P:** E o pessoal que trabalhava nos mangues em Aracaju na época do senhor, onde estão agora?

**E01:** Uns diz que foi se empregar, outros botaram um bar... A metade daqueles mais velhos já morreu... Porque é... Do meu tempo, que vivia na pescaria, já morreram tudo... Se entrega, olhe... É porque queria... Quer crescer, né? Aracaju não tem mais espaço de crescer, aí tão entrando pra dentro do mangue... Mais agora o Ibama já deu em cima e não pode mais aterrar mais o manguezal.

**P:** Ainda existem mangues em Aracaju?

**E01:** Sim, mas tá tudo poluído, porque ali tudo rede de esgoto só cai ali na maré...

**P:** E a culpa é de quem?

**E01:** Ali é culpa de quem? Do governo. É culpa do governo, porque aquele ali tinha que ter uma fossa... Fazer uma fossa comunitária, que nem tão fazendo, que nem vieram fazer aqui, olhe... Passaram aqui que tinha umas caçamba tirando aquela ruma de terra pra fazer um aterro, né? Mas aquela terra pra fazer aqueles poço...

**P:** Por que a prefeitura não convida vocês pra participar?

**E01:** Os turista num sabe nada... Ta aqui achando que aquilo ali é eles que pega... Ali já são atravessador... Atravessador já pega pra revender... Os heróis é o que vai buscar ele [o caranguejo], pra saber o sofrimento que o cara pra trazer, pra trazer ele...

**P:** Visibilidade?

**E01:** É porque eles num tão ligando sobre isso. E eles num se declara sobre isso. Se a gente for lá eles num atende nem a gente.. Se a gente for lá... A gente as vez quer conversar com eles lá, eles nem atende. Manda um assessor dele pra... Converse lá qualquer coisa, explique qualquer coisa, explica qualquer coisa... Ele num vai dar trela pra nós não. Cê já viu rico dá trela pra pobre? Pobre é que nem um cachorro. Tanto que nem só quer imposto... Olhe, você chega lá,

botou a banca, eles quer nem saber, manda um fiscal pra... desclassificar as pessoas que vai arrumar o pão de cada dia pros fio... É por causa disso que eu defendi... que eu escolhambo o prefeito, escolhambo o governado que são um rebanho de ladrão que fica cobrando imposto, num sábado tirano dos pobre coitado, que num tem... próprio pra sobrevivendo... Ta sobrevivendo apulso...

**P:** Hoje, depois de toda essa trajetória, das suas experiências, como o senhor enxerga o manguê e o caranguejo na sua vida?

**E01:** Eu enxergo na minha vida é com a tristeza, que trabalhei tanto e hoje tô sofrendo querendo, atrás do meu benefício, num tem retorno. Aquilo ali é me sinto sufocado. Corro atrás de um advogado, corro atrás de outro e nada concerta, só concerta Deus. Quando Deus passar a mão em cima conserta, mas o home da terra num conserta mais nada, só faz destruí. Tendeu?

**P:** O que o caranguejo significou pra sua vida?

**E01:** O que significa pra mim hoje, pra mim hoje num significa nada, porque eu trabalhei tanto de caranguejo e num tenho nada. Entendeu agora? É um negócio que a gente tem barriga cheia, agora guardar dinheiro, num guarda, ta entendendo? É só pro consumo. A senhora pegou aqui, aqui mesmo já ficou na feira. Então, de caranguejo hoje eu não tenho nada.

**P:** O trabalho não é valorizado?

**E01:** Você hoje tem vantagem [se refere à filha], mas antigamente, na minha época, nunca teve vantagem. Pescador nunca teve vantagem.

**P:** Qual a vantagem que ela tem?

**E01:** Tem, porque ela hoje tem defeso, se ela pagar ela tem dinheiro, retorno. Nunca teve pra nós, na época que eu trabalhava nunca teve, pagava sem direito a nada. Pagava sem direito a nada. Só pagava assim, se você era pescador, se você tinha boa embarcação, se você tem boa camboa, né? Que é pesca, rede, rede de mar, rede de pesca, aquele que chama rede grande que pega peixe no oceano. Ali você tem, mas um pobrezinho num tem condição de comprar uma rede daquela. Num tem condição de comprar uma boa embarcação. Aí você sabe que o pobre só fica mendigando. Num tem condição de comprar coisa material pra ter coisas boa, ter uma boa rede, uma boa canoa, cadê? Quem vivia nessa vida, olhe, quem vivia nessa vida do caranguejo era rebaixado. Até hoje é. Só tá melhorzinho porque hoje tem a atalaia, a coisa da atalaia que puxa muito caranguejo, que tem muito caranguejo grande de fora... Aí quer dizer, pegou comércio, porque, quer dizer, todo mundo rico quer tomar cervejinha, vem de fora, o povo, né? Os turista vem de fora, quando chega ali: “vamo comer um caranguejo”. Aquele dono do bar tem alegria, vai comprar muito caranguejo, vai lá embaixo, pode ser quanto for uma corda de caranguejo daqueles grande, mas eles num tá olhando porque sabe que ele vai ganhar de cima daquilo, que o rico tem dinheiro pra comprar aquilo. Pobre tem? Pobre fica mendigando.

**P:** Foi o senhor que ensinou suas filhas a pescar?

**E01:** Tudo.

**P:** E hoje o senhor ensinaria a seus netos?

**E01:** Claro. Ensinava, só que os neto é cabeça dura, num quer isso não. Os neto hoje num quer respeitar nem os avô, nem a mãe, vai aprender nada com o avô?

**P:** Mas tem algum neto que gostaria de ir ao mangue catar caranguejo?

**E01:** Tem uns neto aí que vai, quando sai da escola, né? Porque quem bota é os pais. É, mas porque o pai bota.

**P:** Mas com toda essa decepção, o senhor ainda ensinaria aos seus netos?

**E01:** Claro que eu ensinava. Ensinava, não. Ensino que eu ainda tô vivo. Mas hoje nós tamo com decepção, devido a essas pessoa que tem o poder e num quer ajudar os pobre. Ta com o poder na mão e só quer tirar. Tão prendendo tudo, tão prendendo tudo. Prenderam o homem que tava ajudando os pobre.

**P:** E Deus, deu ao senhor um trabalho digno?

Não, trabalho digno, porque eu num vou reclamar do caranguejo, porque o caranguejo, quem veve do caranguejo tem barriga cheia. Agora guardar dinheiro num guarda. Entendeu? Porque vai, quando vai pra lá pra vender, se num souber, volta só com a comidinha, né? Chega lá mesmo já vem com as compras, já vai... A casa faltou as coisa, já vem com a ferinha de lá pra cá, daquela coisinha que levou pra vender. É por causa disso que num pode guardar dinheiro. Agora quem veve no comércio ali, vendendo a semana toda, quando compra é mil, duas mil corda de caranguejo, ali tem lucro. Já tem os dono daqueles bar da Atalaia, quando vai: quinhentas corda, bote quinhentas corda pra mim, quinhentas cordas pra ali. Ele vende a corda de caranguejo a dez conto, ele compra de cinco, mais vende muitas... Ali ele já ganha dinheiro, como o cara atravessador como o dono do bar ganha dinheiro em cima disso. Agora nós que vai, já vai faltando as coisa em casa chega lá: só dou cinco conto, quatro conto. Cê tá vendo que tá os filho em casa ta com fome, faltou as coisas, você vai comer casco? Olhe aí onde já vem, olhe. Você tem que vender pra trazer qualquer coisa pro filho comer em casa. Meu negócio era esse, então o lucro é esse.

**P:** Se o senhor fosse o presidente da associação de pescadores e tivesse o poder em suas mãos, quais mudanças o senhor faria aqui na comunidade?

**E01:** Hoje, pra fazer a mudança ta difícil. Ta difícil sabe por quê? Eu vou lhe explicar mais um negócio, porque num lugar que você vai, num lugar que tem mel, você sempre bota o dedo pra lamber pra ver se o mel ta doce, então o negócio é esse. Todo mundo só quer tirar fogo pra sua sardinha, sabe o que é, só, olhe, só quer... Entendeu? Então hoje num tem melhora. A melhora é só pro rico.

**P:** Mas e se tivesse nãos mãos do senhor?

**E01:** Ah, se fosse... Eu ia orientar como é que deve viver.

**P:** Quais os benefícios que o senhor iria trazer?

**E01:** Os benefício é que tinha que aposentar com vinte e cinco anos de contribuição de aposentado, agora é trinta ano. Quer dizer que o cara já tá com quarenta, cinquenta ano num sofrimento desse, vai chegar a ter esse direito, quando vai receber um dinheiro de uma aposentadoria já ta com o quê? Sessenta e cinto, setenta ano. Já tá arrebetado de tanto trabalhar, que nem eu tô aqui, olhe [mostra a mão]. Eu tô trabalhando pra não pedir esmola e nem roubar.

**P:** O senhor ganha esses remédios?



**E01:** Ganha o quê? Eu que compro. Eu que compro, porque pra passar essas dor, olhe, tô aqui apulso, olhe.

**P:** E o que o senhor acha da associação de pescadores?

**E01:** Não, a associação de pescadores é bom, né? Porque se o pescador pagar seus imposto direito, se tiver uma pessoa de bem, porque lá tem uma pessoa de bem, porque se num tivesse uma pessoa de bem, o cara num ia passar trinta anos, vinte e cinco anos naquele setor, né? Porque tem um velho lá, que é do setor de pescador que todo ano tem votação pra tirar ele, mas ele continua no lugar, porque se ele num prestasse o povo já tinha tirado ele, né? Então o negócio é o cara pagar seus impostos direito.

**P:** O que senhor acha que será daqui em diante, quando não houver mais crianças trabalhando no mangue?

**E01:** Ei, pra falar a verdade... Vai.. Existe que Deus é bom. Deus é bom pai. Não, diz que... Olhe, a bíblia, que nem a bíblia diz: os que vai embora, vai embora os anel e fica os dedo. Mais a coisa mais difícil, vai embora os dedo e anel fica. Aqui sempre vai ficar um comercializando a mesma coisa, porque vai os velho simbora, o mundo é assim. É morrendo um e vindo outros. Então é o mesmo, é a mesma coisa...

**E01:** Devido aquela amostra que evoluiu o caranguejo... O caranguejo ganhou mais crédito... Hoje começou o caranguejo ter mais saída, ter mais processo por causa daquele o caranguejo... Que os povo, os turista começou a ver e começou a querer experimentar... O caranguejo daquilo foi crescendo, crescendo e hoje você vê... A praia ali, cê vê uma praia daquela pra num ta cheia de turista comendo caranguejo...

## **ENTREVISTA 02:**

### **E02 - Homem**

**P:** O senhor já trabalhou no mangue antes, alguma vez na sua vida?

**E02:** Trabalhei um tempo bom, tinha até um barco... Comprei um barco e trabalhei um tempo bom. Agora, depois, aí que eu comecei a negociar, comprar mercadoria... Comecei a negociar e aí parei...

**P:** Tem quanto tempo que o senhor negocia?

**E02:** Ah, negociante eu comecei desde 13 anos de idade.

**P:** Com que idade o senhor ia pra maré?

**E02:** A idade que nós ia pra maré eu comecei a trabalhar dos 15 anos em diante, né? Porque... Pequeno, criança, a pessoa sempre vai... Quem mora no interior, todo mundo é criado em maré. Foi beira de maré, se você ir pra Estância, se você ir pra diverso lugar onde tem maré, toda região, todo mundo é criado em maré... Todo mundo começa aí... Criança, principalmente. Antigamente.... Hoje não é tanto. Mas antigamente, no tempo de criança a renda que tinha do interior era de maré, né? Todo mundo... Hoje que devido o tempo já vão criando os filhos... Hoje já são criado em colégio, estudava... Todo mundo estudava, mas não é que nem... como hoje... O futuro antigamente, todo mundo só imaginava pelo local, o tempo que era mais atrasado, a maresia... Todo mundo trabalha em maré... A mãe o pai já levava as criança de novo... Começava de novo... 10 anos, 8 anos, 13... Uns até hoje tão nessa. Uns até hoje foi

botado na maré dos 10 anos, 8 anos, até hoje tão na maré... E outros negoceia, passou a negociar. Eu fui criado na maré, trabalhei na maré, trabalhei a vida toda e comecei a negociar...

**P:** Com que idade o senhor começou a negociar?

**E02:** Eu comecei a negociar com o caranguejo a partir de uns 25 anos.. 25 não... 22 anos que eu comecei a negociar com caranguejo. Hoje eu to com 44 anos. Comecei a só comprar o caranguejo, que é só o meu ramo é comprar o caranguejo. Comprar e vender.

**P:** E por que o senhor decidiu negociar?

**E02:** Porque a vida na maré... do marisqueiro é uma vida sofrida... Eu sei que é uma vida sofrida... E eu to participando, quer dizer... Eu resolvi comprar porque eu to quase no mesmo ramo, porque o ramo do negociante do caranguejo é quase o mesmo ramo do pegador. É o mesmo sofrimento, você amarra, você mata, você faz tudo. É o mesmo ramo, você ta vivendo na mesma situação. Nós sabe tudo do que o maresereio, do que o pescador faz. Porque quase todos que é negociante já passou a ser tirador.... É só a questão de uma melhoria, melhorar, sair mais do mangue, mas permanece no mesmo ramo porque veve daquilo. Eu só vivo da maré, eu só vivo do caranguejo, eu só vivo no marisco. Quer dizer, não tem emprego, nunca carteira foi assinada... Minha carteira nunca foi assinada. Hoje eu tenho 22 anos de pescador de pesca, que eu pago pesca. 22 anos de pesca pago. Quer dizer, se torna a mesma situação e você saiu do dentro do mangue, mas permanece no mesmo ramo, na mesma situação. Num tem outro ramo. O ramo é esse, nós veve no mesmo ramo...

**P:** E o senhor compra por aqui mesmo?

**E02:** Eu compro por diversos lugares, eu compro quase onde tem maresia.., Eu compro Brejo Grande, Estância, Itaporanga, São Cristóvão, Maruim, Indiaroba, Santa Luzia... Eu conheço pegador de caranguejo e negociante eu conheço de um por um... Se eu chegar em Maruim o povo me conhece, Santo Amaro o povo me conhece. Onde tem caranguejo, onde tem maré o povo me conhece. Eu vou buscar mercadoria por esses canto todo.

**P:** E o senhor escolhe o caranguejo ou o pegador escolhe por você?

**E02:** Eu vou contando porque hoje se for pra escolher a mercadoria, só não pode cair fêmea e nem o pequeno, porque a fêmea é proibida, tem o mesmo... Tem fiscalização, aí já tem a norma do tamanho e a lei pra pegar o tamanho e aí nós já trabalha em cima desse padrão.

**P:** O senhor, então, não escolhe?

**E02:** Só compra o que tá, só não vem a fêmea nem os pequeno... Só não vem a fêmea nem os pequeno. Agora a quantidade vareia por feira. Antigamente, antes dessa crise, antes dessa crise há três anos atrás, há dois anos atrás eu comprava bastante, muito mesmo...

**P:** E por que o senhor diminuiu?

**E02:** Porque não... As venda, não tem mais venda, não existe mais venda, as venda hoje leva... Hoje a pessoa compra, o quê? Cem corda, hoje ta comprando, se comprar cem corda ta batendo sexta, sábado e domingo... Antigamente num era assim.

**P:** E por que o senhor acha que ta acontecendo isso?

**E02:** A falta de emprego... Eu tinha freguês e comprava... Eu tinha, eu tenho, porque eu tenho muitos anos de mercado, tenho 22, 23 anos de mercado, eu conheço o freguês que compra de uma corda a dez, quinze corda... E o freguês que comprava, me comprava cinco corda, dez corda, hoje ta comprado uma... duas corda...

**P:** Mas quem compra essa quantidade é geralmente dono de bar?

**E02:** Não... Tinha gente que consumia, tinha um tempo determinado, de aniversário, como aniversário e eles consumia as dez cordas de caranguejo. Eles fazia uns aniversário, as festinha, como tem gente que tem condições... Em quinze em quinze eles faz umas festa, eles chegava mandavam quinze cordas, eles mandavam guardar oito cordas, dez cordas e hoje não existe mais isso. Hoje esse pessoal que comprava cinco cordas, hoje compra uma corda, compra duas cordas, porque o custo de vida mudou. Hoje tem freguês que os filhos tudo era empregado, hoje só tá ele empregado, porque só tá ele e ajuda até o aposentado tá com a renda dele só... E então isso tudo vai cair o comércio nosso. E quem mais entende do comércio é o feirante... As pessoas faz as pesquisa: ah tem emprego, a economia na boa. Não. Quem sabe é nós feira. Nós feirante que veve de feira é quem sabe.

**P:** E o senhor paga quanto em uma corda de caranguejo?

**E02:** Esse negócio, esse comércio é um comércio ruim de ter um preço fixo. Não existe preço fixo. Existe de hoje, pronto. Essa semana choveu, aí vai depender dos tirador. Porque os rio tá tudo cheio, vai depender do catador. Catador hoje vai dizer eu vou pagar X e você tem que comprar, porque não existe... Tem a outra semana, que eles vão trabalhar toda, aí a maré tá seca do dia todo, aí o preço muda, então não tem nem pra vender e nem pra comprar.

**P:** E em grande parte das vezes, qual o valor que o senhor paga em uma corda?

**E02:** Vareia, da mercadoria de três reais... Vai a três, tem de quatro e de cinco.

**P:** E se tiver pouco caranguejo?

**E02:** Aí eles agora ele vai subir, agora ele vai subir porque o manguero vai e ele pega dez, quinze corda. É por isso que aumenta porque cê vai em cada casa e não tem aquela quantidade. Quando tem muito, que eles tiram muito, aí vai pra três reais, quatro reais, cinco reais. Quando eles vão pra maré, cum essa maré agora, cada um, quem vai lá, quem vai, porque nem quase todo mundo... Ontem mesmo eu viajei e voltei sem nada. Ontem eu sai em casa em casa, fui pra região toda, saí da região, mas voltei sem nada.

XX

**P:** E se o senhor tivesse filho, diante de todas essas dificuldades, o senhor apoiaria o trabalho no manguero?

**E02:** Eu sempre, eu sempre lutei, eu tomei conta... Eu, a avó, essa tia e tudo, eu tomei conta de quatro sobrinho que eu tenho como filho. Eu dou conselho pra estudar. Na minha coisa é estudar porque a vida do povo da maré é uma vida sofrida, é uma vida que não tem quem olhe. As autoridades não olha pra o pescador. Você vê, você vai na casa de qualquer pescador, você só vê sofrimento, é uma vida sofrida. É porque hoje o tempo tá se evoluindo, teve... Ainda tá melhor porque teve muitas ajuda de governo federais, mais antigamente todo mundo, todo pescador era casa de taipa. Não tinha ajuda de governo nenhuma, o pescador já sabia... Hoje, até hoje, porque... Os benefício que veio, veio uns benefício aí que deu pra melhorar mais a vida do pobre, a vida do pescador, porque teve tempo que teve empréstimo pra comprar barco, teve empréstimo pra mudar a vida. A vida no arrastar, arrastando melhorou, porque antigamente a vida do pescador era uma vida atrasada, era uma vida só de pesca, uma vida de sofrimento que até hoje é. Porque né mole, porque uma pessoa se bater uma chuva 15 dias, o pescador fica 15 dias de fome. Porque a vida é a maré. E qual é que vai ver, querer um filho acompanhar o sofrimento do pai, né? O mesmo sofrimento, então se eu tivesse um filho, eu vou dar conselho pra ele continuar estudando, agora a profissão quem vai resolver é ele. Agora no meu querer é que estude, porque a vida do pescador é sofrida. Quando vem um benefício pra um pescador, pra o pescador, o lavrador que trabalha nim roça, que trabalha na... No trabalho brutal, esse sim é um trabalho brutal, um trabalho que jamais você estudou...

**P:** Como é o trabalho no mangue? Quais são as dificuldades?

**E02:** E você estuda, e quando você estuda você pensa numa coisa alta. E a maré não é uma coisa alta. A maré é sofrimento. Jamais seu pai, sua mãe vai gastar um dinheiro... Tanto dinheiro pra você estudar pra vê você dentro de uma maré... [...]. Então, quer dizer que eu vi o sofrimento de minha mãe, eu jamais ia criar em um tempo que ele ta mais evoluído, com internet, com tanta da coisas boa, eu jamais ia querer meu filho num sofrimento desse. Eu sei que é um trabalho, mais é um trabalho brutal, um trabalho de sofrimento. Eu visito, eu sei cada casa de cada pescador, eu vou na casa de cada um, eu conheço a vida de cada um pescador. Quem já nasceu nesse trabalho que o pai criou, até uma coisa de costume, muitos não sem ambiente em fazer nada, só se preocupou nesse negócio desse trabalho. É que nem uma pessoa, um mecânico. Criou o filho endireitando o carro. As vezes a dele, ele só quer ser um mecânico. O pai morreu, mais ele é um mecânico.

**P:** O senhor é associado a algum sindicato, associação comunitária?

**E02:** Sou, associado, associação de pescador... Associação não.. Lá é mermo pesca, que é antiga... Não é associação. É pesca mesmo. É em Aracaju. É a Z1. É a primeira de toda do Sergipe é ela. É a principal de Sergipe. A primeira de todas.

**P:** Quais seriam os benefícios que ajudaria a valorizar o trabalho de vocês?

**E02:** Olhe, principalmente a estudo, as criança, filho de pescador tivesse ajuda de estudo, tivesse ajuda de moradia, tivesse uma ajuda em médico, que muitos pescadores que eu conheço que morre através da maresia, através do reumatismo na perna que dá, que nesse tempo dá muito... É através de um médico porque quando um pescador quando adoecer, contado os que volta. Quando vai pro hospital é contado os que volta. Quando já vai já vai morrendo, já vai ruim, porque o pescador ele amanhece hoje doente, mas não vai pro médico, ele vai pro trabalho, porque tem uma família pra dar conta... [...] Nós quando vai agora fazer o cadastramento nós tem que dizer o que é que pesca... Hoje na lei que quer, quer que tenha barco... Tem é que ter barco, tem que ter rede boa... Hoje quem tiver uma rede boa é rico. Como é que um pescador, como é que vai ser aprovado uma lei que só pra receber o defeso quem tiver uma rede grande? Num é um pescador. Como é que o pescador vai conseguir uma rede de trinta mil, sessenta mil, quarenta mil... Como é? [...] Se um pescador pudesse comprar uma rede de 60 mil, trinta mil, o que fosse não ia viver numa vida daquela. Chegar numa casa, a casa sem... De taipa. Se tem bloco, mas não tem reboco. Então? É essa a vida do pescador.

**P:** Se o senhor nascesse de novo, o senhor iria escolher essa profissão?

**E02:** Eu mudaria. Se for pra nascer de novo eu mudaria, porque... Por causa da vida sofrida que é a vida que num tem quem olhe. Num tem quem olhe. A pessoa... Bater gaiado a noite, pegar aratu, bater gaiado. É você com a roupa velha dentro do mangue, batendo gaiada, riscado se esbagaçar por cima de casca de ostra... É ostra, é bague, é siri, é cascalho... É tanta da coisa...

**P:** O senhor acha que o turismo ajudou o trabalho e a coleta do caranguejo?

**E02:** Teve um tempo que nós vendia bem quando tinha um... Num sei qual foi a gestão do governadô, que botou, que fazia propaganda do marisco, tanto peixe, como caranguejo, como camarão, até fora... Tinha uma propaganda que passava e a... Era num sei o quê... Eu sei que era um coisa do estado. E esse, esse, essa propaganda trouxe bastante gente de fora. Final de ano mesmo foi o tempo que teve mais turista, nós até se admirava e todo turista que vinha, vinha pro mercado. [...] Hoje em dia por causa de propaganda que num existe, não tem mais ninguém que faça investimento nessa área, parou. Esse ano mesmo foi pouco turista e o turista que apareceu não teve lá muito procurando marisco nem nada não. Foi tanto que as venda nem...

Não teve nem melhor. No mês de São João mesmo pra milho, milho e marisco é as venda principal. Foi devagar.

**P:** O senhor conhece o Festival do Caranguejo de lá de Aracaju?

**E02:** Conheço.

**P:** O senhor já esteve lá?

**E02:** Não tive, mais tem muitas pessoas de lá, de dono de bar que comprava muita mercadoria a nós. E hoje esse pessoa hoje num tá ainda... É tanto que tem muito bar fechado. Fechou muito bar na Orla de Atalaia. Tem muito bar. Bar de vender trezentos caranguejos, quatrocentos... É, hoje vende o quê... Há quem ta vendendo dez corda, sessenta caranguejo... Por causa do investimento que não tem ajuda nesta área. Área pra isso, pra esse tipo de turismo de apresentação caiu muito, não tem os nosso governante não tão mais investindo nessa área. Só teve um. Num to alebrado do governador. Agora junto cum o presidente era até, tinha hoje... Governo federal e estadual fez uma propaganda boa, nós vendemos bastante.

**P:** Por que o senhor achar que a sua comunidade não foi convidada pra participar?

**E02:** Não vai porque eu acho que... Essa aí é uma associação dos bares, né? Aí faz é um evento bom que nós também lucra, nós vendedor, porque o bar... A nossa parte é o vender. [...] Que é uma venda que nós entra com a mercadoria. Então nós faz nossa parte na mercadoria. Eles vão no mercado, porque pra nós... E até a diferença de preço... Bar o preço é um... A venda, o lucro é outro jeito, o nosso é... Então, lá é uma festa deles. Agora é uma festa que era benefício pra nós. Nós lucrava muito com essa festa. Nós num ia, mas nós mostrava, nós vendia nossos produto. Era uma coisa que nós num ia lá, mas nossos produtos tava lá na festa. Então nós tava ganhando com isso. Nós ganhava cum isso. Esse ano nem teve, né?

**P:** Vocês não se incomodam de existir um festival com um elemento que faz parte da sua vida, mas essa realidade não é mostrada lá fora?

**E02:** Eu até hoje...Eu até hoje, eu até fiquei parado, porque isso aí era mais pra associações. Esse era pra brigar, pra procurar isso aí era as associação de pescadores. A associação de Aracaju, as diversas. Porque Aracaju, Sergipe tem diversas associações. A principal é a Z1... Tem em São Cristóvão, tem em Maruim, tem em Santo Amaro, tem na Barra, Itaporanga... Tem em Estância, um bocado... Então é essa aí, era pra associações tomar conta disso, né? Era pra associação tomar conta disso. As associações não, não tomaram conta nem nada e eu também me aquietei. Eu também nunca me interessei, até por isso. Até eu acho porque nós vende os produto, mais se acabando, né? Ficamos parado. Nunca me procurei se informar sobre isso. Não, porque... É porque quem me diz o pescador sempre acompanha, vai através do empurrão. Não teve empurrão nenhum... Os principais órgão que é eles num fizeram manifestação nenhuma, num se organizaram pra isso, também...

**P:** O que o senhor sente quando passa o caranguejo na TV?

**E02:** Quando passa coisa boa eu fico alegre, né? Porque quando passa uma propaganda, que nem passou... Um tempo passava o melhor caranguejo é o caranguejo de Sergipe. Tinha sempre, mais mostrava isso. Pra mim tava bom. Ta bom porque a propaganda é a alma do negócio. Fazendo a propaganda do caranguejo lá, ta fazendo a do meu que eu trabalho com isso, né? Então é a alma do negócio. Quando é pra prejudicar, eu fico bastante triste...

**P:** E qual seria a forma de prejudicar?

**E02:** Quando fala que muitos falam que o caranguejo tá morrendo... O caranguejo, o defeso... Que derruba nós muito é o defeso. Porque quando bota na televisão o defeso, num tem

explicação. O povo num explica. Quando bota o defeso o povo sergipano e diversos lugares que vem intende que é o caranguejo doente. Aí foi hoje quem derrubou venda também foi esse negócio. Porque quando bota o caranguejo é o defeso... Seis defeso. Num existe seis andada. É seis andada, seis defeso... Aí cai porque o povo entende que é o caranguejo doente. Num é o caranguejo doente. O defeso é o acasalamento. Ele sai do buraco pra se ajuntar com a fêmea, pra ter relação pra produzir. Porque como a fêmea vai produzir dentro do buraco sem o casamento? Num existe. Todo animal precisa de relacionamento que nem gente. Então é isso aí o defeso... Se é deles explicar o que é, eles botam... Defeso... Pronto cheguemos agora em janeiro, cheguemos o mês do defeso, mas não explica qual é o defeso. Tinha que ter como tem o defeso, tinha explicação na televisão pra dizer... Não, o defeso pegava um tirador de caranguejo das antiga que também soubesse, que tivesse conhecimento pra falar... Porque bota as vezes até uns amigos mesmo nossos... Nossos trabalhador, nosso... Que nós trabalha... os trabalhador no manguezal, que trabalha no manguezal, cada um de nós, porque nem todos sabe da explicação do negócio. Aí vai na beira da maré, como passou na maré, o cara dentro do mangue botou o jornalista botou o fone na boca dele... Ele falando besteira, é porque o defeso num pode pegar e o cara mesmo tá... Mais falou, mas não explicou. Eles num sabe nem explicar o defeso. Então tem que procurar uma pessoa que sabe explicar, ir pra televisão e dizer o defeso é isso, é acasalamento... É o tempo da fêmea se encontrar com o macho e a desova, porque naquele tempo é seis mês de período.

**P:** E em relação a devastação dos manguezais, qual a reação do senhor?

**E02:** É, nós fica triste e também Aracaju num tem mais caranguejo.

**P:** Esse fato prejudica vocês?

**E02:** Prejudica porque tem muitos tirador de caranguejo dali... Como coroa do meio, tem ali no Coqueiral... Tem muito do Coqueiral que é tirador de Caranguejo, tem muito na Coroa do Meio, tem muito ali pelo Santo Antônio, Santa Maria, muitos... Tem muita gente que depende daqueles mangue... E aqueles mangues ali não tem mais. E se você chegar pra botar no cesto, donde é esse caranguejo? De Aracaju ninguém compra. Hoje se você dizer esse caranguejo é de Aracaju, esse peixe é daqui, esse siri é daqui ninguém compra... Num vende.

**P:** Quando começou essa questão da poluição de Aracaju? Como se ficou sabendo que existe?

**E02:** É, hoje a televisão, né? Hoje a televisão, os meios ambiente.... Hoje tem o meio ambiente que faz pesquisa, divulga, tem o Ibama, que são liderança nisso, pra mostrar... É tanto que é os órgão que ajuda nós, ajuda o meio ambiente, o Ibama, a polícia ambiental... Quer dizer a polícia ambiental mais o Ibama são os órgão que ajuda nós, que nós sabe a área que é boa, a área que dá pra pescar... Então é tudo, nós vê através desse povo... Tem gente estudado lá dentro, né? O pescador conhece a maré...

**P:** Depois de todas essas experiências, hoje o que o caranguejo e o mangue significam na sua vida?

**E02:** Eu hoje agradeço a Deus, primeiramente, ser criado numa família que eu tive uma professora e uma mãe... Tive um professor que já foi simbora que era meu pai, tive uma professora que era uma mãe... Uma mãe que trabalhou muito pra criar nós, deu estudo, botou tudo no colégio, de um por um, era sofrimento antigamente, porque antigamente num tinha ônibus. Quem queria estudar era porque tinha vontade de estudar. Arrastar daqui... Nós saía daqui pra Rita, depois quando passava pra quinta série, São Cristóvão. E era na perna... Era a pé.

**P:** Por que mais atrasado?

**E02:** É o lugar mais atrasado porque quando diz interior, já tá fora do padrão dos governante. Num existe um... Num vai ter uma fiscalização, num vai ter um aconchego, num vai ter uma representante, deixar de olhar pra uma cidade, ali no grupo, pra ir pro interior. Num tem... Num tem como... Um governador num vem aqui. Um governador todo dia tá dentro da cidade, tá dentro da capital, mais um governador num sai pra vim pra aqui.

**P:** E não deveria?

**E02:** Claro, claro, claro. Tem que... O interior tem que ser olhado pelas autoridades, tem que ter investimento... Cê tem que ter investimento, porque tem gente que tem um povo carente de amor das autoridades. Tem um povo sofrido, povo sofrido, porque pra chegar de Aracaju... Hoje aqui, num tem uma ambulância. Tem lá na cidade, mais aqui, num interior como esse, tem que tê uma ambulância... Hoje tem que se fretar um carro pra chegar em Aracaju. Hoje qualquer posto de Aracaju tem um ambulância, né? Em São Cristóvão tem, mais aqui num tem.

**P:** Qual a maior recompensa do seu trabalho?

**E02:** A recompensa que eu tenho, que eu acho bom é como eu lhe digo, sê criado num lar evangélico, num lar que minha mãe soube toda vida me ensinar os lado da vida, o bom e o ruim, e nós todos acompanhamo o lado bom e... E estudar, se hoje nós num se formamos, foi culpa nossa mesmo, que nossa mãe se interessou, botou nós tudo num colégio. Se hoje nós num se formamos a culpa nós num pode botar nela, foi nós mesmo. E se conformar no lugar que nós veve, porque nós foi criado aqui e nós vamo viver aqui, porque até que nem uma lição, via passando de um pro outro e se acostumando nesse mundo aqui.

**P:** E o mangue?

**E02:** O mangue eu mesmo compro marisco, vivo do mangue, vivo do marisco, vivo do mangue, vivo da maresia... Porque se eu só trabalho com marisco aqui... Se hoje eu vivo, eu vivo do mangue. Então é um lado ruim pra o sofrimento, mas que eu só tenho que agradecer a Deus, porque foi a profissão que eu arrumei. E o trabalho que a pessoa que arruma, que dá pra ganhar o pão, a pessoa tem que se conformar com ele porque eu num estudei pra sê nem um mecânico, nem um pedreiro, nem um juiz, nem um advogado, nem um... Nenhuma parte, a não sê a maresia, então eu tenho que agradecer a Deus é isso mesmo, né? É isso mesmo.

**P:** Como o senhor enxerga o passado e o presente? O que é que mudou?

**E02:** Mudou pra melhor. Antigamente numa chuva dessa nós tava dentro do mato tirando pau pra fazer o fogo de lenha... Nós tava dentro do mato tirano lenha, cortando lenha e hoje graças a Deus... Mas num vai se comparar como... Porque hoje tem dificuldade, que existe dificuldade, existe, porque existe o padrão de vida do rico, do pobre, do médio e do bem pobrezinho, né? Tem o bem pobrezinho...

**P:** E o trabalho do mangue?

**E02:** O trabalho do mangue permanecesse o mesmo jeito... Pro trabalho do mangue não existe mudança... Não melhorou nada, nada... Não existe porque par o povo, o padrão de vida pra o mangueiro tinha que ter o investimento do governo federal ou de algum órgão pra arrumar um jeito deles ter um financiamento pra comprar um barco.. E isso eles não consegue. Nem um pobre chega no banco que num tem uma carteira assinada, que num tem uma fonte de renda, pra o banco emprestar pra fazer um barco. Hoje pra fazer um barco é três mil reais. Depende do barco. É três mil, quatro mil, cinco mil, seis mil, depende do tamanho do barco... Se for um barquinho pequeno é três mil... O banco, qual é o caranguejero que vai chegar lá sem uma carteira assinada, sem uma fonte de renda, sem um comprovante de renda e dizer: banco me empreste três mil que eu quero fazer o barco? Num existe. Num tem nenhum órgão que faça

empréstimo pra comprar o barco, porque até o que eles num conhece como fonte de renda. Eu ainda num vi um mangueiro chegar, vou fazer um depósito aqui de caranguejo... Eu ainda num vi.... Vou fazer um depósito aqui que eu peguei um peixe e vim botar o dinheiro no banco... Num existe...

**P:** Qual a reação da comunidade quando o senhor decidiu trabalhar apenas como atravessador?

**E02:** Critica, porque o mau do pobre é o outro pobre. Porque se é uma classe de pescador, nós tem que lutar por nós. É uma união, tem que ser uma união. Num tem nada de eu chegar ali, fulano num é não. Não! Fulano sofre do mesmo jeito. Se fulano num tira, fulano vende. É o mesmo sofrimento. Ta vivendo da mesmo jeito. Ta indo pro mercado que não existe mais venda. Compra e perde. E se num existisse comprador, não existia pescador.

### **ENTREVISTA 03:**

#### **E03: Homem**

**P:** Quando e por que você começou a trabalhar com a coleta do caranguejo?

**E03:** Rapaz, falar a verdade a partir dos 12 anos. Antes dos 12 eu já pescava. Ia pescar com meu pai, com minha mãe... já trabalhava já... O ramo era a maré mermo. Tinha outra opção não... Era pesca caranguejo, era redinha, peixe, camarão... Só marisco assim.

**P:** E quem te ensinou a trabalhar na maré?

**E03:** Meu pai com minha mãe. Eu morava já próximo a maré mesmo, era quatro metro. Aí já me acordava de manhã já, ia já pra maré pescar, ficava bagunçando dentro da água... E... Pronto...Ah, já ta bom, vamo, vamo trabalhar... E a vida gente foi assim.

**P:** Como é o seu trabalho (rotina, etapas etc.)?

**E03:** A partir de terça-feira... depende... que sempre mais, geralmente a folga da gente é segunda-feira. Aí na terça-feira aí começa terça, quarta, quinta, sexta... Ai tem uns que vai até no sábado. Quem já tem a pessoa pra entregar aqui ai trabalha até no sábado. Ai pronto, ai fica de folga fica sábado e domingo... E segunda. E quem pesca e vende pra ele mesmo, vende... Trabalha até sexta-feira, as vezes trabalha no sábado... Depende a quantidade do marisco que pega.

**P:** O senhor vende por aqui mesmo? Ou o senhor mesmo vai vender na feira?

**E03:** Quando tenho pouco, ai eu mesmo vou. Ai quanto tem assim, sendo mais de vinte corda eu já vendo por aqui mesmo. Agora nesse tempo o batido é vinte, trinta corda. Caranguejo agora tá mais difícil.

**P:** Isso é consequência do período chuvoso?

**E03:** É... Tem tempo que tá chovendo que ele ta gordo, ele some.

**P:** Qual a maior dificuldade do seu trabalho?

**E03:** Rapaz, eu não sei. Fico pensando assim... Eu não acho muito difícil não. Já é costume.

**P:** Quais as dificuldades que você me apresentaria a respeito do trabalho no mangue?

**E03:** A primeira coisa que eu falava era o quê? Estudo. Estudo, porque é um serviço pesado. É um serviço de negócio de... A gente vai por quê? É forçado mesmo, não tem recurso, não tem



emprego, não tenho... Eu mesmo nem leitura eu tenho... Quer dizer, fica mais difícil, né? Eu como se diz, já to acostumado com esse ramo, que é desde já de pequeno... Mas a pessoa cansa... Tudo nessa vida cansa. Eu vou porque é forçado, não vou ficar parado e nem muito tenho aquela paciência de ficar a vida toda em casa... Tô aqui e já tô doente.

**P:** O que você diria se alguém como eu quisesse ir trabalhar no mangue?

**E03:** Oxen, vamos! Não tem conversa não. Só pra você... Só pra ta só assistindo... Também é divertido. Porque assim, né, você, com essa roupa aí, porque você vai se melar de lama, aí fica mais difícil. Também nessa maré de inverno tem muito mosquito, aí é mais complicado para trabalhar... É mosquito, é muriçoca, é mutuca. Mais muitos aqui, molequinho novo, começa por aí.

**P:** Por que o senhor acha que a educação é alternativa ao trabalho do mangue?

**E03:** É difícil, porque a pessoa pega muita frieza, não toma um remédio, não tomada nada... Aí é riscado pegar uma pneumonia.... Uma doença qualquer... Resumindo, o pessoal trabalha muito e ganha pouco na maré. [...]. Eu da idade desse aí [olha para o filho], uma hora dessa não me encontrava em casa não. Hoje em dia ave Maria... Hoje em dia eu saio, mesmo estiado, bateu um serenoquinho daqui a pouco to assim, olhe.... To me tremendo, os dedo fica logo tudo sem senti nada, todo dormente... Quer dizer, a questão da frieza. A gente não leva uma coisa pra se agasalhar, um casaco, nada. Lá você se mela de lama, se lava lá na água salgada mesmo, e precisa botar roupa nada, bota roupa em casa, pronto. Vem molhado...

**P:** E os horários?

**E03:** O horário é a maré. Depende da maré. O horário é dela. Essa maré mesmo, é cinco hora pra você sair de casa, cinco hora da manhã. O mais tardar é seis hora. Se acordou, a mão no olho assim, né? nem toma café direito, você se alimenta bem, num é a questão que você não tem, é o tempo... Ai cê pega um... Uma mistura que for com uma farinha, bota dentro da bolsa e... Porque quando você chegar lá que você armou, chegou atrasado, quando a maré começar a encher, pronto... Ai alaga logo o manguezal todo... Ai pergunte, sai avexado, não toma café... Quer dizer que é um... é um tipo de serviço assim, ou você ta ativa, ou então não faz nada, ou então fica em casa.

**P:** Como o senhor aprendeu tudo isso?

**E03:** Ah isso aí já vem de... de pai pra filho, de avô, já vem.. que você fica ali, você ja nasce bem próximo a maré, ai você decora o horário que ela vai vazando, tá secando e ta enchendo e em casa horário ela muda meia hora, ai você vai decorando. Ai pronto, hoje mesmo se fosse 5 horas, amanhã já sair seis hora... Aí isso vai... E a cada horário via mudando também. E a maré é o seguinte, quanto mais você chegar mais cedo, melhor ainda... Se ela for seis hora, você saindo daqui 4 hora pronto, é melhor ainda. Porque o horário é dela... Quando ela diz assim: Agora é minha vez, pronto, não tem negócio de você: Ah, como é que eu vou fazer? Não tem que fazer nada, é pegar seu negocinho e vim simhora.

**P:** Você participa de alguma associação ou sindicato?

**E03:** Não, rapaz, cê é doido? Participo de nada. Não sou cadastrado ainda, é mole? Era pra ser cadastrado e nunca fiz nada.

**P:** E o defeso, o senhor não recebe?

**E03:** Não. É o único.

**P:** Mas o senhor sabe que precisaria de um sindicato para receber? Já que o senhor trabalha há muito tempo com isso...

**E03:** No tempo que meu pai... Meu pai ele pagava sindicato, ele trabalhava com isso aí também... No tempo que meu pai morreu, já tava com vinte anos, se eu tirasse a transferência, poderia transferi pro meu nome o coisa da pesca dele, já estava aposentado. Aí relaxei, relaxei, relaxei, até hoje... Aí todo... Gente hoje em dia começou quase que com um ano pra cá já é tudo cadastrado.

**P:** Mas o senhor achava difícil ou não tinha interesse em se cadastrar?

**E03:** Não é relaxamento mesmo. Não tinha interesse, entendeu? Porque antigamente era capitania, a gente não recebia esse projeto que entrou, né? Que esse projeto agora de você tê aquela cesta básica, né? Antigamente não existia. Só existia só a colônia do pescador e você ia lá por mês e pagava INSS e pronto, cê só tinha direito só na aposentadoria. Hoje em dia apareceu essa lei aí e tudo, aí todo mundo se aproveitou e recebe o benefício, recebe tudo, recebe coisa... Aí eu fiquei, fiquei quebrando pau no ouvido, relaxando... Aí até hoje: "rapaz vai fazer o cadastro, rapaz". Quando tiver um tempo eu vou me cadastrar. Agora terminou essas férias aí, no mês de junho aí, eu vou ... Também era pra tirar a segunda vez do documento, que nem a segunda vez do documento eu tenho, borrei tudo... Aí eu só tenho mesmo só o registro agora, tenho que tirar a segunda via de tudo. Ai pah, pra dar entrada no defeso, pra me cadastrar...

**P:** Qual a recompensa do trabalho no mangue?

**E03:** Não, acho que a parte boa é o divertimento, porque pra dizer assim, pra você, no caso uma coisa e barriga cheia. Pra mim é o divertimento e barriga cheia, porque meu amigo... Falar a verdade.... Nem divertimento é... É uma coisa bem, bem devagá mesmo.... Bem suada... Bem suada e que quem soubesse mesmo... Eu já estudei, né? Apreendi algum negocinho... O desemprego é... Antigamente a gente trabalhava mais feliz, tinha muito marisco, tinha muito marisco.... Depois hoje em dia o desemprego, essa falta de coisa, tá faltando muito marisco, é muita gente na maré que trabalha dois, três meses... Dois três, meses no máximo, afina pra fora... Na outra semana, "oxen, meu amigo, vai pra onde?", "Tá, detonando meu filho, vamo simhora, já to com dois saco mesmo, vamo armar, vou ficar parado, tenho um bucado de filho". Aí pronto, aí é de maior até de menor, tem muito muleque aqui que trabalha, que vai, que estuda a tarde... Aí vai pro mangue na manhã, pronto... Quando é no final de semana eles mesmo vai vender nas feira livre, ali já tira o dele pra comprar suas coisinhas... pronto ... E a vida continua... E antigamente, pronto, os menino num era isso... Era que o pai... Era a turma mais veia mesmo. As mulher, as mulher, só aquelas coroa mesmo pra dar comida ao filho, pronto... Hoje em dia, hoje em dia é... É... Vai tirar quando não é caranguejo, é maçunim, é sururu, é ostra, tudo... Na maré não falta gente de jeito nenhum... Cê olha assim, tem uma proa lá que cê olha assim... Ali é o que? Uma procissão, uma igreja, ou uma feira? Tá cheio... Aí quer dizer, aí... A quantidade de caranguejo diminuiu muita, muito... Se não fosse mais esse negócio do Ibama, antigamente a gente a regra, a gente fazia nós mesmo. Nossos pais... Quando chegava no tempo do caranguejo, caranguejo, de defeso, é o defeso de acasalar, nós num pegava aqui não... Ninguém pegava caranguejo, esse povo mais velho... Ficava só em casa, ia pra outra coisa, pegava outra coisa, outro tipo de marisco, porque tinha... Aí era caranguejo magro, andando e andado não presta não, morre tudo, deixe o bichinho lá brincar... Ave Maria... Hoje em dia meu amigo, quer dizer assim, o caranguejo reza... "Rapaz o caranguejo tá de acasalamento", "pegue logo três

saco, vamos encher". Aí meu filho, aí num tem mangue... É no período de defeso mesmo, não tem... Quando a lei botou esse negócio de defeso foi que piorou mais ainda... Aí é pronto... A turma ia também esbagaçando mesmo...

**P:** E existem fiscalização para isso?

**E03:** Tem a Adema fica aqui direto, mas o quê? Mas não entra dentro do mangue... Aqui não tem fiscal, que antigamente tinha fiscal, é por isso sai a colônia do pescador, tem o defeso... Tem o fiscal pra ele fiscalizar todo pescador.... [...]. Nesse tempo mesmo, num faltava caranguejo não, e era no braço... Num faltava caranguejo não... Cansava do pessoal mais véio aqui tirá quarenta, cinquenta corda num dia... Olhe os muleque... Agora hoje em dia o cara que pegar cinquenta corda só se for de redinha a semana toda.

**P:** Você consegue enxergar a coleta de caranguejo como uma prática importante para o desenvolvimento da sua região?

**E03:** É porque esses ano todo, foi... Foi coisado por ele... Foi... Como se diz... Foi de tudo que... Num tenho mais coisa porque esbagacei, né? Agora de tudo na vida foi tudo aqui, eu chamo de Mãe Maré... Porque até hoje é ela que dá sustento a toda comunidade aqui... Rapaz, aqui não tem bonzinho não. Mesmo que trabalhe, quando chega do trabalho, "rapaz quem vai pra balança? A Maré ali, vamo pescá". Mas só que, organização que não tem. Aí como... Só Deus mesmo...

**P:** O senhor acha que as últimas políticas de incentivo à educação ajudaram a mudar a realidade?

**E03:** Eu mesmo passei 4 anos nesse colégio e não fiz nada. Eu fazia era só pra bagunçar e pronto, vim embora... A escola ajuda muito, ajuda muito. Tem uns que gosta: "ah num vou pra maré não, vou pro meu estudo". Esse daí tá de boa, mas tem outros que tanto faz tá no colégio como tá na maré, como tá num... Mas mudou muito esse coisa aí... Mudou agora porque tem esse negócio caminho escolar aí, ônibus, tem ônibus... Tem muito ônibus pra cá que leva pra São Cristóvão e vem trazer de volta... Até de noite... Se a pessoa quiser estudar de... de velho mesmo, de noite, que estuda... É... Tá fazendo curso, tem um quarto horas... É... Tá bom agora...

**P:** Há alguma forma de incentivo à continuação do trabalho pesqueiro e a coleta de caranguejos na sua comunidade? O poder público ajuda na atividade de coleta de caranguejos de alguma forma?

**E03:** Rapaz, incentivar não incentiva não. Ah, esqueça.... Não existe isso não... Eu acho que aqui mesmo, por aqui mesmo, nem sabe que a gente existe. Aí inventa de fazer... Fazer uma associação aqui... de pescador... Começou, aí... Começou na Rita não deu certo... Não deu certo... Aí agora diz que vai comprar uma terra aí pra fazer uma coisa, vai ter num sei o quê, computador, num sei o que diacho é... Pra as outra criança participar de num sei o quê... pescador, cuidar da pesca... Assim... Criar associação... Mas, fio de Deus se aquete. Aqui não chega nada! Em São Cristóvão não chega nada... Só chega pro bolso dos cabra, aí chega... Pra emboçar... As vez pode ser o governador, tudo... Mandar verba, mas num chega...

**P:** Já houve algum Projeto que não deu certo?

**E03:** Já fizeram aí, fizeram aqui na Rita, quebrou... Fechou... Tá lá abandonado.. Ia fazer aqui, agora num sei pra... Pra dois mil a cinquenta e um, porque não vai sair mesmo esse negócio aí, porque um quer ser mais sabido que outro... Também faz uma reunião aí... Rola também esse

negócio de lavagem de dinheiro... Tá... Pescador não vê nada não... Não vê nada não, fio de Deus.... Aí fica: "Não porque não porque tem que ser assim, tem que ter assado, tem que ser cozinhado, num sei o quê..." Eu fico lá só na reunião... fica que nem cara de trouxa sem saber o que diabo de fim no que é que eles falam, o que num falam... Porque um quer uma coisa, outro quer outra, entendeu? E nós fica o quê? Pra trabalhar de graça pra eles é? Se fosse pros pescador mesmo era bom.... Em todo canto, eu vejo aí em Estância, esses outro aí tudo tem associação, todo mundo depende, depende de... De tudo hoje em dia tem associação... Assisto televisão e sei... E veve tudo numa boa... Agora aqui, meu fio... Num tem essas regalia não. Não tem nada organizado, é tudo desorganizado. Aí eu vou escutando: "rapaz tem uma reunião, num sei o quê". Até uma água aqui meu irmão é uma bagunça.

**P:** Se pudesse, o senhor mudaria de profissão?

**E03:** Oxen... O povo fala, a minha família mesmo, irmão que já morreu dizia: "meu fio estude, estude que quando você estiver mais velho você vai se arrepender... Aí "Eu me arrependo nada, rapaz. Me arrependo muito. Eu vou ta trabalhando de graça pra esse bando de fi da bixiga manhoso... E porque num sei o quê... Oxe..." Aí... De um... Como se diz... De uns tempo pra cá, de uns ano... Uns anos pra cá depois foi que eu fiquei pensando: "rapaz o que eu to fazendo da minha vida?". Vô tá com meu empreguinho, mesmo cê trabalhando de pião mais é pouco, mais ali é certinho... E... Tem direito... E aqui não tem nada... Só tem direito a morte... E uma... Como é.. E uma cuinha na mão pra andar na porta do mercado pedindo esmola. É bom, que é época do defeso e o defeso nada... Agora... Se tivesse mais novo voltava a estudar... Mas, ói, só aprende quando apanha...

**P:** Agora, depois de todas as suas experiências, o que o caranguejo e o manguê significam para a sua vida?

**E03:** Rapaz... Eu num vou dizer que foi ruim... Foi bom, mais era pra eu ta em outra situação melhor.... Isso mesmo... Isso foi mais teimosia minha, empolgação minha... E hoje em dia eu me arrependo. Porque era que nem meu pai falava: "É... Que nada a pior coisa é cê trabalhar pros outro, porque num sei o quê... Trabalhe pra você mesmo..." É muita gente...

**P:** O senhor gostaria de ter outra profissão? Se tivesse a chance, acha que sua vida poderia ser diferente?

**E03:** Se fizesse diferente, oxe, eu tinha, tinha, tinha e não tinha pouco não... Tinha muita coisa boa... E esse tempo agora, tinha outro recurso e a maré só pra passeio...

**P:** O que o senhor fala para seu filho diante dessa realidade?

**E03:** Não, ele que ta começando agora ele conhece... Ele mesmo conhece, ele mesmo sabe... "Rogério... Rogério... vá segurando a barra aí que de alguma... Antigamente era tudo mais fácil... Agora cada vez mais ta ficando mais difícil..." Hoje em dia, pro pessoal sobreviver sobre a pescaria... Ele tem que ralar... Tem que ralar, mas tem que ralar e não é pouco não.

**P:** Mas o que falta pra melhorar o trabalho no manguê?

**E03:** Rapaz eu não sei nem te dizer porque as pessoas... Os que é cadastrado... Ele não tem esse direito... Eu não teria de falar mais nada, né? Porque tudo pra melhorar pessoa que é cadastrado pra melhorar ta tudo certo pra eles. O defeso, porque é três em três mês, né? O defeso não, o coisa... Como é... Essas pessoas que ganham é as primeira que pega o caranguejo... Agora o negócio é isso, você sabia? Que caranguejo é uma coisa... Camarão é outra... Peixe é outro...

**P:** Na sua opinião, o turismo ajudou na venda de caranguejos, na coleta e no incentivo à perpetuação da prática? De que forma?

**E03:** Ajudou... Ajudou porque... Eu acho que no estado de Sergipe não tem um lugar pra... Pra ter um marisco mais procurado que o caranguejo... Hoje em dia tem muita opção de caranguejo, de fazer todo tipo de marisco sobre o caranguejo... Sobre o aratu... É por isso que eu falo, o caranguejo evoluiu muito e é por isso que ele tá ficando mais difícil... Tão mais: "Oxen, ah meu amigo eu vou sair do emprego, eu vou pro caranguejo que ganha mais", vai naquela ilusão.

**P:** Por quanto você vende uma corda de caranguejo?

**E03:** Falar a verdade não tem preço não. Porque caranguejo depende por feira... Porque depende por feira. Tem vez que a pessoa tem uma feira boa e o caranguejo for maiozinho, as vezes a pessoa vende a dez a oito. Como a gente entrega aqui a cambista, nesse tempo assim, nós entrega a cinco... Aqui nós entrega... A cinco... A cinco... Caranguejo médio a cinco...

**P:** E o que vocês acham dos valores cobrados no caranguejo em Aracaju?

**E03:** A questão é que... A questão é... Também variam porque a corda ele compra também a... Porque se ele for comprar caranguejo no mercado ele não compra a menos de quinze reais... Mas mesmo assim ele tá ganhando... Eu sei que nesse tempo... Queira que não queira, quem ganha mais o dinheiro é o cambista... Aí quer dizer, a gente mais num tem... Num tem possibilidade que a gente não tem ponto ali, não tem coisa ali no mercado central, né? Sabe que não pode ficar. Aí pronto, vai rodar o dia todinho com o pau de caranguejo, pra cima e pra baixo, sobe ladeira, desce ladeira.... Aí quando tá ruim aí vende.... De quatro conto, três pode dez... Ow, cê vai voltar pra casa, com caranguejo?

**P:** O senhor visualiza alguma diferença entre o caranguejo de lá de Aracaju e o caranguejo do mangue?

**E03:** Porque o daqui... O daqui é... O de lá é menor, a mercadoria é pequena... E lá só é tudo uma por uma... Caranguejo grandão... Tudo graúdo.. O daqui, aqui... por aqui num tem o que eles entrega lá... O que eles vende num tem... Só tem assim, quando é do caranguejo magro... Ele diz "tá, pai ele já vem já no tamanho bonito..." Também em compensação o de lá quando vem já vem maior também... Aí não tem como a gente disputar com eles porque o caranguejo maior que vem é o de Estância e Brejo Grande.

**P:** Que nem aqui mesmo, é caranguejo da onde?

**E03:** Porque na Aracaju né todo lugar que você dizer... É caranguejo da Aracaju, eles pergunta: é da onde? Se for de aracaju mesmo você num vende. Num vende uma por causa da poluição do mar... Se você dizer: é da barra... Aí vende porque na Barra não tem esses negócio de poluição... Aí o caranguejo mais procurado é esse mesmo, Estância e o Brejo porque lá não tem esse negócio de poluição...

**P:** E pra você, a poluição prejudica seu trabalho?

**E03:** É ponto ruim que... mesmo a gente que traz a poluição pra maré...

**P:** E de quem é a culpa de toda essa poluição?

**E03:** De nós mesmo, porque... Se nós num jogasse lixo num teria esse negócio... Antigamente não existia isso, hoje em dia... Vai pra uma praia, chega lá, você vê aquela lixeira toda... Aí

acabada com tudo... Teve uns ano que começou a morte do caranguejo... Começou por um negócio de tanque de camarão que soltando um produto porque... O caranguejo ele é... Ele é malino... Cê cava um paredão assim, ao redor da maré, ele sai do mangue e fura pra fazer morada ali... Aí ali já nasce uns pezinho de mangue, aí eles vão fazer morada ali... Ai quer dizer, ele soltava aquele produto no paredão... Aí quando a maré enxia, aí o produto aí a água levava pros mangue... Aí tudo que a maré seca, o produto fica no buraco...

**P:** Você acha que no futuro é possível existir mangue e gente trabalhando?

**E03:** Rapaz, tiro por mim não... O mangue era aqui, a gente não desci pra lá pra baixo... Quer dizer, que o mangue já ficava no fundo da nossa casa... Mas quer dizer, quando ver, agora tá aterrando, aterrando, aterrando, aterraram o mangue... Aí quer dizer, o manguezal começa a morrer. E quando começa a morrer o manguezal, o caranguejo some... E também esse pessoal o investindo muito em tanque, ta esbagaçando muito o manguezal... Pra fazer tanque na beirada da maré, tem que tirar os mangue... Aí é quando eu falo, isso aí não é culpa do cara que vai fazer tanque não... É culpa do [órgão] ambiental... Antigamente não existia camarão de tanque, existia peixe de tanque... A gente fazia os tanque, assim na beirada do mangue, num cortava o mangue... Aí só cortava aquela triazinha pra fazer as parede e ficava o mangue dentro.. O peixe se criava ali... Então, o camarão não é assim... O camarão cê tem que deixar todo...

**P:** Então, segundo você, os Órgãos Ambientais não estão cumprindo seu papel?

**E03:** Não tão não, porque eles [órgãos ambientais] ta comendo... Eles estão comendo, porque se for fazer um tanque hoje em dia você tem que gastar... Porque eles vai comer... Porque tem que ter registrado.

**P:** Por que vocês não participam do Festival do Caranguejo?

**E03:** Aí eu não sei... Só pra eles mermo... Só mostra só o marisco... Assim, não mostra o mangue...

**P:** Isso é ruim?

**E03:** Rapaz, num sei nem dizer porque eu acho que eles nem divulga nem o lugar onde o marisco chega, vem, né? Eu só vejo falar passando na televisão... Só tem o nome, festival do caranguejo, agora dizer de onde é o caranguejo, num diz... Só os tipo de prato, o marisco mesmo... Uma coisa é... Porque num ta dando valor ao trabalho da gente... Quer dizer... O valor do pescador fica só pra eles mermo... Quer dizer que eles mermo é pescador...

**P:** Algum meio de comunicação já esteve aqui na comunidade?

**E03:** Não aqui, não... Aqui... Pra... Esse negócio assim quando vem, eles vão direto logo é pro mercado central de Aracaju... Só vão pra lá... Rapaz, eu acho que, no meu ver, porque lá... Tem caranguejo direto, num falta... Num vem pra cá divulgar mermo dentro do mangue. Esse lugar aqui também, esse lugar em São Cristóvão não é bem divulgado pela televisão... Não é bem divulgado... É porque aqui é mais... Essa cidade é mais negócio de santo, esse povo aqui mais católico, porque tem a festa da procissão, nesse ano de fevereiro... Num se interessa por esse negócio do lado do caranguejo...

**P:** O senhor já assistiu algum programa de TV que falou sobre o caranguejo?

**E03:** Pra falar a verdade a gente fica, até assim sem... Tem nada a ver, num liga... Só acha bonito... Caranguejão bonito...

**P:** E se o mangue daqui fosse exibido pelos meios de comunicação?

**E03:** Aí era bom, aí era outra coisa... Porque é assim, né? É o mesmo que tá divulgando nosso trabalho, né? E fica mais valorizado...

**P:** O caranguejo da TV é muito diferente do daqui?

**E03:** Não...

**P:** O que eles falam na TV costuma ser verdade?

**E03:** Tem umas parte que é verdade, tem outras partes que é mais ilusão... Tem vez que ele... Ele influe [exageram] muito... Dá aquela propagando que o caranguejo é mais gostoso, é mais isso e no fim da história é tudo... Tudo a mesma coisa.... E tem lugar que o caranguejo é mais.... Tem menos gosto...

**P:** Diante do seu trabalho alcançado com muito esforço, como o senhor enxerga Deus?

**E03:** Se não fosse ele não existia... Eu enxergo Deus como Deus mesmo... Aquele que... Que não tem outro... Que não tem ser humano, num tem nada... Porque se não fosse ele, a gente num tava aqui contando história... É através dele que eu construí... Que eu trabalho... O sonho de construir é tudo..., O sonho de construir é com ele na frente...

**P:** O que o caranguejo e o mangue significam na sua vida?

**E03:** Ah, muita coisa. Mesmo se eu chegasse a idade de eu chegar a me aposentar... Isso aí fica pra sempre, fica na minha memória... Aí toda essa pessoa mais nova que... Que quer dizer, essa tradição que nunca acaba, que eu tenho fé em Deus que nunca acaba...

#### **ENTREVISTA 04**

**E04: Homem**

**E05: Mulher**

**E06: Mulher**

**P:** Há quanto tempo o senhor trabalha com Caranguejo?

**E04:** Há, tem uns trinta anos ou mais...

**P:** Começou a trabalhar com que idade?

**E04:** Rapaz tem muito tempo.

**P:** O senhor lembra com que idade o senhor ia trabalhar na maré?

**E04:** Uns 10 anos. Depois desses dez anos eu fui pra Aracaju, meu pai morreu, eu fui pra Aracaju. Depois eu voltei, pronto, o serviço foi esse, caranguejo...

**P:** O senhor vende em Aracaju ou vende por aqui mesmo?

**E04:** Rapaz eu vendia, mas depois eu parei e aí eu entrego aqui a um rapaz.

**P:** Quem ensinou a tirar caranguejo no mangue?

**E04:** Rapaz, eu mesmo que... Porque o meu serviço era esse. Aí eu mesmo aprendi, né?

**P:** Seu pai trabalhava com o quê?

**E04:** Era pescaria, negócio de camboa, pegar peixe.

**P:** E sua mãe?

**E04:** Mãe num trabalhava não.

**P:** O senhor acompanhava seu pai?

**E04:** Não. Quando meu pai morreu, aí eu num pescava mais ele não. Trabalhava só na roça, né? Mais ele... Depois que ele morreu, comecei a ficar na maré, pegando caranguejo, vendia mais um padrinho meu, que já morreu. Depois fui pra Aracaju e depois voltei de novo.

**P:** Ninguém da sua família trabalhava com caranguejo?

**E04:** Não.

**P:** E como foi que surgiu a possibilidade de o senhor trabalhar com caranguejo?

**E04:** Porque não tinha outro serviço. Que a maioria desse povo aqui tudo é pesca.

**P:** E você não acompanhava seu pai?

**E04:** Não, eu trabalhava assim na roça, plantando roça. Ele é quem trabalhava na maré, né? Depois que ele faleceu, aí nós continuou pra maré, né? Pegando...

**P:** Isso com uns 10 anos?

**E04:** Era, uns 10 ano, depois eu fui pra Aracaju, trabalhar, porque não tinha que me desse, né? Mãe num era aposentada, eu fui pra Aracaju. Depois foi que mim arranjei, casei com essa, aí voltei pra aqui de novo. Então minha família mora em Aracaju, minha irmã mora em Aracaju, aí eu voltei pro caranguejo.

**E05:** É porque ele não sabe conversar direito, ele desde o tempo do pai dele ele já vivia na maré há muitos anos, mais o pai. O pai morreu, ele foi pra Aracaju e depois voltou. Mas antes de ele ir pra Aracaju ele vivia mais a mãe pescando e o irmão. Aí foi quando o irmão foi embora pra Santos, ele ficou... Aí ele foi pra Aracaju e depois voltou. Quando voltou, aí veio mais eu. Aí nós fiquemos, ele pegava guaíamum, pegava siri e depois ele foi pro ramo do caranguejo.

**P:** Como é que o trabalho do senhor?

**E04:** De segunda a sábado.

**P:** O senhor teve quantos filhos?

**E04:** Sete.

**P:** E sua esposa trabalha com o senhor também?

**E05:** Não, eu sou deficiente e recebo benefício.

**P:** E seu filho vai te ajudar?

**E04:** É, ele trabalhar mais eu.

**E05:** Mas ele pega pra ele mesmo.

**P:** Cada um pega o seu?

**E04:** Cada um pega o seu.

**P:** E o senhor vende por aqui mesmo, então?

**E04:** Eu já vendi muito na rua, mas só que agora... Trinta anos que eu neguceio na rua, vendendo. Aí eu cheguei, dei uma parada, né? Eu vou assim de vez em quando, pra não perder o treno. Mas eu vendo mais aqui ao rapaz.



**P:** E o senhor vende no mercado?

**E04:** Na rua mesmo, com carrinho de mão.

**P:** Como é a organização da comunidade pra ir pro mangue?

**E04:** Aí o cara... Cada quem tem sua embarcação, é só ir...

**P:** E o senhor tem seu próprio barco?

**E04:** Tenho.

**P:** O senhor é associado a Sindicato?

**E04:** Eu pago a pesca, a colônia da pesca aí em São Cristóvão.

**P:** E a associação?

**E04:** Não, só a da pesca mermo.

**P:** E o senhor contribui todo mês para o sindicato?

**E04:** Todo mês.

**P:** E paga pela embarcação também?

**E04:** Não, embarcação não. Embarcação é só cadastrado, né?

**P:** E o seguro defeso, e o senhor recebe?

**E04:** Nós tem, até agora num recebemos nada... Nada. Paga pra gente ter dinheiro e até agora num recebemos. Nem a primeira e nem a segunda. Já tem dois defeso lá. Nós recebe direto, agora esse ano deu esse problema todo. Eles proíbe, num é pra gente ir pegar o caranguejo, quanto ta proibido, agora cadê o seguro que num paga?

**P:** Então quer dizer que isso dificulta o trabalho de vocês...

**E04:** O cara for de viver, de esperar por esse seguro pra sustentar a família, morre de fome. Como é que o cara vai dar de comer a família? Naquela semana? Aí eles proíbe, num é pra pegar o caranguejo. É arriscado ele pegar, né? Porque se eles pegar, é multado, a gente. As vez ele diz que é pra pagar cem mil da murta e cadê o dinheiro, porque quando eles proíbe, que a gente dá entrada, num paga o dinheiro, o seguro, né? Pescador? Aí cê vai pegar o caranguejo que é pra arranjar o pão dos fio e eles num quere. Agora o dinheiro ta lá empacado. É sofrimento, rapaz.

**P:** E vocês não se organizam pra ir lá questionar não?

**E04:** Tá, nós já fez, passou muitas vez na televisão. Aí o chefe da INSS, dizendo coisa aí, mentira! Que esse problema todo é do INSS, num é o presidente, porque quando a gente da entrada lá o presidente, aí libera, né? Aí vai o INSS é quem libera o dinheiro, né? E até agora. Ele mandou o papel aí, eu fui até pegar, com a data de receber... Todo mundo chegou lá na Caixa, nada... Até agora. Num teve dinheiro nenhum, lá. Essa enrolada toda. Quer dizer, a gente paga, as vez a gente paga duzentos, trezentos reais, pra dar entrada lá na pesca, e nada. O presidente também num faz nada, que quem poderia resolver mais era o presidente [da Colônia], que ele tá ali trabalhando pra resolver, né? Num tá, ele quer o dele todo mês, certinho, num ajuda, o presidente. Aí queria que tivesse um fiscal, era pra resolver isso tudo, ficar só quem fosse pescador. Mais num tem.

**P:** Vocês dependem do tempo...

**E04:** É, o tempo. Quando chove assim demais ninguém vai, porque os mangue enche tudo, o rio ta cheio.

**P:** O que você diria pra mim, que desconheço sua realidade, se eu falasse que estava interessado em trabalhar no mangue?

**E04:** Rapaz, é... Eu dizia a você que num deixasse não, que é muito... Até nós, se eu tivesse jeito de eu num ir mais pro mangue. Eu to pedindo a Deus que eu chegue seis anos que é pra eu me aposentar pra eu sair. É muito trabalho. Você vê, quando chega em Aracaju o povo ainda num dá valor.

**P:** Por que não dão valor?

**E04:** Devido o trabalho que dá. É, as vez eu saio daqui, as vez a mare sai quatro e meia da manhã, aí depois, a maré as vez você sai dez e meia, chega três horas da tarde. Dá dinheiro não. Aí depende da maré, né? Tem maré quando é maré morta, cê sai daqui seis hora, sete hora. Mas tem maré que você sai daqui dez hora...

**P:** E por que o povo não dá valor?

**E04:** O povo que num dá valor é o povo que vai comprar o caranguejo. A gente, o trabalho que tem, vai pra Aracaju vender, chega na rua, a gente pede sete real, oito real, o povo num dá valor.

**P:** Porque não entendem?

**E04:** Um reconhece o trabalho que dá. E outro não. Mas num tem jeito, o serviço da metade do povo daqui é isso mesmo.

**P:** E qual a recompensa desse trabalho?

**E04:** No mangue? Rapaz, num tem nenhuma não.

**P:** Não há nenhuma recompensa?

**E04:** Nenhuma... Não... É muito trabalho.

**P:** O senhor considera o caranguejo importante para o desenvolvimento da comunidade?

**E04:** É,

**P:** Por quê?

**E04:** Porque os daqui veve tudo disso, do caranguejo. O povo vai pra Aracaju, trabalha quatro, cinco mês quando sai... Chamam mãe maré. O povo daqui faz é isso mesmo. Cê vê tem um ônibus aqui de quatro hora e cinco hora. Vai cheio, assim, é tudo negociante de caranguejo. É que eu sou desce da escola normal. Ali depois desci ali, todo mundo negociante de caranguejo, tudo daqui. As vez vai cheio, cheio, tudo negociante que vende caranguejo. O povo daqui veve tudo disso, pescaria. É muito trabalho, mais o cara não tem outro jeito, né?

**P:** Há algum incentivo do poder público, do governo do estado, da prefeitura pro trabalho de vocês? de dar importância?

**E04:** Ah, num dá não. O prefeito num faz nada não, por aqui não. E a pessoa, a gente veve na maré e se num fizer isso, quando fazem, cadastrando a pesca, paga INSS, quando cai doente, cabosse. Se tiver uma família pra socorrer. Se num tiver, ele morre. Eu to pagando, já tem muitos anos, Deus o live eu num puder trabalhar, eu já tenho, né? E muitos que num paga. Aí cai doente, num paga o INSS, aí pronto.

**P:** Nenhum tipo de ajuda?

**E04:** Ki, só daquele, Jesus.

**P:** O senhor acha que a maré e o mangue é uma possibilidade de enxergar Deus?

**E04:** É...

**P:** Como assim?

**E04:** Porque aqui a gente... Tudo tá lá no mangue, foi Jesus que botou, né? Que a gente num coloquemo nada lá, né? Porque se ele num quiser, a gente nu vai pegar o caranguejo. É quem dá força, coragem, pra gente ir pegar, né?

**P:** Se o senhor pudesse mudaria de profissão?

**E04:** Agora eu num vou mais não. Hoje não, porque eu já estou perto de me aposentar, com fé em Deus. Tô trabalhando pra isso, né? Chegar lá, com fé em Deus.

**P:** E se o senhor pudesse voltar no tempo, faria diferente?

**E04:** Ah, aí era bom, né?

**P:** E se o senhor pudesse melhorar, o que o senhor faria? Quais as melhorias que o senhor traria?

**E04:** Sabe o que aqui tá precisando? É emprego pro povo. Gerar emprego, né? Que num tem, né?

**P:** Aqui mesmo ou fora?

**E04:** Aqui, em todo lugar, né?

**P:** Que tipo?

**E04:** Não, emprego assim em construção, né? Civil...

**P:** O que seria preciso pra melhorar a situação de vocês?

**E04:** Eu num sei não... Isso só o prefeito pode fazer isso, né? Mas num faz...

**E06:** Como aqui mesmo, a questão do asfalto, os ônibus muitas vezes não entra...

**E04:** Você ver aqui, essa estrada aqui nos projeto ele tá assaltado, olhe. Essa pista de São Cristóvão aí até Itaporanga, nos projetos deles estão asfaltado, mais num tá, repare como tá lá. Só fizeram até a entrada ali certo mesmo, o assalto, né?

**P:** E quais as políticas que dão atenção a vocês?

**E06:** Ninguém. Se desse não estaria nessas condições, né? Que há muitos anos que eu moro aqui...

**E05:** É tanto que ele diz mesmo: meus filho, consegue seus emprego pra num tá num mangue, pra num tá como eu tô". Porque tem dias mesmo que ele tá num mangue, debaixo de chuva, se acorda quatro horas da manhã, as vezes chega aqui duas, três horas com fome... Porque a realidade do pescador é essa. E ele tem o negócio dele, pega o caranguejo, mas mais é o caranguejo, sabe? Ele vai pescar de tarrafa, pega camarão, pega tudo... Mas o mais mesmo é o caranguejo.

**E06:** Cê vê que se eles fosse tão inteligente eles fazia muitas perguntas, essa pesquisa de campo como você tá fazendo, porque você tá realmente conhecendo que a pessoa é pescador. Aí o que que acontece, muitas pessoas, sabe o que é a maré, porque mora aqui e conhece, né? Mas aí, atrapalha quem realmente é, porque todo mundo quer ser pescador pra poder receber benefício. Aí quer dizer o quê, o governo não vê isso. E quem realmente é, não recebe, porque muitas pessoas já receberam, mas que não é pescador.

**E04:** Atrapalhou a gente...

**E06:** E quer dizer o quê, o que é que o governo faz? Nada!

**E04:** Esse direito ele veio pra pescador. Porque como a gente, eu me cadastrei, aí eu dava entrada com quinze dias recebia o dinheiro. Todo mundo. Aí pronto o presidente da sede de São Cristóvão começou a colocar o povo, quem não pesca, que não sabe nem o que é maré, mora aqui, mas vai lá é pra tomar banho, de vez em quando, mais é tudo cadastrado lá na pesca. Depois disso encheu a sede, atrapalhou a gente que somos pescador. A gente somos pescador ta aqui esperando, olhe. A gente paga pra ter direito, esperando esse dinheiro e quem não é pescador já recebeu. Porque num tem um fiscal pra olhar isso. Né, não? Não tem...

**E05:** Já começa errando, porque é um benefício que num é seu, entendeu? Que era o quê? Quanto mais gente, mais isso é difícil pra ser liberado. Porque o que é que acontece, atrapalha quem realmente tem que receber, entendeu? Num é que eles num tem culpa. Tem culpa sim, se aquele benefício não é pra mim, pra quê que eu vou ta mentindo e tirando de pessoas que...

**E04:** Eu num falo não. As vez lá na pesca tem um povo que fica lá, eu fico calado, num vou cabuetar ninguém não. Quem quiser que faça sua parte, né não? Porque quem for lá cabuetar é uma briga danada. Agora podia ter um fiscal pra olhar isso e num tem.

**P:** Mas falta políticas que dê assistência ao pessoal que precisa?

**06:** Num é bem assim, porque a gente sabe que vive muito bem e recebe. Existe sim, mas também existe que tem estabilidade, mas: “o governo ta dando, então vamos pegar”, entendeu? É geral...

**P:** E antigamente era melhor?

**E05:** Era melhor porque num tinha tanta gente como tem hoje, no caranguejo.

**E04:** Num tinha tanta gente. Aí quando eu me cadastrei logo, tinha pouca gente, num tô dizendo.

**P:** E hoje tem muita gente?

**E06:** Devido ao desemprego. Com o desemprego as pessoas procuram mais.

**E05:** Hoje em dia até um menino de treze anos, de doze anos pra vai pra maré pra pegar caranguejo pra se manter

**E04:** Ta cheio. Quando sai do emprego, o povo, aqui mesmo a leva aqui da água, a maioria saiu pra maré, porque num tem outro.

**P:** E esse aumento é de agora?

**E05:** Não, já tem uns quinze anos já. Já tem uns quinze anos. Porque assim a geração vai crescendo, né? Assim, eu vou ficando velha, aí vem meus filhos, aí meus filhos vai ficando velho, aí vem outra geração, aí vão tudo pro mangue, tudo. Num tiver um emprego suficiente...

**E06:** Podendo assim essa nova geração fazer a diferença, né? Porque queira ou não já vê... Assim, a diferença que eu falo, eu sei que tá difícil, tá uma crise, mas, sei lá... Tentar mudar, né? “Ah meu pai viveu assim, eu vou tentar estudar, tentar correr atrás de algo diferente”, né? Porque também a maioria não pensa, ver como exemplo, aí num tem uma estrutura, vamos dizer que psicológica, né? Tentar fazer a diferença. Aí é tudo, a maioria crescendo que nem minha mãe disse, treze anos, doze anos eles num querem, num pensam em querer estudar. Quer “ter meu dinheiro, vou vender meu caranguejo e pronto”. A maioria é assim, né?

**P:** Por quanto o senhor vende o caranguejo ao cambista?

**E05:** Quatro reais.

**E04:** Quatro

**P:** E o cambista vende por quanto?

**E04:** Rapaz, quando a feira dá, né? Depende da feira, de sete de oito... Quando a feira dá...

**P:** O que o senhor acha do preço do caranguejo em Aracaju?

**E04:** Porque quem ganha o dinheiro é eles, né? A gente que pega num ganha. Olhe, eu acredito porque antigamente a gente, cê sabe o mercado do caranguejo lá em baixo, as vez, antigamente era bom de vender, né? Tinha pouca gente pegando o caranguejo, as vez a gente saia daqui no carro de cinco horas, quatro horas, chegava lá entrega aquelas mulher, cambistas. Rapaz, naquela época a gente vendia, o mais era dois reais. Só era contar o nosso saco pro outro saco, que o rapaz vendia. Ganhavam dois reais sem fazer nada. A gente se arrebrandando lá na maré num ganhada. Elas quem ganha. Bem assim é no bar. [...]. Que num chega lá no mercado tem que ter a notinha, uma coisa errada, que tá ali no mercado. Se é proibido pra gente aqui num vender, também num tem que ter notinha lá porque vai pro Ibama tirar a notinha. Comparação, duzentas cordas de caranguejo, aí eles, o Ibama ou a pessoa que vende, daí vai lá e tira. Pega um coisa, um papel, uma declaração. Quer dizer, aqui a gente num tem direito, se pegar na rua, prende o caranguejo.

**E05:** Assim, uma comparação, tá proibido a partir do dia 15, que é segunda-feira, entendeu? Aí essa semana ele pegou, entendeu? Aí quando for, se ele pegar duzentas cordas e num vender toda essa semana, deixar cinquenta corda, ou cem corda, aí ele tem que ir no Ibama na segunda-feira pegar uma declaração pra vender sábado e domingo que vem, entendeu como é?

**P:** O senhor já vendeu no mercado de Aracaju?

**E04:** Não, eu vendi tem muitos anos. Entregava, porque elas lá compra, né? Eu num gosto de vender, tá sentado esperando não. Eu num tenho paciência não. Eu vendo na rua mesmo, já tenho minhas freguesia.

**P:** E o que o senhor diz aos seus filhos a respeito do mangue?

**E04:** Pra ele arranjar um emprego. Esse daí mermo [olha pro filho], olhe, era pra tá que nem o outro mais velho, trabalhando como mecânico. Porque eu botei o mais velho lá em Aracaju, tinha um amigo que eu vendia caranguejo, aí eu entregava aí, ele tinha uma loja, aí botei o mais velho. Aí ele trabalhou lá, aí aprendeu, aí ela pagou um tanto, um rapaz, pragou tanto, ele fez um curso, mecânico, né? Aí ele foi pra outro negócio lá, pra Recife. Agora ele trabalhou quase oito anos na Saman, aí em Aracaju, né? Aí saiu tá na Nova Descoberta, depois de Itaporanga, mora lá. Aí saiu, ta trabalhando na Avenida Rio de Janeiro de mecânico de novo. E esse daí eu dei conselho, botei ele lá também e ele num quis, né?

**P:** É o único filho que vai com o senhor?

**E04:** É, o único. Mas eu dou muito conselho a ele, a eles todo. Tem um mais novo que trabalha aqui na padaria de padeiro, no povoado aqui, Rita Cacete. Porque eu disse meu filho, porque ele começou a trabalhar na maré, eu disse meu fio, esse ramo da certo pra você? Seu pai tá porque não tem mais jeito, né? Você tem que estudar pra aprender uma profissão melhor, né? Porque maré só pra mim que num tem mais jeito.

**P:** O senhor acha que o turismo ajudou a classe de pescadores?

**E04:** Ajudou porque o turista é quem come o caranguejo, né? Onde, porque o rapaz disse aí, disse um turista: rapaz é difícil eu vim aqui em Aracaju e num comer um caranguejo. É, esses caranguejo da lá do mercado vai pra Atalaia, né? Porque os turista vai mais pra lá, né?

**P:** O senhor conhece o festival do caranguejo?

**E04:** Eu já ouvi falar.

**P:** Como o que o senhor ficou sabendo?

**E04:** Rapaz, passou lá na televisão, né?

**E05:** Tem festival do caranguejo é?

**E04:** Tem.

**P:** O senhor viu como é o festival?

**E04:** Eu num assisto muito, num gosto muito de televisão não

**P:** O que o senhor sente quando ver um caranguejo na televisão?

**E04:** Eu acho bonito.

**P:** Chama a atenção do senhor?

**E04:** Chama.

**P:** O senhor ver alguma diferença do caranguejo de lá para o daqui.

**E04:** É porque os de lá são maior que os daqui, né? É bonito, cada caranguejo, as vez você ver quando o Ibama passa aí na televisão, é cada um caranguejão, eu acho bonito, né? Mas só que aqueles caranguejo ele vem de longe.

**P:** Porque o senhor acha que eles num levam vocês?

**E04:** Porque os dono de bar é quem compra no mercado, aí eles mesmo é quem vai pra lá, né? o festival é de lá dos dono de bar mesmo, eles mesmo, né?

**P:** O que o mangue e o caranguejo significam na sua vida?

**E04:** Uma profissão muita, né? Porque o meu serviço foi esse mesmo, né? Foi o mangue e a maré, né? Eu num trabalhei de outra coisa, só foi o mangue mesmo, né? Na maré. Minha profissão foi essa mesmo. Eu vou me aposentar pelo caranguejo, né? Na maré, né?

**P:** E por que o senhor trabalha no mangue?

**E04:** Pra sobreviver.

**P:** O senhor acha que em vinte anos haverá mangue para o pessoal trabalhar?

**E04:** Vai, porque só se Jesus voltar e levar todo mundo.

**P:** Quais seriam os benefícios para mudar o trabalho de vocês?

**E04:** O benefício pro pescador, só é esse mesmo, que eu tenho. A pesca. É, a pesca aí, é ele liberar dinheiro pro povo comprar, né? A pescaria, o barco, tudo, mas num fez não. Aqui tudo o que eu povo tem aqui é do suor, do trabalho, né? Nada de prefeito num dá não. Prefeito aqui num da nada a ninguém não.

**P:** O poder público costuma vir aqui?

**E04:** Só quando é no tempo das eleição, pra ganhar voto. Mais depois disso cabou-se, ninguém ver eles.

**P:** O senhor não acha que é possível que um dia seja feito algo por vocês?

**E04:** Rapaz, eu num digo, agora... Aquela estrada, aquela pista aí de São Cristóvão pra cá, num sei que milagre eles assaltaram, porque era um sofrimento que a gente tinha antigamente. As vezes a gente ia pra São Cristóvão de pé.

**P:** Daqui até lá?

**E04:** Era. Se não ia pra Itaporanga, porque os ônibus, antigamente ali era de barro, aquela estrada ali, né? Num inverno desse os carro atolava, num chegava não. Era água, dava aqui, olhe. Alagou. As vez a gente vinha de pé. Ou se não ia pra Itaporanga, pra pista, com saco de caranguejo, pra pegar a topique lá.

**P:** Com o saco de caranguejo?

**E04:** Era, com saco de caranguejo. Se num quisesse ir pra lá, ia por aqui por Itaporanga, pra pista. Depois a gente saía daqui, com saco, todo mundo, pra ir lá pra pista, pra pegar topique pra ir pra Aracaju, porque num tinha, os ônibus não entrava. Chegava aí e atolava.

**P:** Então a chegada dos ônibus aqui foi uma melhoria?

**E04:** É, agora tá bom porque aterraram, né? Mas antigamente num vinha pra aqui, os ônibus, no inverno atolava, ficava lá.

**P:** Então o trabalho era mais difícil naquela época?

**E04:** Era. Melhorou agora, depois desse prefeito que entrou uns anos atrás, que assaltou ali. Melhorou agora, mas antigamente era ruim transporte aqui. Ou se não, pagava carro, pra levar a mercadoria. Se não ia de pé.

## **ENTREVISTA 05**

### **E07: Mulher**

**P:** Do tempo que a senhora começou a trabalha na maré, pra hoje, a senhora consegue visualizar alguma mudança?

**E07:** Pra mim nesse governo é piora. Na pesca é piora... É porque a redinha acaba [com o caranguejo]... Mas não acaba não, o que é de Deus num acaba não... Num tem como tem, mas num acaba não...

**P:** A senhora enxerga as mesmas dificuldades que antigamente?

**E07:** Não, pra mim ta quase a mesma coisa, né? Eu num to na maré, mas ta quase a mesma coisa...

**P:** A senhora vendia caranguejo na feira ou vendia aqui mesmo no povoado?

**E07:** Não, eu vendia na feira,

**P:** Como que a senhora levava os caranguejos para a feira?

**E07:** No ônibus, dentro do saco. Bota ele dentro do saco, amarrava dentro do saco e levava no ônibus...

**P:** E esse trabalho é fácil?

**E07:** É fácil... Né fácil não... Só é ruim quando ta chovendo... Quando num ta chovendo é bom...

**P:** A senhora gostava?

**E07:** Eu gostava... Tenho saudade de ir ainda...

**P:** E se a senhora nascesse de novo, a senhora faria a mesma coisa?

**E07:** Eu faria, a mesma coisa... Eu gostava muito de ir pra maré... Ainda gosto...

**P:** E o que é que tem de tão bom pra senhora gostar tanto?

**E07:** Não, porque a gente gosta de ir mesmo, distrai... Porque se distrai... As vez eu vou tirar sururu...

**P:** Mas o que é que tem de bom lá na maré para a senhora incentivar a sua filha a ir trabalhar?

**E07:** O que é que tem de bom, nada, né? Tem de bom porque a gente gosta de pegar... A gente gosta mesmo... Tem aquele amor de pegar o caranguejo... Eu acho bonito entrar na maré pegando, vendo a ratueira batendo... É bonito...

**P:** Quais as dificuldades do trabalho do mangue?

**E07:** Não, não encontro dificuldade nenhuma... Pra mim é bom...

**P:** Há algum incentivo da prefeitura e do governo para o trabalho no mangue?

**E07:** Não...

**P:** Por quê?

**E07:** Porque... Num sei... Eles nunca se incomoda de ir pra maré...

**P:** Mas, por quê?

**E07:** Aí eu não sei, né? Porque, né? Num se incomoda...

**P:** Alguém já teve aqui para saber como é o trabalho de vocês?

**E07:** Não... Nunca teve não. É que todo mundo só... Só vive de maré, a maioria... Que a maioria veve tudo de maré... Porque se for cortar um pau aí, tem como quem liga pro Ibama e o Ibama vem e empata... Só não pode destruir...

**P:** Como a senhora explica Deus diante do trabalho da senhora?

**E07:** Ah, Deus tá olhando pra gente, né? A gente trabalhando e olhando pra gente...

**P:** Por quê?

**E07:** Porque eu acho... A gente num anda só, só anda mais Deus. Eu acredito muito nele...

**P:** O que significa o caranguejo e o mangue em sua vida?

**E07:** Significa uma coisa assim, uma coisa boa, né? Que a gente vai e traz, num volta sem nada, né?

**P:** O que a senhora construiu com a vida na maré?

**E07:** Ah, eu construí muita coisa... Botei o telhado da minha casa, fiz meu banheiro... Tudo da maré... Comprei caixa D'água, tudo da maré... Alimento... Tudo da maré...

**P:** A senhora não acha que se houvesse incentivo, as coisas não seriam melhores para trabalhar?

**E07:** É, mas não tem...

**P:** E se tivesse?

**E07:** Se tivesse ia trabalhar, né? Porque a maré é assim, se tiver sete hora a gente vai sete hora... Se quiser voltar, quando ela encher volta... Se quiser voltar com ela enchendo, volta... A maré é assim...

**P:** E se o prefeito chegasse aqui na comunidade para saber o que vocês estão precisando, o que a senhora diria?



**E07:** Sim, é ruim dele vim...

**P:** Mas se ele viesse, a senhora diria o quê? Quais as melhorias que a senhora espera ter?

**E07:** Fazer benfeitoria pro povoado, né?

**P:** De que forma?

**E07:** Melhorando as estradas... Quem tivesse uma casinha assim de taipa e eles viesse e construísse, ajudasse a construir... Tudo isso é melhora. Mas é ruim deles vim...

**P:** Já viu caranguejo na TV?

**E07:** Já... No mercado... Os caranguejo do mercado... Na praia, passando na praia... Na Orla, os prato... Os caranguejão bonito..

**P:** O que a senhora achou?

**E07:** Achei bonito, né?

**P:** E esse fato de passar na televisão ajuda o trabalho da comunidade?

**E07:** Ajuda, né? Quando os turista assim vem pra orla... E vejo falar...

**P:** O turismo ajudou no trabalho do mangue aqui da comunidade?

**E07:** Eu acho que ajudou, né?

**P:** E o que a senhora acha de um dono de bar cobrar R\$12,00 em um caranguejo só?

**E07:** Tá vendo? Quando a gente vende a oito, sete... Ninguém quer não... Eles acha ruim, né? Porque diz que é caro... Porque lá é caro na orla, né? Quando a gente vende na feira, pra vender um cora de dez eles diz que é caro... Cê quer comparar num bar, sentadinho, já vem pronto... Já vem o pirãozinho pronto... Lá é orla, né? É orla... E eles, na feira...

**P:** Mas o trabalho num é de vocês, que estão indo lá no mangue pegar?

**E07:** Sim, mas eles num quer saber, né? Eles quer comprar mais barato... Eles num quer saber o trabalho da gente... Eles quer saber não... Fio da pé, ainda diz que ta muito caro: "Num faz tanto não?". Se for de dez: "Num faz seis não? Num faz oito não?".

**P:** E se alguém disser que é caro, o que a senhora diria pra essa pessoa?

**E07:** Vou dizer que eu to ganhando do meu trabalho, que é eu que pego... Eu vou dizer isso... O trabalho lá no mangue é difícil... Me cortando... Tem o mosquito, tem a mutuca... Tem muitos que diz, mas tem muitos que num quer saber...

**P:** Há muita dificuldade no trabalho do mangue?

**E07:** Ah, é muita dificuldade... A dificuldade... Eu tiro, de braço eu tiro.. Já tirei muito de braço... Coloco o braço, vou pegar ele lá em baixo, puxo ele... Tem que deitar na lama... Eles morde, tem que tomar cuidado... Se botar a mão naquele ganchinho dele, olhe...

**P:** Mas a senhora num disse anteriormente que era fácil...

**E07:** Pra você é difícil, mas pra gente é mais fácil porque já aprendemo...

**P:** Porque a senhora acha que a comunidade não foi convidada para participar do Festival do Caranguejo?

**E07:** Eles já é mais pra lá, num liga pra cá... Pra gente... Vão deixar de ir atrás de gente pra ir atrás de um precisado?

**P:** A mãe da senhora viveu aqui no povoado?

**E07:** Foi, mas ela não nasceu aqui.

**P:** E ela trabalhava com a coleta de caranguejo também?

**E07:** Ela nunca pegou caranguejo não. Nós pescava de redinha e jereré. Aí nos pescava, quem passou a pegar caranguejo foi eu, ela nunca pegou caranguejo não.

**P:** Como que era a vida da mãe da senhora?

**E07:** A vida da minha mãe, meu pai ele pescava assim, mas num pescava pra vender não, pescava mesmo pra dentro de casa. Meu pai fazia cesto pra vender, fazia caçual, esses caçual que bota em cavalo pra vender. A gente vivia disso.

**P:** E sua mãe incentivou a senhora a trabalhar na maré?

**E07:** Era: vamos pescar minha fia... Nós ia mais uma turma, as mulher. Era quatro, cinco buraco, pescar de jereré.

**P:** O que ela dizia pra senhora?

**E07:** Ela dizia: vamos pescar, pra gente levar, pra gente comer, que a gente pega, com fé em Deus.

**P:** E seu pai?

**E07:** Meu pai dizia pra gente quando crescer sustentar a família e trabalhar pra num pegar nada de ninguém.

**P:** Se a senhora tivesse um filho hoje, o que a senhora iria dizer pra ele?

**E07:** É botar na escola, dizia pra ele estudar pra achar seu emprego bom...

**P:** E se ele quisesse trabalhar na maré?

**E07:** Não, dizia que ele ia estudar... Pra mais trade ter um emprego melhor.

**P:** Porque o emprego lá fora é melhor que o daqui?

**E07:** Porque na maré, quando é mais tarde o pessoal adocece... Aí adocece na maré por causa da frieza, tudo isso... Mas eu graças a Deus trabalhei muito tempo e num adoeci não, graças a Deus...

**P:** Vocês tem posto de saúde aqui?

**E07:** Posto de saúde tem lá na Rita e em São Cristóvão, aqui tem não.

**P:** E o atendimento à saúde?

**E07:** Dá se a gente for atrás, né? Se não for num dá não... O atendimento é bom.. Tem vaga, as vez num pega a ficha as vez pega...

**P:** E quando não pega ficha?

**E07:** Não, não demora muito não, a gente vai caçar outro médico, se não tiver a gente vai pra outro médico pago... Eu tenho um menino mesmo que só vai no médico que é pago que aí mermo não tem médico de cabeça... Ele toma remédio controlado. Aí tem que ir pra Laclise e pagar o médico que aí não tem não...

**P:** Por que a senhora acha que o atendimento precisa melhorar?

**E07:** Porque as vez a gente marca um exame e num dá certo... Eu marquei um exame, tem mais de cinco anos, o exame da coluna e nunca saí esse exame.

**P:** Por que não sai?

**E07:** Porque é caro e o governo não quer dá...

**P:** Por que a senhora acha que o poder público não dá mais assistência a quem precisa?

**E07:** É porque as vezes não tem condições de fazer, né? O dinheiro que entrou, mas eles num quer da uma casa. Eles num quer soltar uma verba pra dar uma casa a uma pessoa. O dinheiro eu imagino que eles come, né? Eu acho que eles come...

**P:** Como a senhora avalia a prefeitura e o governo?

**E07:** Rapaz, até que tá... A prefeitura tá ruim e o governo também tá ruim, porque aqui quando as menina [filhas] tira defeso, elas tira defeso. Aí antes de tirar o defeso, eles corta o bolsa família, que as menina tira o bolsa família... Eles corta se tirar o defeso... Aí se ganhar o defeso esse mês passou dois mês sem tirar a bolsa família... Quem nunca viu uma coisa dessa?

**P:** O que a senhora sente com essa desvalorização?

**E07:** Nós num faz nada...

**P:** Não tem o que fazer?

**E05:** O que vai fazer? Que nem nós faz, as menina liga e eles falam que o problema é São Cristóvão que quer comer o dinheiro do povo...

**P:** Vocês ligaram pra onde?

**E07:** Pra Brasília pra saber o negócio do bolsa família.

**P:** E o que eles falaram?

**E07:** Falaram que era aí em São Cristóvão, que lá num era não.

**P:** E aqui em São Cristóvão?

**E07:** Ninguém foi resolver não... A gente num foi não, fica assim mesmo. As menina num foram não...

**P:** E se não sair nenhum dos dois?

**E07:** Fica assim mesmo, vai fazer o quê? Ninguém vai brigar mais eles, o povo num vai brigar mais eles. É todo mundo, né um pessoal só não... Todo mundo tira o defeso aqui...

**P:** Se a senhora tivesse condições, como a senhora ajudaria o pessoal da comunidade?

**E07:** Ah, eu ajudava... Se eu tivesse condições... Se tivesse condições ajudava a fazer uma casa... Dava uns dois saco de cimento a uma, dava três a outro... Madeira... É.

**P:** O que mais sente falta aqui?

**E07:** Só tem esse trabalho da maré mesmo.

**P:** O que os governantes deveriam fazer para melhorar a situação do trabalho de vocês aqui?

**E07:** É ruim deles fazer... Era estrada... Ow botasse uma creche pras mãe ir trabalhar e botasse os filhos na creche... Era bom, mas eles num liga...

**P:** Na época da sua mãe era assim?

**E07:** Era. Mesmo jeito.

**P:** E hoje melhorou, pelo menos?

**E07:** Hoje tá melhor, porque a gente adquiriu mais coisa, e naquela época não tinha o que tem agora...

**P:** E como foi que vocês conseguiram adquirir essas coisas?

**E07:** A maré, trabalhando e ganhando dinheiro e tudo.

**P:** Mas e naquela época vocês num iam trabalhar no mangue do mesmo jeito?

**E07:** Tinha, mas nós num pensava em ir pra maré trabalhar, num trabalhava muito na maré, naquele tempo. A gente só ia mais pra comer, a gente era nova só ia mais pra comer. Naquela é pouca não tinha muito ônibus aqui.

**P:** E como vocês iam pra São Cristóvão?

**E07:** Às vezes ia de pé, ia pra Itaporanga de pé...

## **ENTREVISTA 06**

### **E08: Mulher**

**P:** E você trabalha com venda de caranguejo há quanto tempo?

**E08:** Olhe, eu tô já uns dez anos já trabalhando com isso.

**P:** E quando você era criança?

**E08:** Meu pai trabalhava. A gente pequena só o que meu pai mariscava trazia, entendeu? A gente viu ele revender camarão... Essas coisas...

**P:** E com quantos anos você começou a fazer esse trabalho? A começar a trabalhar para você mesma?

**E08:** Tinha uns vinte e um anos já. De vender já tem uns onze anos, por aí. Onze anos já, de onze a doze.

**P:** E antes, o que você fazia?

**E08:** Trabalhava de diarista.

**P:** E vocês combinaram que ele iria pra maré e você venderia os caranguejos?

**E08:** Combinamos, porque ele mariscava e eu revendia, porque ele não tinha condições de mariscar e revender.

**P:** E em todos esses onze anos você revende caranguejo...

**E08:** Caranguejo... e até hoje tá.

**P:** Vocês tem quantos filhos? Eles trabalham com caranguejo como vocês?

**E08:** Eu tenho seis... Na venda é Júnior e pra pegar é Paulo. Paulo pega.

**P:** Apenas dois dos seis trabalham com isso?

**E08:** É.

**P:** E os outros?

**E08:** Estuda só. Um é de menor. Por enquanto eu não tiro da escola não, porque eu acho assim, quero uma vida digna, apropriada... para eles tarem se acabando assim. Eu quero que ele [filho] tenha estudo pra mais tarde ter algo na vida... Não é que eu tenha vergonha da profissão do que nós somos, tá entendendo? Eu quero um futuro melhor pra eles, tá entendendo? Já chegar ali... Eu digo a ele: “estude, porque vocês tira o primeiro...” como é? O coisa... Até um hoje, pra pegar um trabalho num mercadinho, até limpando, tem que o 2º, né? Os segundo grau, né? Terceiro grau. Aí eu digo a ele todo dia. Eu não queria escolher isso pra ele, meus filho, não, mas eu não trabalho assim e eles podem trabalharem... E dali vem aquela renda pra eles, é melhor do se acompanhar com quem não é da... do nível... do nível bom... chegar a roubar, né? É melhor ele ter o dinheirinho do trabalho do caranguejo do que não ter nada, né? Já que não quis estudar... porque eu... não saiu do 4º ano, não saiu... hoje não sabe ler. Um com dezenove e um de dezoito anos não sabe ler. Esse ano agora retornou a escola, botei pro 4º ano pra estudar de novo... só queria namorar, só queria topa nas menina, aí eu tirei, dando problema, trazendo problema... Então vá pra sua maré.

**P:** E hoje ele trabalha?

**E08:** Ele trabalha. Essa semana ele não trabalhou porque veio muita onda daí de cima, o rio tá invadindo, a maré tudo tá transbordada de água.

**P:** E se alguém de fora viesse aqui para trabalhar no mangue, o que você diria?

**E08:** Rapaz, eu vou sê sincera... Minha fia, faça de tudo pra resolver seu emprego de volta... Conquistar seu serviço de volta, fosse você eu não largo não. Pra lhe falar a verdade é um sofrimento, é um sofrimento... É digno de quem trabalha. Hoje eu vejo assim, quem eu vendo o marisco eu dou valer o pescado, porque eles trabalha, saí 4 hora da manhã... Mosquito, chuva, tudo... Ta entendendo? que pega... eu digo, eu reclamo assim que eu vou pra feira quatro hora da manhã que é cansaço, tá entendendo? Eu num só levo o caranguejo, eu levo fruta. Quando tá em tempo de fruta eu levo, é assim de caixa, é jenipapo... Tudo é cansaço. Então um trabalha... leva carrinho de mão... Então hoje a divina tá é mais com esse varia... com esse pre... esse novo, como é o nome? Bolsonaro presidente que tá comandando... A gente tá sofrendo, porque olhe, nem nas feira que eu vendia poderia vender num carrinho, hoje você não vende, você nem entra com carrinho, aí já é um sofrimento, queira ou não queira. Dentro da maré é só sofrimento e fora da maré é sofrimento. Porque agora essa semana? Essa semana é digno de quê? A gente tá esperando o quê? Se existe uma fruta, a gente vai vender, traz aquela renda pra ajudar os filhos, né? Não existe... não tem fruta, como vai sê da gente? Se não for esse auxílio, esse coisa que vem do governo federal, essa ajuda que vem, né? Pros catadores de caranguejo, essas pessoas assim... Eu digo assim, quem tem uma família de seis, seis criança dentro de casa não é fácil. Hoje eu vejo uma pessoa recebe um benefício, reclama da situação, né? Que tá difícil, tá aperreado e quem tem oito pessoa dentro de uma casa pra sobreviver? Então eu acho isso, que esse trabalho é digno de... é honestidade, agora eu... eu num tenho vergonha de dizer "eu sou marisqueira", tendeu? Eu sou marisqueira, mas eu num sou

marisqueira que eu vivo catando de dento, eu sou marisqueira porque eu trabalho com marisco, é diferente. Meu marido é que pega, que pega. Eu num vou tá mentindo. Eu num vou tá com mentira que mentira num vai chegar em canto nenhum. Ele cata e eu levo, tendeu? Eu não tenho vergonha de dizer do trabalho que nós vive, isso aí é honesto porque é um trabalho... Agora que a gente escolher pra nossos filho, nós não quer, né? Eu não quero, eu não quero. Eu quero que eles estude, tenha um emprego melhor, uma coisa melhor. "Ah, não quero estudar" vai sofrer, porque aí é um sofrimento, queira ou não queira é um sofrimento. É honesto, mas é um sofrimento.

**P:** Quais seriam os benefícios que você gostaria que a prefeitura, ou o governo trouxessem o trabalho com o caranguejo?

**E08:** Rapaz, eu achava assim, que era uma ajuda pra... pra quando, por exemplo, esse tempo agora nós tamo necessitado, né? Uma cesta básica, uma ajuda pros pobre num tem, né? Num dão. Quer dizer, até o que tem tiram, que agora tem gente que num tem esse benefício, num trabalha nem com isso, mas tá fixado, então pega, às vezes tem gente que num tem esse benefício, mas o que tem tira numa bolsa escola, grampeia por uns quatro meses, cinco meses, a pessoa fica sem nada.

**P:** Além desses benefícios, o que o poder público poderia fazer para ajudar o trabalho de vocês?

**E08:** O povoado Coqueiro aqui, tem gente que precisa, as carente... Precisa de um posto médico num tem, precisa uma coisa policial num tem, uma associação de moradores num tem, um... como é o nome? tá faltando... a escola, a única escola que tem querem tirar... Poxa, eu num tô mais nem desacreditando no que vai acontecer e no que não vai acontecer... Deixe na mão de Deus.

**P:** Você consegue visualizar, enxergar que a coleta de caranguejo é importante pra região?

**E08:** É importante. Eu consigo, quanto a isso é importante.

**P:** Por que que você acha que é importante?

**E08:** Porque é um... Ele é importante por quê? Porque ele traz benefício, gera... tendeu? Traz... como é o nome? Aquele ali traz uma renda, que ali você já tem. A renda que você traz daquele caranguejo, você já pensa logo numa família... Eu vou sustentar minha família, aquela pessoa tá ali, eu quero comprar isso, aí aquela renda num dá, é importante? É! Mas aquela renda que você quer comprar, por exemplo, eu quero comprar um guarda-roupa, né? Eu não vou deixar de dar o alimento dos meus filho pro um guarda-roupa, mas se eu tivesse uma renda melhor, tendeu? Porque ele dá uma renda. Eu morei com minha tia e sei, trabalhei de diarista. Hoje mesmo... Se hoje viesse... Vamos dizer, vai ter uma diarista... Eu não esperava mais, porque não tinha o que fazer, porque num tô tendo uma renda do caranguejo, pra não passar necessidade. É uma ajuda? É. É grande... É um valor que eu tenho, eu me dou valor de ser marisqueira. Eu vou longe, eu vou, sem brincadeira....

**P:** E o que seria necessário para melhor o desenvolvimento daqui da comunidade?

**E08:** Não, uma ajuda, uma empresa, uma coisa, que possa ajudar os pobre... Ta precisando. Pra quando num tiver aquela renda, tendeu? Pro desenvolvimento de alguma coisa, gerar renda,

um coisa de trabalho, uma coisa comunitária, pras mães que num tem trabalho, que num tem nada... Tem um crochê, tem tanta coisa... Isso aí, olhe, a mulher, faz um crochê, faz coisa aí, vai vendendo... Aí já gera uma renda...

**P:** E antes? Antigamente?

**E08:** Assim, sobre o trabalho dos marisqueiro, a gente assim pra trabalhar, era mais em conta, porque tinha que trabalhar rápido para voltar pra estudar, mas tinha que sair não sei quantos quilometro andando de pé, pra estudar, né? Não tinha meio de transporte. Hoje, graças a Deus tem um meio de transporte aqui, né? Antigamente a gente ia na Rita Cacete, lá no final de linha, a gente saia daqui com carrinho de mão. Até uns tempos... Tem uns 6 meses do ano passado. Tinha que descer três horas da manhã... Num era fácil, num pegava nem um ônibus. Teve um dia que eu cheguei quinze pras quatro e já foi...

**P:** O que você acha de um vendedor de bar vendendo um caranguejo só por doze reais?

**E08:** Aí é roubo... aí é muita, já é roubar demais.

**P:** Por quê?

**E08:** Porque num é isso tudo. Quem tem que cobrar mais caro é quem pega, quem pega pra vender. Não é quem compra. Se ele compra uma corda de caranguejo, são seis caranguejo na Orla da Atalaia com pirão é sessenta conto. Sessenta conto um pirão de caranguejo. Mulher, dois caranguejo numa bandeja? Eu num vou... Se depender de mim... Quando você pega aquela renda de sessenta reais e vai num mercadinho, você compra arroz, você compra açúcar, você compra massa de mio, você compra carne porque dá pra comprar. Um frango você dá pra comprar de vinte conto pra uma família de quatro criança comer. Aí chega ali... É porque assim, ninguém sabe dar valor o trabalho do catador de caranguejo, como a gente dá, né? Tem gente que num sabe, aí porque ele entregou a mim eu tenho que sufocar os outro. A gente não pode sufocar ninguém, a gente tem que ser honesta, trabalhador honesto. Deus se alegra é com trabalho honesto. Eu chegar ali e eu sei que pessoas têm dinheiro, tem sim pra comprar, mas eu também não vou botar aqui... uma corda de sete reais tá bom demais, de oito por doze, por quinze... agora de vinte, de quinze reais? É sufocar, é sufocar os outro. Duas por quinze. "Não fia, só levo duas por dez." "Ah, minha fia, é porque vou querer quatro corda" lá vai vinte, num é não? Uma mulher mesmo chegou "eu compro seis corda de caranguejo" com uma família completa, todo final de semana. Eu vá pra Orla eu com minha família, sessenta conto, cento e vinte num dá nem pra comer com a família que eu como eu casa. É pedir a Deus, sabe? Saúde, força e... assim, que a pessoa quando acordar cedo quentinho de sua cama, pegar um casaco, pegar dois pão seco, um modo de dizer, colocar dentro de uma bolsa e sair e sem saber a hora que vai voltar pra fazer o sustento dos seus filhos, é, né brincadeira. Tendeu? Eu acho assim, como pra nós aqui, num envolvendo política, é porque assim, como ele [Governo Federal] disse, o povo do nordeste vai sofrer, vão comer capim, isso aí num é pra humilhar os honesto? Que existe pessoas trabalhador, honesto, que precisa ter uma vida digna, né? Uma vida digna pra dar seus filho, a gente num dá, o que a gente pode dar é isso. As vezes o sofrimento, porque eu digo meus filho, vamo estudar pelo amor de Deus, meus filho, vamo estudar... Assim, eu tenho jovem, eu tenho cinco filho, mas a mãe dá tudo pro seus filhos... Ele dizer que não existe pescador, pessoa necessitada dessa renda? Existe! E eles hoje querem tirar, querem tirar o

trabalho digno das pessoas, né? Aí querem... aí já entra em outras coisa que não tem nada a ver. Eu tô pagando meu INSS, eu tô trabalhando com marisco, porque se eu quiser eu parei mais de diarista, porque muitos podiam dizer, não, ela não tá como pescadora, muitos vão olhar na sexta-feira, eu num tô na feira, num tô indo trabalhar... Aí muito às vezes, ela tá trabalhando como diarista". Eu não posso botar como diarista num meu coisa se eu sou da maré, entendeu? O que é que o Bolsonaro diz? Ou é uma coisa ou outra...

**P:** Você gostaria de ter uma outra profissão?

**E08:** Rapaz, profissão de marisqueira eu quero continuar, porque eu vou lutar, agora assim, pra diarista realmente...

**P:** Mas qualquer outra profissão.

**E08:** Eu gostaria, se eu tivesse um estudo... Eu gostaria.

**P:** Se você pudesse, se você voltasse no tempo, você faria diferente?

**E08:** Eu fazia diferente, eu ia trabalhar.

**P:** Como?

**E08:** Assim, fosse uma empresa, porque na empresa já vem pagando seu INSS, tudo direitinho, se fosse hoje, vindo pra mim certinho, eu dizia tchau tchau a pesca. Porque não é... Tendeu? Porque com esse Bolsonaro tá uma burocracia.

**P:** Você é associada alguma associação comunitária?

**E08:** Sou, da sede. Sindicato... Associação dos pescadores.

**P:** Você conhece ali a Orla, você sabe onde fica ali o Caranguejo... A passarela do Caranguejo.

**E08:** Sei, caranguejo grande, sei.

**P:** Você consegue ver alguma diferença do caranguejo de lá para o caranguejo que você leva para vender?

**E08:** Vejo.

**P:** Quais são?

**E08:** Porque o de cá... Repara, os meninos diz que o caranguejo de lá da cidade ele tem uma contaminação que rede de esgoto, essas coisas... Barra dos Coqueiro tem mangue, mas não é igual o caranguejo daqui. O daqui, repare que é distante olhe, a gente tem fossa aqui, fossas, banheiros... Lá não, lá na cidade o fundo das casa é localizado com mangue, né? Abre uma fossa e vai pra tudo pro mangue ali, é contaminação. Aí muitos perguntam quando vai pra cidade vender é caranguejo da onde? Nós diz é de Rita Cacete, São Cristóvão. Oh que delícia. Aí já sabe, num tem mais o meu nome, num é mais Adriana, é a menina com bicho que morde. É o caranguejo. Chegou na feira do Castelo Branco perguntam: "onde é a menina do bicho que morde?" Vão me levar lá. Só me conhece assim. Porque já tá conhecido, tendeu? Já tô fã lá do caranguejo. Eu sinto falta, olhe... Tem semana quando não vou, que às vezes num consegue, como essa semana, eu fico triste. Porque eu num vou, tô acostumada a vender, ter meus freguês,



tem meu dia, ali trabalho digno, você sai com seu dinheiro, vai comprar o que você quer, comprar, trazer o que você quer. É triste pra quando não tem, quando não tem quando trabalhar... Mas a gente num tá no querer da gente, tá no querer de Deus. Deus mandou água, é água que o povo pediu, é água que tem, porque é muito sertão, por aí tá seco, pedindo água... E água chegou. Então se é um benefício... Se é ruim pra gente, é bom pra quem tá precisando, né? Que pediu. Então aí complicou um pouquinho os trabalhador, os catador de caranguejo, nem pra pescar... Mas a gente dá glória a Deus.

**P:** E quando passa uma matéria na televisão sobre o caranguejo, o que você sente? O que você acha?

**E08:** Eu acho um prazer, porque eu gosto. É, fico emocionada, valorizada.

**P:** Mas quando passa no jornal alguma coisa do caranguejo, como você enxerga o caranguejo lá?

**E08:** Pra mim eu vejo que num é o de cá não.

**P:** Por quê?

**E08:** Porque o de lá num tá fisionomia do que a gente pega realmente cá, na realidade. Num tá igual como a gente pega realmente cá. Que o de lá só tem tamanho, o de cá tem qualidade, tendeu? O de lá é tamanho que eles mostra assim... o tamanho que você acha... como aquele da passarela, a gente se encanta de ver do tamanho, né? Bonito. É a câmera que filma eles grande, mas realmente bonito é o daqui. Se você for ali o tamanho é pequeno, mas é gordinho, vale a pena.

**P:** Você já ouviu falar do Festival do Caranguejo de lá de Aracaju?

**E08:** Já. Num vale nada.

**P:** Por que você acha que não vale nada?

**E08:** Porque o de lá não presta. Só se comprar aqui.

**P:** Por que você acha que a prefeitura e os organizadores do Festival do Caranguejo não deram atenção a vocês daqui?

**E08:** Porque nós somo trabalhador honesto. Se São Cristóvão não dá valor, imagina a de Aracaju.

**P:** Mas qual valor você tá falando?

**E08:** Do digno do trabalho, do catador de Caranguejo.

**P:** Lá em Aracaju tem essa passarela, tem dado visibilidade ao caranguejo em várias pessoas do país todo e conhecem Aracaju como a cidade do caranguejo. Na sua visão, o turismo ajudou o trabalho de vocês aqui na comunidade, aqui no povoado?

**E08:** Rapaz, ajudou, porque tá falando do caranguejo, entendeu? Ajudou! Existe marisqueiro... Exatamente. Existe pescadores e catadores de caranguejo. Ajudou! Isso aí ajudou. Agora cada dia se tiver... Vamo dizer, vai ter um festival de caranguejo, cada pessoa de um interior tiver

um representante pra falar lá de onde é digno o trabalho honesto do caranguejo aí muitos, ninguém quer botar um representante pra chamar, a quem ele comprou, a quem tirou, né? Quem você pegou o caranguejo? Aonde você comprou? Tendeu? Aí ele não quer, sabe por que, amigo? Porque realmente não tem. De ter tem, mas se for ali de Sergipe, de Aracaju, tem muitos que trabalham no catador, mas não é igual o daqui, tá entendendo?

**P:** Mas, e por que é que eles não levam vocês pra lá?

**E08:** Porque a gente vai falar a verdade lá, vai falar a verdade lá. Vai falar a verdade, porque se eu for eu vou abrir a boca. Eu vou dizer, porque aqui, eu me contrariei porque muitos, por exemplo, fala de uma coisa que num vive, né? Fala de uma coisa que num vive. Repare que num festival num tem um representante do marisqueiro. Num tem um representante. Tem o que comprou do dono de um bar. Mas aonde ele comprou esse caranguejo, cadê o representante desse caranguejo? Cadê o representante. Nas feira você vai, tá ali, muitos vendendo. Mas as vezes aqueles que tão ali num é os que pega, é os que vende...

**P:** Você acha que a poluição influencia na desvalorização do seu trabalho?

**E08:** Olhe, rapaz, eu acho que não. Porque, olhe, vamos supor, a poluição vem em Sergi... Lá em Aracaju, até são Cristóvão até um pouquinho, mas pra cá já num tem rede de poluição. Você pode chegar ali até o Apicum, você sente os mal cheiro de esgoto, mas depois cê só ver campo.

**P:** O que significa o caranguejo e o mangue na sua vida?

**E08:** Um sustento, tendeu? Assim, um sustento que leva a gente se valorizar, tendeu? Que dá o valor, que traz o sustento pra mesa da família, tendeu? É um grande valor. Eu acho assim, um grande valor, caranguejo, que também combate muitas fomes, de muitas pessoas...

## **ENTREVISTA 07**

### **E09: Mulher**

**P:** Com quantos anos você começou a ir pra maré?

**E09:** Ave Maria... Rapaz, acho que com uns dezoito, depois que eu casei...

**P:** E antes disso?

**E09:** Não, ia assim mais minha mãe pescar...

**P:** E quando você começou a catar caranguejo?

**E09:** É, depois que eu casei... porque eu namorei com 13, aí com 14 já tive minha manina. Aí depois casei e aí começou a ir pra maré, já...

**P:** E aí já pegava caranguejo....

**E09:** Sim... Já vendia...

**P:** Como é o trabalho no mangue?

**E09:** Ah, dependendo da hora da maré... A maré tiver 5 horas, nós tem que ir 5 horas... 6, dependendo...

**P:** Como você aprendeu a trabalhar com a coleta de caranguejo?

**E09:** Eu já venho de pequena, né? Ia com minha mãe, pescar... Depois casei, e aí ia com ele, meu marido.

**P:** E vocês vão todos os dias?

**E09:** É, todos os dias... Essa semana não, porque o rio ta cheio. Mas todo dia... Terça, o resto da semana, sabe? No domingo sempre a gente vai vender. Aí na segunda nós tira pra fazer as compra... Aí de terça a sexta, as vez até o sábado a gente vai pra maré.

**P:** E vocês só vão vender na feira no domingo?

**E09:** No domingo, as vez no sábado, quando tem assim duas viagem a gente vai.. E se tiver mercadoria a gente vai sábado e domingo. Se não tiver, só no domingo mesmo.

**P:** Você leva seus filhos pro mangue?

**E09:** Só quando num tem aula, assim, que ela vai pra tirar maçunim... A gente vai, mais elas vão estudar... Ela estuda de tarde e o menino estuda pela manhã, aí não tem tempo...

**P:** Tem um dia exato para as atividades no mangue?

**E09:** Não, o que aparecer, assim... Quando nós num vai, porque as vez ele vai pro mangue, né? E eu vou... Também vou pro mangue, só que eu tiro sururu... Só que eu vou mais pra pegar caranguejo.

**P:** Por quanto vocês vendem a corda do caranguejo?

**E09:** Depende. De cinco, de seis, sete... Quando a feira dá boinha, vende de sete, de oito...

**P:** E para o atravessador?

**E09:** Vende... É difícil aparecer [atravessador], só quando não tem mesmo...

**P:** E você participa de algum sindicato?

**E09:** Sim, INSS, pela pesca...

**P:** O sindicato dos pescadores?

**E09:** É, a pesca, é... Pagar a pesca.

**P:** E vocês pagam por mês?

**E09:** Nós paga assim, depende, sabe? Quando é no tempo do defeso, aí num paga o INSS... Só paga quando é assim... Esse mês de junho nós paga, julho nós paga, tendeu? Aí no mês que dá entrada aí num tem que pagar.

**P:** Tem a ver com o defeso?

**E09:** Não... É como se fosse assim... Novembro, aí novembro a gente paga. Aí os mês de dezembro, que é pra sair o defeso, aí num tem que pagar, entendeu?

**P:** E quais são as dificuldades que vocês enfrentam no trabalho do mangue?

**E09:** Rapaz, tem que ter coragem, né? Pra enfrentar, né? Tem que ter coragem pra enfrentar, porque se não...

**P:** Enfrentar o quê?

**E09:** É porque tem lama, as vez você cai no buraco e vem até a cintura, pra sair é osso... Aí tem que tá segurando na gaitera pra sair dento da lama, quando cê cai... Tem cascaio, tem que ir de calça, sapato... Tem tudo, né?

**P:** E isso corta?

**E09:** Corta, coisa de ostra...

**P:** Quais outras coisas são difíceis por lá?

**E09:** Ah, sururu, essas coisa... Tudo é difícil, né? E agora que o rio enche assim, mata eles... Aí dificulta.

**P:** E qual a recompensa?

**E09:** Ah, é o serviço, né? Da gente... Ir pra maré... Já ta acostumado, já. Eu num ligo, já to acostumada...

**P:** Mas por que você gosta?

**E09:** Ah, é... Eu gosto de ficar em casa não... Eu sempre gosto de ir. Quando fica em casa, fico agoniada. Eu tenho que ir. Se não for tirar o caranguejo, eu vou tirar o sururu, tirar o massunim, mais num fico em casa.

**P:** E se fosse pra você apresentar o mangue a uma pessoa e incentivar ao trabalho no mangue, o que diria pra ela?

**E09:** Rapaz, eu ia levar ela, né? Leva, vamo pra conhecer, como é, como num é... Se ela gostasse ela ficava... Se não...

**P:** Você enxerga a coleta de caranguejo importante para o desenvolvimento de sua região?

**E09:** É... Porque em coisa é importante, né? Porque é coisa de vida e sobrenimento [sobrevivência], né? Da vida da gente...

**P:** Você enxerga algum tipo de incentivo da prefeitura ou do governo?

**E09:** Ah, não... Tem não... Isso aí, esqueça... Inté os defeso eles ficam numa demora dessas pra pagar, quanto mais...

**P:** Nenhuma facilidade pra vocês trabalharem?

**E09:** Não, qui... Nenhuma...

**P:** Pra você, o que eles deveriam fazer?

**E09:** Rapaz... Acho que eles devia ter, assim, alguma coisa pra ajudar, né? Mais infelizmente...

**P:** Ajudar como?

**E09:** Assim, como agora, mesmo... Quando é no tempo de defeso eles tinha que fazer o pagamento. A gente num fez... Aí a pessoa, a situação também da pessoa, né? Broqueia o bolsa da família. Aí a situação da pessoa que veve disso, num tem como, né?

**P:** Quais as melhorias seriam necessárias para o povoado? Quais as mudanças você esperaria do poder público?

**E09:** Ah, eles num vem não... Se eles viesse, se eles chegar aqui e ver esse piso aí, olhe... Num tem condições... As vez passa gente assim dando cesta básica... Aí quando eles olha “ah é rica”... Acha porque tem uma casa, tem um pisinho é rica a pessoa. Num sabe a situação da pessoa, como veve, como num veve, acha que tem uma casa de bloco, tem um piso é porque a pessoa tem condições. Aqui é assim.

**P:** E se eles tivessem interessados em ajudar? E se houvesse um projeto para ajudar o povoado, o que vocês precisam para que eles ajudassem?

**E09:** Ah, eles tem que ajudar, né? A gente veve de maré... Aí eles... Se eles quisessem ajudar, tinha que ajudar em alguma coisa assim, uma cesta básica, qualquer coisa que eles coisasse já ajudava, né?

**P:** O que vocês mais precisam para ir trabalhar?

**E09:** Ah, porque a gente já tem... Que a gente vai de barco, sabe? É eu tenho meu barco e tenho o motor, tendeu?

**P:** E para as pessoas que não tem?

**E09:** Ah, mais difícil, né? Ah, se eles ajudassem assim, as pessoas que num tem, né? Como muita gente precisa de barco... Tivesse condições de dá talba, assim, pro povo fazer barco, né? Essas coisas... Mais... Eles mente.

**P:** Você conseguiu ver alguma ajuda do poder público nas últimas décadas?

**E09:** Rapaz... Ajuda de quê? Só de Deus.

**P:** Mas antes em outras épocas o povoado era do mesmo jeito de hoje?

**E09:** Ah, entendi... Eu sei, mudou....

**P:** Você acha que essa ajuda foi importante?

**E09:** É... Foi muito importante, né? Porque se a gente, se num tivesse defeso ninguém tinha uma casa hoje em dia, né? A casa que tinha era de taipa, porque trabalhar na maré pra sobreviver pra ter casa de broco, num tem condições.

**P:** E todo mundo fez uma casa?

**E09:** Foi, depois do seguro defeso... Todo mundo. Aquelas pessoas que num fez, porque infelizmente num quis, né?

**P:** Você mudaria de profissão se aparecesse uma outra oportunidade de trabalho?

**E09:** Rapaz, eu nem sei... Acho que não. Num sei.

**P:** Por que acha que não?

**E09:** Assim, porque... Sei lá. Nunca trabalhei assim, também, né? Mais se chegasse agora qualquer oportunidade eu poderia até ir, né? Mais inté agora num tive interesse...

**P:** Mas se você tivesse....

**E09:** Se eu tivesse podia até ir, sabe? Inté agora num tivesse não, interessa não.

**P:** E se houvesse oportunidades de trabalho fora, você mudaria de profissão?

**E09:** Eu ia pensar, ainda... É, aí ia ser difícil, né? Pra dizer... Porque assim a gente já ta acostumado com isso, né? Aí pra decidir assim de uma hora pra outra... É difícil...

**P:** Você conhece o Festival do Caranguejo?

**E09:** Eu sei...

**P:** Por que você acha que o poder público não leva vocês da comunidade para participar desses espaços turísticos?

**E09:** Eu num sei... Eles... Eu num sei... Porque já deles mermo, né? Assim, porque eles são mais... Tem mais condições, já trabalha com o caranguejo, né? Num vai convidar as pessoas que pega pra falar...

**P:** Quanto é mesmo que vocês vendem o caranguejo?

**E09:** É, seis... Depende das feira, né? Porque as vez tem feira que a gente pega feira ruim mesmo, aí num tem como...

**P:** O que você acha do dono do bar vender o caranguejo por R\$12,00?

**E09:** Absurdo, né? Eu acho um absurdo... Eles sabem vender porque muitas coisas é explorar... Porque eles compra, as vez como eles vai comprar mermo no mercado, porque as vez eles compra no mercado, porque é os caranguejo grande. Aí eles compra, assim, de oito uma corda, as vez de dez... Quando eles, como é muito, eles compra muito, compra mais em conta, então pra vender uma coisa só de 12, ou quinze... É um absurdo, eu acho um absurdo, porque eles cozinham o caranguejo, botam um vinagrete e pronto... Aí vende assim, um absurdo... Eu acho um absurdo.

**P:** E na sua opinião, o turismo ajudou a vocês de alguma maneira?

**E09:** Ajuda, né? Porque é... Como é conhecido, qualquer pessoa... Quando vai pra feira o povo compra, né? Aí isso ajuda.

**P:** Você conseguiu perceber que as pessoas procuraram mais?

**E09:** É, procura mais... Porque como é conhecido em todos lugar, aí o povo quando já vê, aí compra, né?

**P:** Você já viu o caranguejo na televisão?

**E09:** Já vi, já passando... Tem uma reportagem mesmo que passa o caranguejo;

**P:** O que você achou?

**E09:** Não... É bom. É bom que já influi as pessoas, né? Ir pra feira comprar...

**P:** E você achou diferente o caranguejo na TV?

**E09:** É... Ali é um mais fácil, né? Já tá mais fácil... No prato... A gente num mangue... Mangue é muito trabalho.

**P:** O que você diria para as pessoas que não conhecem a realidade no mangue?

**E09:** O povo diz... Eu mando pegar... Vá pegar no mangue, só sabe quem vai. Muita gente já sabe, né? Que enfrenta lama, enfrenta tudo, né?

**P:** Como é que você faz pra pegar o caranguejo lá?

**E09:** Ah, nós leva uma ratoeira, entendeu? Aí bota num buraco, bota a folha... Aí bota a ratoeira num buraco, pensar que não a ratoeira bate... Aí a gente vai pegar.

**P:** Você tira com a mão também?

**E09:** Não... É antigamente que o povo tirava assim, com o braço, botano o braço, mais hoje em dia tira mais assim não...

**P:** Com a ratoeira é mais fácil?

**E09:** É, mais fácil...

**P:** E com a mão?

**E09:** Ah, é muito ruim, leva mordida dento do buraco...

**P:** Como você sabe do horário da maré?

**E09:** A gente... A hora Da maré a gente já sabe, sabe? A hora da maré... E a gente entra no mangue, pra saber, né? Se tem... Aí, se num tiver, nós já vai pra outro mangue, entendeu? Porque já mostrava o buraquinho dele lá no mangue.

**P:** E o tamanho?

**E09:** Ah, tamanho depende o tamanho. Tem grande...

**P:** E se tiver caranguejo pequeno no buraco?

**E09:** As vez se tiver pequeno, as fêmea, a gente sorta, entendeu...

**P:** Por quê?

**E09:** Porque depois a ratoeira... As fêmea tem que soltar porque é proibido, né? A gente sorta lá na maré mesmo.

**P:** Mas por que é proibido?

**E09:** Porque pra desova, ela desova... Aí num tem que tá pegando.. Porque se for pegar as fêmea, depois pra ela produzir, como é que vai ser?

**P:** Você vocês reconhecem?

**E09:** A gente reconhece porque a fêmea tem o coisa mais largo. E os macho embaixo tem um negocinho mais fino. A gente já sabe... Quem pega já sabe, tendeu?

**P:** Como era o caranguejo na TV?

**E09:** Eles mostra assim, no prato, cozinhado, vermelhinho... Ele mostra, fica mostrando...

**P:** O que é que você sente?

**E09:** É, eu fico normal... Assim, já to acostumada, né? Aí... Normal...

**P:** Costumam fazer muita coisa com o caranguejo ou vocês só vendem?

**E09:** Não, a gente só vende... Quando a gente quer comer assim, a gente come, tendeu? A gente num faz assim... Que nem o povo faz, pastel, esses negócio a gente num faz não... A gente só pega mermo pra vender, tendeu? Ou de vez em quando, quando a gente quer comer, a gente se reúne assim, família e a gente come...

**P:** Geralmente o pessoal em Aracaju é doido para comer...

**E09:** A gente não, porque a gente... É uma coisa que a gente pega... A gente num tem muita vontade, mais que é de fora a vontade é mais.

**P:** O que você sente quando vê a maré cheia?

**E09:** A grandeza, né? De Deus, né? Quando tem muita coisa...

**P:** Você costuma ensinar sua filha a pegar caranguejo?

**E09:** Não, quero que ela termine os estudo, né? Faça um curso pra não ficar na maré, né? Ela ta no primeiro ano agora... Aí quando ela terminar, aí eu vou pagar um cursinho pra ela...

**P:** Por quê você não dá esse incentivo?

**E09:** Não, a pessoa quer o melhor, né? Pros filhos, né? Arranje um emprego pra ver se num segue o mermo destino da mãe, né?

**P:** Qual a diferença de antigamente pra hoje?

**E09:** Não, num mudou muita coisa não... Assim, porque diminuiu, né? A quantidade de caranguejo, num é igual antigamente... Porque tudo que pega vai diminuino...

**P:** E as pessoas são as mesmas?

**E09:** É... Sempre é as mesma...

**P:** Se você tivesse a chance de voltar no passado, você continuaria sendo marisqueira?

**E09:** Num sei, acho que não... Porque ia estudar, né? Pra arrumar emprego... Terminar os estudo...

**P:** O que é você acha que seria melhor? Por que estudar seria melhor?

**E09:** Eu acho, eu num sei... Talvez seja melhor, talvez não seja... Porque cada quem é cada quem, né? Já eu já acostumei merma a ir pra maré, e...

**P:** Por que você parou de estudar?

**E09:** Parei porque depois com trezes anos eu comecei a namorar... Aí engravidei... Aí casei, aí parei de estudar.

**P:** Depois de toda essa experiência, o que o mangue e o caranguejo significam na sua vida?

**E09:** Significa tudo, porque é sobrenimento [sobrevivência] da minha família é esse... Hoje em dia eu tenho o que eu tenho porque eu vou pra maré, pra criar meus filho, meu esposo... Eu mesmo, pra mim tá bom demais...

**P:** Quais as coisas que você conseguiu?

**E09:** Ah, minha casa... As coisa que eu tenho, através da maré... Porque eu tenho barco, tenho motor, né? Também da maré, do seguro defeso também, quando recebe, né? A gente sempre compra uma coisinha, porque já é uma ajuda...

**P:** Te incomoda as pessoas não saberem da sua realidade? Você fica triste com isso?

**E09:** Não... Fico não, fico não... Porque muita gente já conhece, assim... O povo mermo já conhece, quando chego na feira o povo já conhece, aí compra... Tendeu?

**P:** Como você enxerga Deus?

**E09:** Ah, Deus é muita coisa... Ele que dá força pra gente trabalhar, pra gente viver... Suspiro... Tudo as coisa, primeiramente Deus. Tudo o que eu tenho hoje em dia, primeiro eu agradeço a Deus... É porque a pessoa num vai pra igreja não, que num tem que falar com Deus...

**P:** Como é o seu trabalho, horários e rotina diária?

**E09:** Então, cinco hora, cinco e meia já to acordada, porque meu filho vai pra escola... Ai se acordo, faço café,... Aí quando é seis horas, boto o jegue ou a besta na carroça, aí desço... Aí quando chegar lá, vou no porto pego o barco e vou pra maré...

**P:** É longe?

**E09:** É, nós tem que ir de barco. Nós já tem o rio, né? Aí vai descendo cum barco até chegar no manguê...



**P:** E quando chega no mangue?

**E09:** Veste as roupa e vai armar ratoeira... Porque tem que vesti casaco, sapato, calça pra não se cortar... E arma... aí dá uma espera, aí pega o caranguejo e aí vem simhora...

**P:** E quando vocês colocam a ratoeira?

**E09:** Quando nós termina de armar nós sai. Aí quando pensar que não eles tão tudo ali dentro.

**P:** Além do defeso, há algum outro benefício?

**E09:** Sim, nós tem só o defeso e o bolsa família, tendeu?

**P:** Além disso não há nenhuma outra ajuda que facilitasse o trabalho de você?

**E09:** Rapaz, pra eles dá tá difícil...

**P:** Por quê?

**E09:** Porque tem gente, assim... Se eles chegar aqui, como muita gente mermo já passou pra dá cesta básica, esses negócio, aí eles vem aqui, aí vê... A casa tem terreiro, tem piso.. Aí eles num não... Tem condições... É pra pessoa vive merma na pobreza mermo, sem nada... Com uma casinha de taipa, caindo os pedaço, aí eles dão... Mas se tiver casa de broco, marminino, num dão não... Diz que num tem condições... Aqui é assim...

**P:** E quem são essas pessoas quem vem aqui?

**E09:** As vez vem assim... O povo, né? A vezes vem gente dá..., Como assim, fosse assim, natal, que é mês de dezembro, né? Aí vem uns povo dá de carro. Até talvez assim, até da prefeitura. como manda... Aí diz que tem condições... Aí num dão. Só dão assim, de vez em quando na semana santa, né? É que eles dão peixe... Aí vai pegar porque é pela bolsa família... Aí eles dão...

**P:** Qual a diferença do caranguejo daqui para o de Aracaju?

**E09:** Diferença as vez o tamanho, né? Porque eles compra lá os escolhido, né? Aqueles maior, aqueles grandão, aí eles compra, porque pra servir em bar e restaurante é o maior. Porque vem de fora, porque aqui encontra médio, grande, mais num é que nem eles quer não...

**P:** Por que que é diferente?

**E09:** Não, depende. Se pegar lá em baixo pega graúdo, mas eles num compra assim, eles já compra lá no mercado, entendeu? Aí pra eles comprar aqui fica ruim, né?

**P:** Você já viu o caranguejo no mangue na televisão?

**E09:** Nós a gente vê só no prato, no mangue não passa.

**P:** Por que você acha que não passa?

**E09:** Na televisão nunca vi não, né? Passar não...

**P:** E por que você acha que não passa na televisão o trabalho de vocês?

**E09:** Eu acho que porque nunca fez o trabalho, né? Com alguém, né? Assim no mangue, mostrando como é que pega, como é que num pega... Acho que eles nunca fizeram o trabalho.

**P:** Na feira o pessoal diferencia o caranguejo de Aracaju do daqui?

**E09:** É, eles perguntam se é do interior ou se é de Aracaju mesmo, porque eles gosta mais de comer do interior porque diz que de lá tem esgoto, esses negócio, sabe?

**P:** A devastação dos mangues atrapalha o trabalho de vocês?

**E09:** Atrapalha, porque eles coisa, né? Tudo vai pro mangue, né? Polui a maré.

**P:** Na sua visão

**E09:** É, né? Porque quem cuida vai te toda vida e quem num cuida num tem.

**P:** Por que você acha que as pessoas devem preservar o mangue?

**E09:** É porque se for poluir os bicho vai morrer, os caranguejos, sururu, o que tiver vai morrer no mangue, né? Se for poluir e depois quando precisar? Num vai ter.

**P:** Você acha que daqui a 20 anos ainda haverá mangue?

**E09:** Tem, tem que ter...

**P:** Você incentiva aos seus filhos a estudar. Mas se todos aqui da comunidade for estudar, quem é que vai trabalhar no mangue?

**E09:** É isso, né? É isso... Mas porque a gente, assim, quer o melhor pros filhos, né? Mas sempre tem um que não quer estudar, né? Sempre tem...

## **ENTREVISTA 08**

**E10: Mulher**

**E11: : Mulher**

**P:** Com que idade você começou a trabalhar lá na maré?

**E10:** Lá na maré eu fui pequena... Deixa eu ver... Um doze ano... Foi, que comecei a pescar mais minha mãe.

**P:** Você tem quantos anos hoje?

**E10:** Trinte e oito.

**P:** E com doze anos você já tirava caranguejo?

**E10:** Não, naquela época eu pescava de rede mais minha mãe.

**P:** E quando foi que você começou a trabalhar com caranguejo?

**E10:** Rapaz, deixe eu me lembrar aqui, viu? Foi quando eu morava na casa de taipa, aí quando eu comecei... Tem uns quinze pra dezesseis anos. É, 16 anos.

**P:** Com 22 anos você começou então?

**E10:** É...

**P:** Como é que você aprendeu?

**E10:** Pegar o caranguejo? Eu sempre fui na maré vendo os povo pegando e eu aprendi.

**P:** E como é o seu trabalho? Como é a rotina?

**E10:** Eu me acordo cedo... As vez quando a maré cedo a gente sai de casa cinco hora, volta umas dez que já tá enchendo. Quando a maré é mais tarde a gente vai sete hora, volta meio dia... É pela hora da maré.

**P:** Como você aprendeu a trabalhar na maré?

**E10:** Não, a gente vai e a gente mesmo... A gente indo com a mãe a gente aprende, porque a gente quando vai, a maré vaza, né? Quando a gente vai pra maré, a maré começa a vaziar... Aí depois ela começa a encher, aí quando ela começa a encher começa a vir um bocado de bolhinha subindo, a corrente subindo... Quando ela vai vazando, ela vai descendo e quando ela vem enchendo ela vem subindo. A gente sabe por isso.

**P:** Vocês entendem mais de meio ambiente do que eu, por exemplo...

**E10:** E você quer ver bom é na maré. Porque eu mesmo... Eu mesmo eu gosto, falar a verdade... Olhe, eu tô aqui doente porque eu cheguei lá na maré, ver aquela maré daquele jeito e não poder trabalhar...

**P:** E por que que é bom?

**E10:** É bom porque você trabalha e você tem o seu dinheiro, você compra o que você quer... Compra suas coisa e não espera por ninguém, né? Você tá acostumado ir pra feira e chegar no domingo e não ter mercadoria... Dá um estresse tão grande.

**E11:** : Quer ver bonito quando cê bota a ratoeira que cê ver os patolão dentro, a gente fica um orgulho. Quando eu ia com minha mãe que a ratoeira batia, não esperava nem as outras bater, eu dizia: “mãe, já matei uma”. Aí eu ia logo... É uma terapia e uma diversão, você fica feliz.

**E10:** É uma terapia, você fica feliz, sem brincadeira... Porque você arma lá e não sabe o que tem no buraco, né? O tamanho do caranguejo, como é que é... Quando você arma no outro dia ou então no mesmo dia, que cê espera, quando você vai olhar... olhe que caranguejão bonito... E se tu olhar aquele outro... Aquele tamanho daquele buraco, porque é por buraco, né? Quando o buraco é grande o caranguejo é grande... As vez tem um caranguejo pequeno, você assim, esse buraquinho esse caranguejão... Aí é divertido.

**P:** Você vai todos os dias?

**E10:** É. Começa de terça até sexta.

**P:** E sexta você vai para feira também...

**E10:** Não, sexta não. É porque dia de sexta já é dia pra tirar pra amarrar porque no sábado vou vender.

**P:** Como é a organização com outros colegas de trabalho? Há uma divisão de tarefas?

**E10:** Na maré é muitos mangues. Eu não gosto de armar onde tem muita gente. Eu gosto de armar sempre assim, num lugar sozinha, porque eu tenho como... como é o nome? É... Sair, vou espalhar pra lá, vou espalhar pra cá pra frente... Se tiver gente do meu lado, não deu, tô presa. Não tem como eu ir pra lá nem pra cá, e você sozinha você vai pra onde você quer.

**P:** Você tem quantos filhos?

**E10:** Tenho três.

**P:** E os seus três filhos não vão?

**E10:** Não, porque minha menina agora ela fez... Terminou os estudos, tá fazendo um curso, aí já tá... Começou o jovem aprendiz. Também ela tá... Eu não quero na maré não, elas não... Eu num quero a mesma coisa que eu... Assim, é porque pra ela, ela eu levo pra feira pra vender, mais ela não vai sair igual eu... Eu saí, né? Não é mais o mesmo jeito. Possa até que no tempo, que antes quando eu era mais nova também eu não queria ir pegar caranguejo, mas a partir do tempo que você começa a trabalhar, começa seu dinheiro, suas coisas, você tem orgulho por aquele trabalho...

**P:** E se o seu filho quiser ser pescador?

**E10:** Mas ele ia comigo, ele ia... Ele num tá indo agora porque tá morando com o pai. Mais ele ia. Ia sozinho, quando eu, assim, quando eu no sábado não podia, vá lá, Victor, catar uns caranguejo, aí ele ia... Como agora ele tá trabalhando mais o pai, aí num dá pra ele ir.

**P:** Se ele quisesse ser um pescador?

**E10:** Ele vai ser, porque ele num quer muito estudar.

**E11:** : Diga assim não, que Deus vai dar um futuro a ele bom. Ele vai mudar a mente dele.

**P:** Mas você o apoia e incentiva ele?

**E10:** Apoio, mas maré também né futuro ruim não. Se você pagar a sua... O seu INSS, sua pesca certinho, você chega um tempo que é um trabalho também... Eu pra mim, eu não acho ruim, não, o meu trabalho não, porque eu tô trabalhando pra mim, não tô recebendo carão de ninguém... E tô ali, vou certinho, vou vender, tenho minhas freguesia, eu sô feliz por isso, tenho orgulho de vender... Pra mim é uma felicidade. Eu prefiro tá nas feira vendendo, trabalhando pra mim do que trabalhar por outros... Você já imaginou você chegar na maré, lá o que Deus botou lá, você pegar aquilo ali e você vender e fazer sua feira? Né uma benção? É.

**P:** E as dificuldades?

**E10:** Eu não acho dificuldade não... Pra mim não.

**P:** Você não acha que tem dificuldades?

**E10:** Não, nós já tô acostumado. Porque olhe, eu, assim... Quando eu vou por mangue cheio de lama, pra mim é normal, já tô acostumada... Quando tem mosquito eu levo repelente. Tem até tempo que tá tão ruim, porque não é só bom não, tem tempo que tá ruim também, que a pessoa pensa assim, olhe tá tão ruim, vou desistir e eu não desisto fácil. Tá ruim, mas vou começar e no final dá tudo certo. Eu sou assim, eu não sou uma pessoa que, sempre porque tá ruim eu vou desisti daquilo ali. Eu sempre sou prestativa no que eu quero.

**P:** Você é associada a algum sindicato?

**E10:** Sim, a de São Cristóvão, Colônia Z2.

**P:** Você enxerga a coleta de caranguejo como uma prática importante para o desenvolvimento da sua região?

**E10:** Pro o povoado não é importante não... Só para Aracaju mermo.

**P:** Por que para Aracaju?

**E10:** Porque o povo daqui nem dá valor... Só a gente só dá valor assim, nosso trabalho, que a gente vai sustentar nossa casa, mais pra aqui o pessoal... Pode dá valor assim, porque a gente vai pegar, né? Mais, assim, pra pessoa comprar... Porque a gente é daqui mesmo, aí não tem como a pessoa...

**P:** E para o desenvolvimento de vocês?

**E10:** É, importante é, porque é o nosso sustento.

**P:** Você costuma falar para seus filhos da importância desse trabalho? Você diz para eles o quanto é importante para sobrevivência de vocês, ter o mangue, ter a maré...?

**E10:** Não, eles sabe. É tanto que, quando eles num queria... É porque assim, eu vendia, né? Eu vendo, né? Aí eu de manhã cedo eu chamava Vitória, pra ir... Vitória, vamo comigo me ajudar na feira. Aí ela dizia, eu num vou, não. Aí quando eu morava com o pai, o pai nem ligava, né?

Ai eu disse: “você vai”. Ali ela: “não vou não”. “Você num vai? Como é que você quer ter as coisas e não quer ir comigo pra feira?” Aí eu pegava a taca e num instante ela se levantava pra ir... Aí ela ia. Aí quando foi esse ano agora que ela terminou de estudar ela disse: mãe, eu não vou pra feira mais não. Eu disse: “é se você num for vender, num tem como cê arrumar dinheiro pra passagem pra Aracaju pros seus curso, porque eu num vou ta indo sozinha, você ai dormindo. Como é que eu vou arranjar dinheiro pra li dá?” Aí vai mim ajudar que eu li dou o dinheiro, aí ela ia...

**P:** Você costuma dar algum direcionamento aos seus filhos?

**E10:** Não, eu num ensino a ela fazer o trabalho que eu faço não, só que pela ir fazer o emprego dela, né? O meu não.

**P:** Por quê?

**E10:** Sei lá, porque eu sei que ela não vai querer aquilo que eu faço.

**P:** Mas se ela quisesse? Isso seria um problema pra você?

**E10:** Não, não seria problema nenhum. Era até bom porque quando eu não puder ir, né? Ela ficaria no meu ponto. Num é ruim não... Agora eu queria que ela fosse, né? Ficasse no meu ponto... Sei quando eu não pudesse ir, porque já tem dezesseis ano que eu vendo nesse ponto... Aí só quem vende é eu e meu menino. Meu menino vai comigo.

**P:** Se pudesse voltar no tempo, você iria trabalhar com caranguejo de novo?

**E10:** Ia... Faria tudo de novo, porque eu gosto.

**P:** Aqui vocês recebe algum incentivo para trabalhar? Uma ajuda em equipamento para facilitar o trabalho de vocês...

**E10:** Não, a gente mesmo... Nenhum.

**P:** Por que vocês acham que não recebe esse incentivo?

**E10:** Incentivo assim de quê, de coisa de barco, alguma coisa assim?

**P:** Sim...

**E10:** Não, da gente mermo porque o povo não liga.

**P:** E você acha que seria importante receber esse incentivo aqui?

**E10:** Seria importante, mais não tem ajuda não, para isso não.

**P:** Por que você acha que não tem?

**E10:** Sei lá... É assim, o prefeito, assim, a pesca [se refere à associação]... Sei lá, num dá incentivo pra isso, pra ajudar ninguém não. Sei lá... Sei nem explicar...

**E11:** : Eu acho assim, que ele não quer ver o pobre crescer. Que assim, né pobre, que pobre é... Assim, ele não quer ver como uma pessoa bater de frente com ele. Aquela pessoa nunca teve nada, hoje tem, chegou o nível deles, eu acho que eles... Num gostam não.

**E10:** Não porque assim, assim, eles pensa assim, que o pescador, como trabalhar, eles tem que ter, pelo seu trabalho, cê tem que ter tudo, né? Você trabalhar, você ganha, eles quê que você tenha tudo isso...

**P:** Mas como assim, eles não vem aqui por quê?

**E11:** : Aqui é esquecido.

**E10:** Não, mais num só tem só caranguejo aqui, é em todo lugar que você for que tem maré, o povo também pesca.

**P:** E por que as comunidades que trabalham com o caranguejo não fazem parte desses espaços?

**E10:** Tá, porque eles só pensam neles... É, eles só pensam nele... Eles num vai pensar no próximo. Porque cê num ta vendo não como que tá aí o mundo? A ambição é tanta, quando começa a trabalhar, quanto mais ganha é que quer. E a gente é feliz pelo que a gente tem, né? Eu mesmo sou feliz pelo que eu tenho.

**P:** Na sua visão, quais seria o tipo de ajuda que vocês mereciam para valorizar o trabalho de vocês?

**E10:** Nem eu mesma sei.

**P:** O que mudou da época que começou pra cá?

**E10:** Valorizou mais, né? Porque naquela época não tinha tanto valor como que tinha agora o caranguejo em Aracaju. Antigamente num tinha tanto valor. Antes era melhor, caiu, mais só que tá vendendo...

**P:** Por que você acha que tem valor hoje?

**E10:** Hoje tem mais valor por causa dos turistas, né? Que tá em Aracaju sempre, né? Que conheceu o caranguejo em Aracaju, aí ficou famoso.

**P:** E isso você percebeu no seu trabalho?

**E10:** Foi, depois que eu comecei a vender... Foi que eu vim sabe o valor, né? Que é... Porque antes eu num vendia não, eu vim vender quando assim... Quando ele ficou desempregado e eu não tinha outra renda, né? A renda que tinha era ir vender... Aí comecei a vender, comecei a vender e gostei... Até hoje...

**P:** Então você quer dizer que o turismo ajuda ao seu trabalho?

**E10:** É, as pessoas também, né? Que gostam do caranguejo. Porque em Aracaju o povo gosta muito do caranguejo na cervejinha de tarde...

**P:** E quando você vê o caranguejo na televisão, o que você acha?

**E10:** Eu num ligo não...

**P:** O que você sente quando ver passando no jornal?

**E10:** Não, eu fico feliz, né? Porque é aquela... O marisco que eu vendo. Ela num sei, porque quando eu cozinho assim lá em casa, os grandão, aí a aminha menina tira foto e coloca no status. Alguns colega que eu tenho em Aracaju: “olha que bom, legal...”

**P:** Você acha diferente o caranguejo que você vê na televisão para o caranguejo daqui?

**E10:** É, porque o caranguejo lá é maior, né? Mas aqui também tem o mesmo tamanho, né? Só a pessoa querer botar só o maior, porque quando a gente amarra aqui, amarra misturado. Aí se for só catar só os grande também tem...

**P:** O que mais tem diferença?

**E10:** Nenhuma... Porque em Aracaju é diferente porque é nos bar, né? É turista que vão, é na salada, é cozinhado, é... Totalmente diferente. Porque quando a gente vende, a gente vende ele cru.

**P:** Tem mais diferenças aí. Imagine o caranguejo do bar de Aracaju e o caranguejo que você encontra no mangue, quais as diferenças?

**E10:** O daqui é melhor, né?

**P:** O daqui é melhor por quê?

**E10:** Porque o daqui a gente tá pegando no nosso trabalho... Porque é um caranguejo que a gente pega do nosso trabalho, né? E a gente tem que dar valor o nosso trabalho, né? E o de lá não, pode lá do bar, já ele já comprou pra revender e já é os turista que vai comer os caranguejo.

**P:** Você conhece o festival do caranguejo?

**E10:** Nunca fui não, mas já ouvi falar...

**P:** Você viu na televisão?

**E10:** Vi um monte de caranguejo, todo tipo de comida típica de caranguejo, mas eu num... Muito bom, né? Bom assim, né? Porque... É... os coisa dos caranguejo que a gente vende, né?

**P:** Por que é um pescador, uma pessoa que tira o caranguejo, não participa de um festival como o Festival do Caranguejo?

**E10:** Porque não dá oportunidade os pequenos, né? Entendeu?

**P:** E por que você acha que eles não dão oportunidade?

**E10:** Porque quando é o caranguejo, o festival do caranguejo, né? Eu mesmo nem sei que dia é o Festival do Caranguejo, a gente que mora aqui. Eles sabem... Ali é tudo vendido, né? Porque ali é tudo... Eles fazem muita comida pra vender, ali já é deles mermo.

**E11:** : Eu digo assim que ele num quer pra não ter disputa... É sim, que eles vende um por doze, vá pra praia pra você ver... Por exemplo, você chega ali com o caranguejo cru, ele ta vendendo o caranguejo cozinhado. Ele ta vendendo de sessenta conto, a pessoa num vai querer comprar o caranguejo de dez? Ela mesma faz o pirão...

**P:** E hoje, na sua vida, o que é que o mangue e o caranguejo significam para você, pra sua vida?

**E10:** Pra mim significa muito, porque é até hoje que eu tenho o sustento é da venda do meu marisco... Agradeço, né? Por tudo, porque tem essa maré aqui. Imagina se não tivesse essa maré aqui pra gente sobreviver? Eu até pensando hoje, lá na maré eu cheguei aquele rio daquele jeito, meu Deus do céu se esse rio ficar assim durante uns três mês? Como é que o povo vai sobreviver? Não, pensei pelo que tá ali, imagine se esse rio ficasse três mês? Esse povoado aqui...

**P:** Depois de todas as suas experiências, dessa importância significativa para sua vida, do caranguejo, da maré, do mangue... Como você enxerga Deus nisso tudo?

**E10:** Maravilhoso... Quando eu vou vender... Quando acabo de vender agradeço a Deus: "Deus, obrigado por tudo, por Senhor me dado essa benção". Já basta eu terminar de vender, agradeço... Deus é maravilhoso, muito bom, agradeço a ele todos os dia, quando vô vender agradeço a ele, quando vê vender, quando termino, quando eu vô... Obrigado senhor por tudo, porque é uma maravilha, você sair pra vender e você chegar com dinheiro que comprar suas coisas e ser abençoado, né?

**E11:** : Eu digo assim, nós vê Deus em toda as coisa que ele fez, né? Como assim na maré, como é uma pessoa ter, assim, esse poder de gerar um caranguejo, gerar um sururu ali dentro de uma lama. Só ele tem né? Eu acho assim uma dignidade... A gente sente privilegiado, de ter uma maré em um lugar... Você ver a grandeza, é muito lindo.

**P:** Como é o seu trabalho na feira? Você tem liberdade para vender em qualquer lugar?

**E10:** É num deixam não, nós vender não... Até na rua, na feira, nós num pode vender... Mesmo nós querendo banca, não tem banca... Cê num vê não? Cê vai ver reportagem dos povo tomando as mercadoria dos pessoal. [...].

**P:** Como você chegam lá?

**E10:** É, a gente pega o carro de quatro da manhã, quando chega no terminal de lá da rodoviária nova, a gente pega Santo Dumond... Aí vai, pa... Desce no ponto...

**P:** Vocês descem com saco? Como é que desce na catraca?

**E10:** Com saco, sobe com saco... Nós num passa, nós entra pelo meio, ele abre a porta do meio... Aí a gente paga pela ali mesmo... Entendeu? Eu pego três ônibus pra chegar na feira todo domingo.

**P:** Não é fácil, então?

**E10:** Não... E você quer vê coisa no domingo pra gente colocar um saco de caranguejo naquele ônibus da atalaia, num tem aquele ônibus pra atalaia? Pra orla... Domingo foi um sufoco, porque eu vou assim... Vou com uns quatro... Rapaz, tem horas que dá até raiva, sem brincadeira, nos pessoal, porque... [...].



## APÊNDICE B

### OPERACIONALIZAÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

CATEGORIAS	SUBCATEGORIA	INDICADORES
	Intercomunicação	Representação e liderança que se apresente em um nível crítica e intelectual superior e mantenha influência na comunidade.
	Participação	Percepção quanto à participação comunitária nas práticas midiáticas dos meios de comunicação massivos.
	Apropriação cultural	Entendimento da própria população quanto à pertinência e adequação do uso do caranguejo nas práticas midiáticas.
	Absorção da cultura de massa na manutenção das práticas culturais	Influência dos meios de comunicação na manutenção e nas práticas comunitárias.
DESENVOLVIMENTO	Trabalho e economia	Organização do trabalho; economia familiar.
	Território e políticas de desenvolvimento	Organização territorial, área rural/urbana, percepção quanto ao desenvolvimento, serviços públicos básicos, instituições de assistência ao pescador, políticas públicas de atenção à pesca.
	Meio ambiente e Benefícios sociais	Proteção ambiental, percepção e influência nas atividades da comunidade, seguro defeso, sistema de créditos ao trabalhador do mangue.
	Turismo	Percepção quanto à colaboração às atividades do mangue.

IDENTIDADE	Normas culturais	Lugar de origem, comunidade de residência, família, espaços de formação e sentido de pertencimento com a atividade.
	Identificação	Reconhecimento, defesa e proteção de valores.
	Práticas de organização social	Sindicato, associações comunitárias.
	Experiência religiosa	Relação da atividade no mangue com a prática religiosa e ao reconhecimento de algum ser divino.

### OPERACIONALIZAÇÃO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES

COMUNICAÇÃO	Construção da notícia	Enquadramento dado às publicações, utilização de recursos como imagens, fotos ou vídeos; destaque capa, gêneros e formatos
	Participação	Participação comunitária na prática midiática
	Apropriação comunitária	Abordagem e representação da identidade comunitária
DESENVOLVIMENTO	Trabalho e economia	Sentido da cata de caranguejos, atividades do comércio e economia local
	Território e políticas de desenvolvimento	Organização territorial, área rural/urbana
	Meio ambiente	Proteção ambiental, influência nas atividades do mangue
	Turismo	Abordagem quanto à colaboração nas atividades do mangue
IDENTIDADE	Identidade comunitária	Práticas culturais referentes aos costumes e valores tradicionais da comunidade e suas relações com o caranguejo
	Culturas locais	Elementos da cultura local e estadual

## APÊNDICE C

### QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS

- 01 - Quando e por que você começou a trabalhar com a coleta do caranguejo?
- 02 - Como é o seu trabalho? (rotina, etapas etc.)
- 03 - Como é a organização com outros colegas de trabalho? Há uma divisão de tarefas?
- 04 - Você participa de alguma associação ou sindicato?
- 05 - Participa de algum movimento comunitário?
- 06 - Qual a maior dificuldade do seu trabalho? E a maior recompensa?
- 07 - Você consegue enxergar a coleta de caranguejo como uma prática importante para o desenvolvimento da sua região?
- 08 - Você é casado (a)? Seu (a) companheiro (a) trabalha com o (a) senhor (a) na coleta do caranguejo? Tem filhos (as)? Eles trabalham com você? Eles estudam?
- 09 - Há alguma forma de incentivo à continuação do trabalho pesqueiro e a coleta de caranguejos na sua comunidade? O poder público ajuda na atividade de coleta de caranguejos de alguma forma?
- 10 - O (a) senhor (a) gostaria de ter outra profissão? Se tivesse a chance, acha que sua vida poderia ser diferente?
- 11 - O que você faria se pudesse mudar a atenção do poder público ao trabalho da coleta de caranguejos em São Cristóvão? Quais seriam os benefícios que o grupo de pescadores poderiam receber para continuar trabalhando e visualizar uma possibilidade de futuro melhor para os seus filhos?
- 12 - O (a) senhor (a) visualiza alguma diferença entre o caranguejo enquanto elemento turístico e o caranguejo do mangue?
- 13 - Na sua opinião, o turismo ajudou na venda de caranguejos, na coleta e no incentivo à perpetuação da prática? De que forma?
- 14 - O (a) senhor (a) conhece o festival do caranguejo?
- 15 - O (a) senhor (a) já assistiu algum programa de TV sobre o caranguejo? Ou leu no jornal alguma matéria? Como era? O que achou?
- 16 - Diante do seu trabalho alcançado com muito esforço, como o (a) senhor (a) enxerga Deus?
- 17 - Se você tivesse a chance de mudar alguma coisa no seu passado ou existisse a possibilidade de nascer de novo, o (a) senhor (a) continuaria fazendo o mesmo trabalho?
- 18 - Agora, depois de todas as suas experiências, o que o caranguejo e o mangue significam para a sua vida?

## APÊNDICE D

TABELA: OCUPAÇÃO DA POPULAÇÃO DO POVOADO COQUEIRO

ÁREA	OCUPAÇÃO	QUANT.	TOTAL (%)
Agropecuária	Abatedor	1	13,29
	Criador de suínos	1	
	Caseiro (agricultura)	5	
	Classificador de grãos	1	
	Classificador de madeira	1	
	Produtor agropecuário, em geral	1	
	Produtor de árvores frutíferas	2	
	Produtor de cereais de inverno	1	
	Produtor na olericultura de legumes	1	
	Trabalhador agropecuário em geral	5	
	Trabalhador na olericultura (raízes, bulbos e tubérculos)	1	
	Trabalhador da exploração de coco da praia	1	
Apicultura	Apicultor	6	3,80
Serviços de construção e reforma	Pedreiro	5	3,80
	Servente de obras	1	
Serviços domésticos e serviços gerais	Babá	1	15,19
	Empregado doméstico diarista	6	
	Empregado doméstico faxineiro	4	
	Empregado doméstico nos serviços gerais	2	
	Faxineiro	6	
	Cozinheiro do serviço doméstico	1	
	Criador de animais domésticos	1	
	Trabalhador de serviços de limpeza e conservação de áreas públicas	1	
	Jardineiro	1	
	Motorista de carro de passeio	1	
Serviços de vendas e comércio	Atendente de farmácia - balconista	1	10,76
	Vendedor ambulante	3	
	Vendedor em domicílio	2	
	Feirante	11	
Serviços de pesca e coleta de crustáceos e mariscos	Pescador artesanal de peixes e camarões	7	26,58
	Catador de mariscos	35	
Serviços de corte, costura e artesanato	Artesão bordador	2	9,49
	Bordador, a mão	6	
	Costureira de peças sob encomenda	1	
	Costureira de reparação de roupas	6	
Serviços de embelezamento e higiene	Cabeleireiro	1	1,90
	Pedicure	2	

Serviços na educação	Professor da educação de jovens e adultos do ensino fundamental menor	1	1,27
	Professor na educação infantil	1	
Serviços de gerência e operações	Supervisor de vigilantes	1	3,80
	Operador de telemarketing ativo	1	
	Operador de abastecimento de combustível de aeronave	1	
	Gerente de serviços de saúde	1	
	Gerente de vendas	1	
	Operador de caixa	1	
Outros serviços	Acabador de embalagens (flexíveis e cartotécnicas)	1	10,13
	Apontador de mão de obra	1	
	Agente comunitário de saúde	1	
	Ajudante de motorista	1	
	Vigilante	1	
	Frentista	1	
	Garçom	1	
	Salva-vidas	1	
	Lavador de lã	2	
	Padeiro	5	
	Vaqueador de couros e peles	1	
TOTAL		158	

Fonte: Secretaria de Saúde do Município de São Cristóvão.

## ANEXOS

## PUBLICAÇÕES DOS JORNAIS E PORTAIS DE NOTÍCIAS

## CORREIO DE SERGIPE

FESTIVAL do Caranguejo quer fomentar turismo. **Correio de Sergipe**, Aracaju, p. A8, 28 ago. 2015.



Pratos à base de caranguejo que serão apresentados pelos restaurantes estarão em um livro de receitas, que deverá ser publicado em breve.

Diego Costa: "É uma receita que encontramos para movimentar a área de bares e restaurantes"

## Festival do Caranguejo quer fomentar o turismo

Evento gastronômico, realizado pela primeira vez em Aracaju, segue até o dia 07 de setembro, na Orla da Atalaia

**Fábio Brito**

Caranguejo, na Orla da Atalaia, onde 16 restaurantes expuseram pratos preparados com a iguaria, que ficaram à disposição à disposição do público.

É uma maneira que encontramos para movimentar a área de bares e restaurantes, buscando mecanismos de desenvolvimento econômico também para este setor.

Sabemos que quem primeiro recebe os turistas é a hotelaria. É o nosso primeiro Festival e estamos muito felizes com esse projeto", disse o assessor de produção turística da Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semait), Diego Costa.

Ele explicou que depois da abertura, atrações e turismos poderão ir até os restaurantes participantes e desfrutar melhor dos pratos com o crustáceo. "É realmente uma ideia para melhorar o desenvolvimento econômico e gerar mais renda para esses comércios. Nós iremos entregar as pessoas um guia para saber onde podem degustar os pratos", afirmou.

**Parceria**

O evento foi possível devido a uma parceria da Prefeitura de Aracaju com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abraser) e Sebrae. "É um fato médio já que em momentos de crises as pessoas tendem a buscar soluções vincente do governo. Então estamos sentando com isso, abrir realmente canais de investimentos e tudo que pode ser feito neste sentido", disse ele.

Os pratos apresentados pelos restaurantes estarão em um livro de receitas que deverá ser publicado em breve. Durante o Festival haverá também apresentações culturais e um passeio ciclístico.

SERGIPE produz 100 mil caranguejos por semana. **Correio de Sergipe**, Aracaju, p. A8, 30 e 31 ago. 2015.

## Sergipe produz 100 mil caranguejos por semana

Na capital sergipana, o Festival do Caranguejo que acontece na Orla de Atalaia vai até o próximo dia 07 de setembro

O Festival do Caranguejo que vai até o próximo dia 07 de setembro movimentou a Orla da Atalaia, mostrando não somente a culinária típica da capital, mas também trouxe, através do esquete apresentado pela equipe de Educação Ambiental da Secretaria do Meio Ambiente de Aracaju (Semait), o papel do Uidat comunitário, conhecido como caranguejo-ujá, no equilíbrio do ecossistema. Em Sergipe é possível produzir por semana uma média de 100 mil crustáceos desta espécie.

O caranguejo-ujá vive nas verdadeiras florestas de alimentação ou os chamados becos da vida marinha, que é o manguezal. É nesse ambiente que o Ujá contribui para que outras espécies da flora e da fauna obtenham nutrientes fundamentais para sua sobrevivência. Apesar de bastante conhecido como uma iguaria em regiões litorâneas, poucos conhecem como vivem, se reproduzem ou do que se alimentam.

**Mangues**

O Brasil é o país que possui a maior extensão de ecossistema mangueiral. De acordo com o artigo publicado pelos pesquisadores Edison Barbieri e Jocemar Tomazini, do Núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento do Litoral Sul de Cananéia em São Paulo, essa área tem 25 mil quilômetros quadrados distribuídos em mais de 7 mil quilômetros de orla litorânea. É na beira do mangue que

**SEMA SE EMPENHA EM MOSTRAR COMO O CARANGUEJO-UJÁ É IMPORTANTE PARA O EQUILÍBRIO DO ECOSISTEMA**

diversas espécies da flora e fauna encontram nutrientes importantes para sua sobrevivência e condições para iniciarem seus ciclos de vida, desovando no estuário. Além disso, também ao ecossistema está a alta produtividade pesqueira, através da caça de caranguejos. No Brasil, Sergipe se destaca nesta produção. Por isso, que órgãos ambientais têm papel fundamental na proteção do Uidat comunitário, conhecido como caranguejo-ujá.

**Proteção**

O Município de Aracaju possui uma lei dedicada à proteção do caranguejo-ujá, que é a Lei 2.877/2000, que propõe ações educativas e estudos nas comunidades tradicionais e nas escolas de ensino fundamental. Nesse sentido, a Secretaria do Meio Ambiente de Aracaju tem se empenhado em mostrar como o caranguejo-ujá é importante para o equilíbrio do ecossistema, uma vez que ele contribui com outros seres vivos, inclusive, o homem. Nossa intenção é sempre mostrar que é possível ter uma convivência harmônica entre homem e natureza. Por isso, que se deve respeitar quando estão na troca de vida e na reprodução, quando informado pelo Uidat, o chamado período de defesa", ressaltou a coordenadora de Educação Ambiental da Sema, Alane Vasconcelos.

**Município de Aracaju possui atualmente uma lei dedicada exclusivamente à proteção do caranguejo-ujá**



FESTIVAL do Caranguejo: Aracaju sedia segunda edição do evento. **Correio de Sergipe**, Aracaju, C1, p. 03, 03 ago. 2016.



**Festival do Caranguejo**  
*Aracaju sedia segunda edição do evento*

O caranguejo pode ser considerado a grande mania do sergipano à mesa. Aproveitar uma caquinha, um caladão, um pastel e, principalmente, o crustáceo com perna e viço são hábitos que o aracajuano não dispensa. Por isso, a capital sergipana recebe pela segunda vez o Festival do Caranguejo. O evento é realizado pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Seccional Sergipe (Abrasel-SE), Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), começa hoje, 3, e segue até o dia 14.

Nos três primeiros dias do evento, de hoje até sexta, o Festival acontece na Arena Gastronômica, montada no estacionamento em frente à Passarela do Caranguejo, na orla de Atalaia, a partir das 18 horas. Serão dias de muita cultura e boa culinária à base da crustácea. Ao total, serão 28 restaurantes, oito instituições e mais de 400 pessoas envolvidas no evento.

Os estabelecimentos participantes apresentarão pratos especiais, com porções e preços diferenciados, tendo como base o caranguejo. Hambúrguer, pizza e até feijão de caranguejo são alguns dos pratos que serão servidos na arena.

“A ideia é explorar a criatividade dos estabelecimentos envolvidos e trazer novidade para o público. Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe e nada mais justo do que realizar um evento tendo esse como destaque. Temos os três primeiros dias na Arena Gastronômica, porém, após essa fase, o Festival segue nos bares e restaurantes até o dia 14”, explica o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho.

**Arena Gastronômica**  
Diferente da primeira edição, o Festival traz esse ano uma Arena com diversas atrações. Foi da mesa e engloba a cultura local, finalizando a importância do evento. “O acesso à Arena é totalmente gratuito e todos poderão participar da programação disponível. São oficinas, apresentações culturais como o tradicional barco de fogo da cidade de Estância, capim, o Festival das gastronomias, cultura, história, educação ambiental, aprendizado e

diversão”, explica o coordenador técnico da Semict, Fábio Andrade.

**Festival**  
O evento foi pensado em 2013 e ganhou forma com a sua realização em 2015. Para o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho, o Festival do Caranguejo tornou-se realidade graças a uma soma de esforços e, com a realização pela segunda vez consecutiva, a esperança é que o evento cresça e se torne referência. “Queremos um Festival feito com o maior número de estabelecimentos participando. O caranguejo é famoso no nosso Estado e sempre referência fora dele, por isso fazer um evento como esse é bom para uma divulgação dentro de Sergipe e fora do Estado”, diz Augusto, que foi um dos idealizadores.

Na primeira edição do evento foram envolvidos estabelecimentos de todos os cantos da cidade, fagocitando a ideia inicial que era deixar apenas na região da Passarela do Caranguejo. Foram mais de 40 bares e restaurantes de toda Aracaju com pratos especiais com preços promocionais. A data escolhida foi o feriado de 7 de setembro. “A ideia era aproveitar os turistas na cidade e já divulgar o evento. Fizemos uma abertura que contou com mil convidados e nos dias seguintes o festival invadiu a cidade. Todos que participarem gostaram muito. Atividades que com as inovações deste ano, temos um festival ainda melhor”, afirma Augusto Carvalho.

## JORNAL DA CIDADE

PMA faz Festival do Caranguejo. **Jornal da Cidade**, Aracaju, p. B-3, 01 ago. 2015.

### ARACAJU

## PMA faz festival do caranguejo

Aracaju vai promover o 1º Festival do Caranguejo, evento gastronômico promovido pela Prefeitura Municipal de Aracaju (PMA), por meio da Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), que acontece de 27 de agosto a 07 de setembro.

Durante 12 dias, cerca de 40 bares e restaurantes de Aracaju estarão com seus cardápios incrementados com pratos especiais criados exclusivamente para o festival tendo como principal ingrediente o crustáceo. Durante esse período, acontecerão nos estabelecimentos, também, apresentações culturais falan-

do a respeito do caranguejo com questões que vão da época do defeso à forma de consumo.

### Respeito

Para a realização desse festival, questões ambientais foram pontuadas, a exemplo da escolha da data que está fora da época do defeso - período em que a captura é proibida e a venda só é permitida para quem estocou o crustáceo. O respeito ao período é essencial para a reprodução dos animais e também para o equilíbrio do ecossistema dos manguezais.

A abertura acontece no dia 27 de agosto, na Passarela do Caranguejo, a partir das 19h.

O secretário municipal da Indústria, Comércio e Turismo, Walker Carvalho, fala da parceria firmada com a Caixa. “É com muita satisfação que recebemos essa parceria com a Caixa Econômica Federal, instituição bancária que valoriza os aspectos sociais e culturais de onde atua e em Aracaju não poderia ser diferente. Só veio somar ao festival para abrigá-lo ainda mais junto aos outros órgãos que já apoiam o evento. Faremos um festival para ficar no calendário anual de Aracaju”, disse Walker Carvalho. O festival tem o apoio, também, do Sebrae, Fecomércio, Universidade Tiradentes e Abrasel.



I Festival do Caranguejo começa dia 27. **Jornal da Cidade**, Aracaju, p. B3, 20 ago. 2015.

## GASTRONOMIA/ARACAJU

# I Festival do Caranguejo começa dia 27

Diversos pratos feitos de caranguejo serão apresentados aos sergipanos e turistas no I Festival do Caranguejo de Aracaju. O evento contará com a participação de 36 bares de toda a cidade e acontecerá entre os dias 27 de agosto e 7 de setembro. Para a Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), idealizadora do evento, o festival promete mostrar um pouco mais da cultura sergipana, abordar curiosidades, questões ambientais e movimentar o comércio e o turismo no Estado.

A Semict, com ajuda de diversos parceiros, estão fazendo uma ampla divulgação utilizando outdoors, panfletos, cartazes, redes sociais,

placas de sinalização, jogo americano, aventais e diversas outras ferramentas para levar o público a participar do festival. "O intuito da prefeitura é fomentar os restaurantes. A gente quer fazer com os pratos sejam divulgados e não só na abertura e durante o festival, mas durante todo ano. Vamos ter ações itinerantes nesses restaurantes, além da divulgação que ocorrerá na cidade, todos os pratos e restaurantes serão divulgados", explicou Fábio Andrade, consultor da Semict.

Segundo Andrade, foram investidos mais de R\$ 120 mil na realização do evento. "Todos os dias de festival teremos diversas atividades. Teremos o teatro da Secretaria de Meio Ambiente que falará sobre as

questões ambientais, defesa do caranguejo etc. Teremos apresentações de quadrilhas, de trio pé de serra, curiosidades nutricionais sobre o caranguejo, passeio ciclístico. São diversas atividades diárias que devem chamar atenção de toda a população para participar do evento", comentou.

O presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), Augusto José, disse que estava muito feliz com a realização do evento que há anos era idealizado. "Estamos ajustando alguns detalhes, mas o evento vai ser um marco para o Estado. Sem dúvida ele crescerá ainda mais a cada ano", disse.

A dona da Pastelaria da Jane, Maria Jane, vê no evento

uma oportunidade única para atrair turistas, movimentar o comércio e divulgar o crustáceo tão consumido em todo o Estado. "A iniciativa da prefeitura é ótima, podemos mostrar o que fazemos de bom e utilizando o caranguejo. Estou muito empolgada para participar do evento, Aracaju precisava de algo que ela pudesse ser lembrada anualmente. Tínhamos o caranguejo, mas não tínhamos algo que o colocasse em seu patamar. Agora não, com esse evento esperamos atrair cada vez mais pessoas para visitar a nossa cidade", opinou.

A programação completa dos bares participantes pode ser conferida nas redes sociais Instagram e Facebook: Festival do Caranguejo.

## FESTIVAL EM ARACAJU

# Caranguejo movimentando turismo gastronômico

A partir do final deste mês, os apaixonados por caranguejo e pela culinária sergipana terão um bom motivo para visitar dezenas de restaurantes, bares e lanchonetes de Aracaju. Do próximo sábado, 27 de agosto, a 7 de setembro acontece o primeiro Festival do Caranguejo de Aracaju. Nesta última quinta-feira, 19, o secretário municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict) do município de Aracaju, Walker Carvalho, lançou a programação completa do festival, no auditório do Centro Administrativo Prefeito Aloísio Campos.

A Prefeitura Municipal de Aracaju (PMA), por meio da Semict, irá oferecer, através da parceria com os bares e restaurantes da capital, um saboroso roteiro gastronômico com pratos cuja matéria prima principal é o caranguejo.

"O principal objetivo do festival é criar uma marca de um festival gastronômico na cidade, como observamos em outras cidades. Isso pode se tornar uma data fixa nas comemorações da cidade e um exemplo. O caranguejo sempre foi o crustáceo muito consumido em Aracaju e essa culinária sempre atraiu muitos turistas e amantes da comida e nesse sentido faremos uma boa repercussão de Aracaju", explica Walker Carvalho.

### PROGRAMAÇÃO

Com um investimento de R\$ 120.065,38, o festival contará com uma abertura para impen-

sa local e nacional no próximo sábado, 27, às 19h no estacionamento da Passarela do Caranguejo. Até o dia 7 de setembro haverá uma programação diária de apresentações culturais, teatrais itinerantes; passeio ciclístico no dia 29 de agosto na Orla de Aracaju; promoções; um vasto material publicitário e premiação para o melhor prato pelo curso de Gastronomia da Universidade Tiradentes (Unit).

Para o consultor especial da Semict, Fábio Andrade, esse evento é a cara da população aracajuana. "Nosso intuito é poder movimentar bares e restaurantes e criar aqui em Aracaju um festival gastronômico com a cara do povo aracajuano. Com esse festival nós vamos trazer o que temos melhor da nossa gastronomia. Muitos pratos foram elaborados, exclusivamente, para o festival e vamos ter uma programação vasta em todos os dias de festival como atrações culturais itinerantes, entre outras", conta.

### APOIO

O evento é uma realização da Prefeitura, juntamente com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Sebrae, com o apoio de vários órgãos locais. "Na verdade, esse desejo é antigo, pois sempre tivemos a vontade de fazer um festival que tivesse o caranguejo como tema. Foi um festival criado pela Abrasel junto com a Semict para marcar esse período em Aracaju

e criar mais uma opção para o morador e turista na nossa cidade. Então tudo vem a somar e nesse período faremos um belc festival", fala o presidente da Abrasel, Augusto Carvalho.

Salientar a importância do crustáceo para a gastronomia e para o curso é o que ressalta a coordenadora do Curso de Gastronomia da Unit, Kátia Souza. "Para a gente é um prazer participar, pois dentro do curso de gastronomia, a academia vem buscando mostrar a importância do caranguejo para Sergipe, pois é cultura. Além dessa importância a Unit fará a complementação do livro de receita e inserir os alunos nesse circuito na importância da cultura e na culinária. Tivemos a ideia para criar uma premiação para o melhor prato, mas todos vão receber um certificado de participação", diz.

O dono do restaurante Sec Inácio Bistrô, Bruno Dorea, acredita que o festival vai movimentar todos os cidadãos. "É muito bom participar desse festival, pois mesmo o Seo Inácio estando fora do roteiro turístico de Aracaju, é bom que ele abre um novo viés de onde a pessoa possa ir e se tornar um ponto turístico, por ser ali um conjunto de restaurantes bacanas. Vale a pena ressaltar a excelente iniciativa da Prefeitura, pois mexe com toda cidade - desde o cidadão, o empresário até o turista. É um ótimo pontapé inicial e espero que permaneça por muitos anos", finaliza.

CARANGUEJO movimentando

turismo gastronômico. **Jornal da Cidade**, Aracaju, p. 3, 23 e 24 ago. 2015.



FESTIVAL do Caranguejo destaca culinária local. **Jornal da Cidade**, Aracaju, p. B5, 29 ago. 2015.

IGUARIA RICA

## Festival do Caranguejo destaca culinária local

Em Sergipe é possível produzir, por semana, uma média de 100 mil caranguejos-uaí. Essa espécie de crustáceo vive no manguezal, contribuindo para que outras espécies da flora e da fauna obtenham nutrientes fundamentais para sua sobrevivência. Apesar de bastante conhecido como uma iguaria em regiões litorâneas, pouco conhecida como vivente, se reproduzem na do que se alimentam. Na noite desta quinta-feira, 27, foi aberto o 1º Festival do Caranguejo. O evento foi na Passarela do Caranguejo, na Orla de Aracaju.

O Brasil é o país que possui a maior extensão de ecossistema manguezal. De acordo com o artigo publicado pelos pesquisadores Edson Barbieri e Jocemar Tomazini, do Núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento do Litoral Sul de Caranata, em São Paulo, essa área tem 25 mil quilômetros quadrados distribuídos em mais de 7 mil quilômetros de orla litorânea.

É na beleza do mangue que diversas espécies da flora e fauna encontram nutrientes importantes para sua sobrevivência e condições para iniciarem seus ciclos de vida, desovando no estuário. Através também do ecossistema está a alta produtividade pesqueira, através da caça de caranguejos. No Brasil, Sergipe se destaca nesta produção. Por isso, que órgãos ambientais têm papel fundamental na proteção do Uidre costeira, conhecido como caranguejo-uaí.

O Município de Aracaju possui uma lei dedicada à proteção do caranguejo-uaí, que é a Lei 2.877/2000, que propõe ações educativas e estudos nas comunidades tradicionais e nas escolas de ensino fundamental. Nesse sentido, a Secretaria do Meio Ambiente de Aracaju tem se empenhado em mostrar como o caranguejo-uaí é importante para o equilíbrio do ecossistema, uma vez que ele contribui com outros seres vivos, inclusive, o homem. Nossa intenção é sempre mostrar que é possível ter uma convivência harmônica entre homem e natureza. Por isso, que se deve respeitar quando estão na troca de muda e na reprodução, quando infestado pelo Boma, o chamado período de defesa", ressalta a coordenadora de Educação Ambiental da Sema, Alana Vasconcelos.

O Festival do Caranguejo, que segue até 7 de setembro, conta com a participação de 36 estabelecimentos, entre bares e restaurantes, espalhados por Aracaju. Nesses locais, o visitante terá no cardápio pratos exclusivos feitos do crustáceo mais popular da cidade.

▼ EVENTO QUE REÚNE 36 ESTABELECIMENTOS, ENTRE BARES E RESTAURANTES E APRESENTA PRATOS EXCLUSIVOS FEITOS DO CRUSTÁCEO TÃO POPULAR

GASTRONOMIA

## Festival do Caranguejo começa hoje

O caranguejo pode ser considerado a grande manja do sergipano à mesa. Aproveitar uma coxinha, um caldinho, um pastel ou o crustáceo com pinho e vinagrete é um hábito que o povo local não dispensa. Por isso, a capital sergipana recebe pela segunda vez o Festival do Caranguejo. O evento é realizado pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes Sergipe (Abrasel-SE), Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), começa nesta quinta-feira, 3, e segue até o dia 14.

Nos três primeiros dias do evento, de 3 a 5, o festival acontece na Arena Gastronômica, que será montada no estacionamento em frente à Passarela do Caranguejo, a partir das 18 horas. Serão dias de muita cultura e boa culinária à base do crustáceo. Ao total, serão 26 restaurantes, oito instituições e mais de 400 pessoas envolvidas no evento.

Os estabelecimentos participantes apresentarão pratos especiais, com porções e preços diferenciados, tendo como base o caranguejo. Hambúrguer, pizza e até feijão de caranguejo são alguns dos pratos que serão servidos na arena.

A ideia é explorar a criatividade dos estabelecimentos



CARDÁPIO dos restaurantes terão a iguaria caranguejo como requisito

envolvidos e trazer novidade para o público. Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe e nada mais justo do que realizar um evento tendo ele como destaque. Teremos os três primeiros dias na Arena Gastronômica, porém, após essa fase, o festival segue nos bares e restaurantes até o dia 14", explica o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho.

**Arena Gastronômica**

Diferente da primeira edição, o festival traz esse ano uma Arena com diversas atrações. Sai da mesa e engloba a cultura local, fortalecendo

a importância do evento. "O acesso à Arena é totalmente gratuito e todos poderão participar da programação disponível. São oficinas, apresentações culturais como o tradicional barco de fogo da cidade de Estância, e, enfim, o festival traz gastronomia, cultura, história, educação ambiental, aprendizado e diversão", explica o coordenador Técnico da Semict, Fábio Andrade.

**Festival**

O evento foi pensado em 2013 e ganhou forma com a sua realização em 2015. Para o presidente da Abrasel-SE,

Augusto Carvalho, o Festival do Caranguejo tornou-se realidade graças a uma soma de esforços e, com a realização pelo segundo ano consecutivo, a esperança é que o evento cresça e se torne referência. "Queremos um festival forte com o maior número de estabelecimentos participando. O caranguejo é famoso no nosso Estado e somos referência fora dele, por isso fazer um evento como esse é bom para uma divulgação dentro de Sergipe e fora do Estado", diz Augusto, que foi um dos idealizadores.

Na primeira edição do evento foram envolvidos estabelecimentos de todos os cantos da cidade, fugindo à ideia inicial que era deixar apenas na região da Passarela do Caranguejo. Foram mais de 40 bares e restaurantes de toda Aracaju com pratos especiais com preços promocionais. A data escolhida foi o feriado de 7 de setembro. "A ideia era aproveitar os turistas na cidade e já divulgar o evento. Fizemos uma abertura que contou com mil convidados e nos dias seguintes o festival invadiu a cidade. Todos que participaram gostaram muito. Acreditamos que com as inovações deste ano teremos um festival ainda melhor", afirma Augusto Carvalho.

FESTIVAL do Caranguejo começa hoje. **Jornal da Cidade**, Aracaju, p. B-4, 03 ago. 2016.

FESTIVAL do Caranguejo continua até o dia 14. **Jornal da Cidade**, Aracaju, B-3, 04 ago. 2016.



EVENTO começou na Arena Gastronômica, na Orla de Atalaia

## GASTRONOMIA

# Festival do Caranguejo continua até o dia 14

O caranguejo pode ser considerado a grande mania do sergipano à mesa. Aproveitar uma casquinha, um caldinho, um pastel ou o crustáceo com pirão e vinagrete é um hábito que o povo local não dispensa. Por isso, a capital sergipana recebe pela segunda vez o Festival do Caranguejo. O evento, realizado pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Sergipe (Abrasel-SE), Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), começou ontem e segue até o dia 14.

Nos três primeiros dias do evento, de 3 a 5, o festival acontece na Arena Gastronômica, amada no estacionamento em frente à Passarela do Caranguejo, a partir das 18 horas. Serão dias de muita cultura e boa culinária à base do crustáceo. Ao total, serão 26 restaurantes, oito instituições e mais de 400 pessoas envolvidas no evento.

Os estabelecimentos participantes apresentarão pratos especiais, com porções e preços diferenciados, tendo como base o caranguejo. Hambúrguer, pizza e até feijoada de caranguejo são alguns dos pratos servidos na arena.

"A ideia é explorar a criatividade dos estabelecimentos envolvidos e trazer novidade para o público. Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe e nada mais justo do que realizar um evento tendo ele como destaque. Teremos os três primeiros dias na Arena Gastronômica, porém, após essa fase o festival segue nos bares e restaurantes até o dia 14", explica o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho.

## Arena Gastronômica

Diferente da primeira edição, o festival traz esse ano uma arena com diversas atrações. Sai da mesa e engloba a cultura local, fortalecendo a importância do evento. "O acesso à arena é totalmente gratuito e todos poderão participar da programação disponível. São oficinas, apresentações culturais como o tradicional barco de fogo da cidade de Estância, enfim, o festival traz gastronomia, cultura, história, educação ambiental, aprendizado e diversão", explica o coordenador técnico da Semict, Fábio Andrade.

## Festival

O evento foi pensado em 2013 e ganhou forma com a sua realização em 2015. Para o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho, o Festival de Caranguejo tornou-se realidade graças a uma soma de esforços e, com a realização pelo segundo ano consecutivo, a esperança é que o evento cresça e se torne referência. "Queremos um festival forte com o maior número de estabelecimentos participando. O caranguejo é famoso no nosso Estado e somos referência fora dele, por isso fazer um evento como esse é bom para uma divulgação dentro de Sergipe e fora do Estado", diz Augusto, que foi um dos idealizadores.

Na primeira edição do evento foram envolvidos estabelecimentos de todos os cantos da cidade, fugindo à ideia inicial que era deixar apenas na região da Passarela do Caranguejo. Foram mais de 40 bares e restaurantes de toda a Aracaju com pratos especiais com preços promocionais. A data escolhida foi o feriado de 7 de setembro. "A ideia era aproveitar os turistas na cidade e já divulgar o evento. Fizemos uma abertura que contou com mil convidados e nos dias seguintes o festival invadiu a cidade. Todos que participaram gostaram muito. Acreditamos que com as inovações deste ano teremos um festival ainda melhor", afirma Augusto Carvalho.



## JORNAL DO DIA

FESTIVAL do Caranguejo vai movimentar economia e turismo gastronômico em Aracaju. **Jornal do Dia**, Aracaju, p. 07, 21 ago. 2015.

### Festival do Caranguejo vai movimentar economia e turismo gastronômico de Aracaju

A partir do final deste mês, os apaixonados por caranguejo e pela culinária sergipana terão um bom motivo para visitar dezenas de restaurantes, bares e lanchonetes de Aracaju. De 27 de agosto a 7 de setembro acontece o primeiro Festival do Caranguejo de Aracaju. Nesta quinta-feira, o secretário municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Walker Carvalho, lançou a programação completa do festival, no auditório do Centro Administrativo Prefeito Aloísio Campos.

A Prefeitura Municipal de Aracaju (PMA), por meio da Semict, irá oferecer, através da parceria com os bares e restau-

rantes da capital, um verdadeiro e saboroso roteiro gastronômico com pratos cuja matéria prima principal é o caranguejo.

"O principal objetivo do festival é criar uma marca de um festival gastronômico na cidade, como observamos em outras cidades. Isso pode se tornar uma data fixa nas comemorações da cidade e um exemplo. O caranguejo sempre foi o crustáceo muito consumido em Aracaju e essa culinária sempre atrai muitos turistas e amantes da comida e nesse sentido faremos uma boa repercussão de Aracaju", explica Walker Carvalho.

### Bares e restaurantes de Aracaju realizam Festival do Caranguejo

Aracaju está promovendo no período de 27 de agosto a 07 de setembro o Festival do Caranguejo, com a participação de 36 empreendimentos. Durante 12 dias, os bares e restaurantes de Aracaju estarão com seus cardápios incrementados com pratos especiais criados exclusivamente para o Festival, tendo como principal ingrediente o crustáceo.

Trata-se de uma ação promovida pela Prefeitura de Aracaju, por meio da Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), em parceria com o Sebrae e Abrasel. A abertura oficial acontece nesta quinta-feira, 27, às 19h, no Estacionamento da Passarela do Caranguejo, Orla de Atalaia.

Ao final do Festival do Caranguejo será emitido certificado entre os restaurantes participantes para as categorias: Melhor Receita; Criatividade; Sabor e Apresentação.

Apoiam a iniciativa o

Fecomércio, Caixa Econômica Federal, Net, Governo Federal, Skol, Massas Mago, Unit e Sergipe Gourmet.

**Atrações** - Durante o período de Festival, acontecerá nos estabelecimentos apresentações de quadrilha junina, Robertinho dos 8 baixos acompanhado de casal de dançarinos e show musical de Fábio Lima. Também acontecerão apresentações do Teatro Ambiental da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, com encenações voltadas para o caranguejo, que abordam questões que vão da época do defeso à forma de consumo.

Já no dia 29 de agosto acontecerá um passeio ciclístico, às 16h na Passarela do Caranguejo, fazendo parte das atividades do festival. "O Caranguejo sempre foi uma das nossas principais atrações gastronômicas, uma referência para o Estado, nada mais justo do que promover um Festival dedicado ao crustáceo", explica Emanuel Sobral, superintendente do Sebrae.

BARES e Restaurantes de Aracaju realizam Festival do Caranguejo. **Jornal do Dia**, Aracaju, p. 07, 27 ago. 2015.

COMEÇA hoje em Aracaju o Festival do Caranguejo. **Jornal do Dia**, Aracaju, p. 07, 03 ago. 2016.

## Começa hoje em Aracaju o Festival do Caranguejo

O caranguejo pode ser considerado a grande mania do sergipano à mesa. Aproveitar uma casquinha, um caldinho, um pastel ou, e principalmente, o crustáceo com pirão e vinagrete é um hábito que o povo local não dispensa. Por isso, a capital sergipana recebe pela segunda vez o Festival do Caranguejo. O evento, realizado pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - Seccional Sergipe (Abrasel-SE), Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), começa nesta quarta-feira, 3, e segue até o dia 14.

Nos três primeiros dias do evento, de 3 a 5, o Festival acontece na Arena Gastronômica, que será montada no estacionamento em frente à Passarela do Caranguejo, a partir das 18 horas. Serão dias de muita cultura e boa culinária à base do crustáceo. Ao total, serão 26 restaurantes, oito instituições e mais de 400 pessoas envolvidas no evento.

Os estabelecimentos participantes apresentarão pratos especiais, com porções e preços dife-

renciados, tendo como base o caranguejo. Hambúrguer, pizza e até feijoada de caranguejo são alguns dos pratos que serão servidos na arena.

"A ideia é explorar a criatividade dos estabelecimentos envolvidos e trazer novidade para o público. Caranguejo é quase uma unanimidade em Sergipe e nada mais justo do que realizar um evento tendo ele como destaque. Teremos os três primeiros dias na Arena Gastronômica, porém, após essa fase, o Festival segue nos bares e restaurantes até o dia 14", explica o presidente da Abrasel-SE, Augusto Carvalho.

Diferente da primeira edição, o Festival traz esse ano uma Arena com diversas atrações. Sai da mesa e engloba a cultura local, fortalecendo a importância do evento. "O acesso à Arena é totalmente gratuito e todos poderão participar da programação disponível. São oficinas, apresentações culturais como o tradicional barco de fogo da cidade de Estância, enfim, o Festival traz gastronomia, cultura, história, educação ambiental, aprendizado e diversão", explica o coordenador técnico da Semict, Fábio Andrade.

## Festival do Caranguejo tem segunda fase

Após três dias com grande público na Arena Gastronômica, montada na Orla da Atalaia, o Festival do Caranguejo continua em 24 bares e restaurantes espalhados pela capital. As receitas criadas especialmente para o evento são servidas com preços diferenciados até o próximo domingo, dia 14.

"Nesta segunda edição buscamos inovar com a Arena, mas neste segundo momento o festival passa para uma outra fase. É levado para os estabelecimentos fortalecendo o crescimento do evento", explica o presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - Seccional Sergipe (Abrasel-SE), Augusto Carvalho.

Realizado pela Abrasel, pela Secretaria Municipal da Indústria, Co-

mércio e Turismo (Semict) e pelo Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o Festival busca fomentar a economia, a cultura e o turismo da capital.

"Aracaju está recebendo muitos turistas que estão chegando para prestigiar o festival. Além da gastronomia, o público aprovou a programação cultural que contou com apresentações musicais com reisado, samba de coco, MPB e forró. O festival é o maior evento gastronômico de Sergipe, movimenta a economia e gera emprego", destacou Fábio Andrade, consultor da Secretaria.

Além dos deliciosos pratos, o festival leva para as ruas o 'Caranguejo Móvel'. O veículo percorre a Orla da Atalaia, animando turistas e aracajuanos.

Festival do Caranguejo tem segunda fase. **Jornal do Dia**, Aracaju, p. 12, 10 ago. 2016.



LANÇADA programação do Festival do Caranguejo em Aracaju. Economia, **Portal Infonet**, Aracaju, 19 ago. 2015. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/economia/lancada-programacao-do-festival-do-caranguejo-em-aracaju/>. Acesso em: 19 jul. 2019.

## Lançada programação do Festival do Caranguejo em Aracaju

em 19 ago. 2015 0 00

ECONOMIA

Compartilhar



Walker Carvalho "Não se tem uma data fixa nas comemorações da cidade" (Foto: Marcos Ruyter/Rede)

A partir da final deste mês, os apaixonados por caranguejo e pela culinária sergipana terão um bom motivo para visitar dezenas de restaurantes, bares e lanchonetes de Aracaju. De 27 de agosto a 7 de setembro acontece o primeiro Festival do Caranguejo de Aracaju. Nesta quinta-feira, 19, o secretário municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Walker Carvalho, lançou a programação completa do festival, no auditório do Centro Administrativo Prefeito Aloísio Campos.

A Prefeitura Municipal de Aracaju (PMA), por meio da Semict, irá oferecer, através da parceria com os bares e restaurantes da capital, um verdadeiro e saboroso roteiro gastronômico com pratos cuja matéria prima principal é o caranguejo.

"O principal objetivo do festival é criar uma marca de um festival gastronômico na cidade, como observamos em outras cidades. Isso pode se tornar uma data fixa nas comemorações da cidade e um exemplo. O caranguejo sempre foi o crustáceo muito consumido em Aracaju e essa culinária sempre atrai muitos turistas e amantes da comida e nesse sentido faremos uma boa repercussão de Aracaju", explica Walker Carvalho.

### Programação



## POSTS RELACIONADOS



**Glória registra segundo caso de Covid-19; número em SE sobe para 42**



**Pandemia compromete ano letivo nas escolas de Sergipe**



**Chef de cozinha distribui maminhas para pessoas em situação de rua**

Com um investimento de R\$ 120.065,38, o festival contará com uma abertura para imprensa local e nacional no próximo dia, 27, às 19h no estacionamento da Pastorela do Caranguejo. Até o dia 7 de setembro haverá uma programação diária de apresentações culturais, teatrais itinerantes; passeio ciclístico no dia 29 de agosto na Orla de Aracaju; promoções; um vasto material publicitário e premiação para o melhor prato pelo curso de Gastronomia da Universidade Tiradentes (Unit).

Para o consultor especial da Semict, Fábio Andrade, esse evento é a cara da população aracajuana. "Nosso intuito é poder movimentar bares e restaurantes e criar aqui em Aracaju um festival gastronômico com a cara do povo aracajuano. Com esse festival nós vamos trazer o que temos melhor da nossa gastronomia. Muitos pratos foram elaborados, exclusivamente, para o festival e vamos ter uma programação vasta em todos os dias de festival como atrações culturais itinerantes, entre outras", conta.

**Apoio**

O evento é uma realização da Prefeitura, juntamente com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Sebrae, com o apoio de



Relembração aconteceu na tarde desta quarta-feira, 19

vários órgãos locais. "Na verdade esse desejo é antigo, pois sempre tivemos a vontade de fazer um festival que tivesse o Caranguejo como tema. Foi um festival criado pela Abrasel junto com a Semict para marcar esse período em Aracaju e criar mais um opção para o morador e turista na nossa cidade. Então tudo vem a somar e nesse período faremos um belo festival", fala o presidente da Abrasel, Augusto Carvalho.

Fonte: Ascom FMA

FESTIVAL do Caranguejo começa nesta quinta-feira. Economia, **Portal Infonet**, Aracaju, 26 ago. 2015. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/economia/festival-do-caranguejo-comeca-nesta-quinta-feira/>. Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo começa nesta quinta-feira

em 27 ago, 2015 0 00

ECONOMIA

Compartilhar



0



Abertura será hoje (Foto: Ascom)

A Prefeitura de Aracaju através da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), realiza amanhã, 27, a abertura do Festival do Caranguejo. O evento acontecerá de 27 de agosto a 7 de setembro e tem a participação de 36 restaurantes sergipanos. No sábado, 29, dentro da programação do Festival, haverá um passeio ciclístico saindo da Passarela do Caranguejo, na Orla de Atalaia.

O consultor da Semict, Fábio Andrade, conta que toda a cidade está movimentada para o evento. "Toda a cidade já está envolvida com o Festival, a gente vê sinalização em toda a cidade. Estamos na Orla, na Passarela do Caranguejo, Inácio Barbosa, avenida Beira Mar. O sucesso está sendo, também, o martelo no Caranguejo Gigante, uma das coisas que inventamos agora com o Festival para movimentar e deixar aracajuano e turistas no clima do evento. E as pessoas vão ver muito mais agora nos bares", disse Fábio.

Fábio explica, ainda, que todos os restaurantes que participam do Festival estarão padronizados. "Os bares e restaurantes terão umas placas bem elaboradas, os garçons com os aventais, os displays de mesa, uma série de coisas que a gente produziu. Todos os pratos servidos no Festival terão um Jogo americano com informações sobre o Caranguejo Sã (sobre o tipo de vitamina que ele tem), pois a gente está indo além de um festival gastronômico: vamos buscar levar para população informação sobre o crustáceo que é a cara da cidade", comenta.

### Parceria e cultura

Através da parceria com a Universidade Tiradentes (Unit), o Festival terá um livro de receitas com todos os pratos participantes. "Amanhã será também o lançamento de um livro de receitas com todos os 36 pratos. Ainda teremos apresentações culturais, não só na recepção, mas uma quadrilha junina, numa parceria com Sebrae e Abrasel", fala Fábio Andrade.

Fábio ainda ressalta que todas as pessoas envolvidas estão bem participativas no evento, que será a marca registrada na gastronomia da cidade. "Todos estão bem participativos, entusiasmados. Acho que nós vamos ter não só aqui na abertura, a imprensa presente, mas nós vamos ter também a população sergipana e os turistas em um tour gastronômico durante esses doze dias de evento. O nosso intuito é que as pessoas possam conhecer esses pratos que a gente vai divulgar aqui amanhã", conclui.

Fonte: Ascom Semict

### POSTS RELACIONADOS



Glória registra segundo caso de Covid-19; número em SE sobe para 42



Pandemia compromete ano letivo nas escolas de Sergipe



Chef de cozinha distribui marmitta para pessoas em situação de rua



PREFEITO abre Festival do Caranguejo para a imprensa. **Portal Infonet**, Aracaju, 27 ago. 2015. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/economia/prefeito-abre-festival-do-caranguejo-para-a-imprensa/>. Acesso em: 19 jul. 2019.

## Prefeito abre Festival do Caranguejo para a imprensa

em: 27 ago, 2015 9:00

ECONOMIA

Compartilhar



0



Prefeito João Alves Filho agradece a presença da imprensa (Foto: Divulgação PHA)

Foi aberto na noite desta quinta-feira, 27, o **Festival do Caranguejo**, realizado pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo até o próximo dia 7 de setembro. O evento contará promoções e premiação para o melhor prato, pelo curso de Gastronomia da Universidade Tiradentes (Unit).

A abertura do evento na Passarela do Caranguejo foi feita pelo prefeito João Alves Filho e pelo secretário da Indústria, Comércio e Turismo, Walker Carvalho, que destacaram para a imprensa, a importância do festival para a economia e o investimento de mais de 120 mil reais.

### POSTS RELACIONADOS



Glória registra segundo caso de Covid-19; número em SE sobe para 42



Pandemia compromete ano letivo nas escolas de Sergipe

No cardápio oferecido aos profissionais da imprensa, várias novidades a exemplo de sushis, tapiocas, escondidinhos, tudo feito com caranguejo.

O Festival do Caranguejo prossegue até o dia 7 de setembro, com a participação de 36 restaurantes sergipanos. No sábado, 29, dentro da programação do Festival, haverá um passeio ciclístico saindo da Passarela. Através da parceria com a Universidade Tiradentes (Unit), o Festival também lançará um livro de receitas com todos os pratos participantes. O evento contará ainda com apresentações culturais e quadrilhas juninas, numa parceria com Sebrae e Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel).

Por Aldaci de Souza



FESTIVAL do Caranguejo começa nesta quarta-feira, 3. Cultura. **Portal Infonet**, Aracaju, 03 ago. 2016. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/cultura/festival-do-caranguejo-comeca-nesta-quarta-feira-3/>. Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo começa nesta quarta-feira, 3

03 ago, 2016 0:00

CULTURA

Compartilhar



Até o dia 14, o evento prossegue em cada estabelecimento (Foto: Serrit)

Sergipanos e turistas que estiverem em Aracaju vão ficar de água na boca. Isso será possível graças a realização da segunda edição do Festival do Caranguejo, que começa nessa quarta-feira, 3 de agosto, às 18h. A Passarela do Caranguejo será o palco de abertura do Festival, durante os dias 03, 04 e 05 de Agosto, com o espaço aberto das 18h às 23h. Nos outros dias, até 14 de Agosto, o evento prossegue em cada estabelecimento participante.

"Os empreendimentos que aderiram ao Festival estarão devidamente sinalizados e recebendo ações itinerantes, que atrairão muito mais visitantes e turistas para conhecer e degustar os pratos demonstrativos do Festival", explica a analista do Sebrae, Bianca Faria.

### POSTS RELACIONADOS



Força Aérea abre 252 vagas para o Curso de Formação de Sargentos



Marinha do Brasil abre 90 vagas para nível técnico



CREA-GO abre inscrições para cargos de nível médio e superior

Na área gastronômica da Abertura, localizada no Estacionamento da Passarela do Caranguejo, o evento mantém o molde do ano anterior, mas numa escala maior, envolvendo além da estrutura, espaços interativos, de entretenimento, conhecimento e experiência. Os restaurantes participantes estarão servindo degustações e porções pequenas, a preços acessíveis, na Arena, ponto principal do evento.

Além dos stands gastronômicos, terão vários outros espaços que levarão o visitante a experimentar o evento não somente pelo paladar. Haverá Espaço para artesanato, Espaço para o Meio Ambiente e o caranguejo em seu habitat natural;

Espaço Kids Carangá; Espaço para Oficinas Gastronômicas em uma Unidade Móvel, totalmente equipada; Palco para Shows, Apresentações culturais e folclóricas voltadas para o tema principal, Espaço para Patrocinadores, etc.

Fonte: Sebrae

COMEÇA segunda fase do Festival do Caranguejo nos bares. Cultura. **Portal Infonet**, Aracaju, 08 ago. 2016. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/cultura/comeca-segunda-fase-do-festival-do-caranguejo-nos-bares/>. Acesso em: 19 jul. 2019.

## Começa segunda fase do Festival do Caranguejo nos bares

08 ago, 2016 0:00

CULTURA

Compartilhar



0



Evento que teve início no dia 3, segue até próximo domingo, 14. (Foto: Semict)

A segunda fase do Festival do Caranguejo começou no fim de semana nos bares e restaurantes com ações itinerantes com música e teatro. O evento que é realizado pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), começou no dia 3 e segue até este domingo, 14.

A primeira fase ocorreu na Arena Gastronômica que foi montada no estacionamento da passarela que leva o nome do crustáceo, localizada na Orla da Atalaia, em Aracaju. Os 26 bares e restaurantes credenciados apresentaram seus pratos com a iguaria e comemoraram o sucesso das vendas.

"O público aprovou e superou expectativas. A primeira etapa foi um sucesso e recebemos uma grande quantidade de visitantes nos primeiros três dias. Quase todos os pratos foram vendidos. O festival movimentou toda a cidade. Aracaju está recebendo muitos turistas que estão chegando para prestigiar o festival. Além da gastronomia, o público aprovou a programação cultural que contou com apresentações musicais com reisado, samba de coco, MPB e forró. As oficinas gastronômicas também foram muito procuradas. A primeira fase contou ainda com artesanato, espaço kids e ações de conscientização ambiental do Projeto Tamar. O festival é o maior evento gastronômico de Sergipe, movimentando a economia e gera emprego", comemora o consultor da Semict, Fábio Andrade.

Os aracajuanos e turistas entraram no clima do Festival do Caranguejo com ações itinerantes que foram realizadas nos bares e restaurantes neste fim de semana com o autêntico forró e apresentações teatrais.

### POSTS RELACIONADOS



Força Aérea abre 252 vagas para o Curso de Formação de Sargentos

"Cheguei na cidade na quinta-feira e tudo que vejo aqui tem caranguejo. A cidade está mais bonita com essa energia do festival. Adoro caranguejo e estou provando de tudo", vibra a professora Maria Júlia, de Minas Gerais.



UFPEL



Marinha do Brasil abre 90 vagas para nível técnico



CREA-GO abre inscrições para cargos de nível médio e superior

### Caranguejo Móvel

Além de degustar saborosos pratos no Festival do Caranguejo, os turistas que estão em Aracaju estão se divertindo no Caranguejo Móvel. O veículo percorre a Orla da Atalaia e contagia os passageiros com o clima sergipano: o autêntico forró.

"A gente entra no clima da festa desde o Caranguejo Móvel.

Nunca vi nada parecido e estou amando tudo. Estou visitando Aracaju pela primeira vez e já quero voltar. Aprovei todos os pratos com caranguejo que provei e não esperava encontrar uma grande variedade assim", elogia a professora Tereza Moura, de Santa Catarina.

O turista de Pernambuco, João Silveira, também aprovou uma das novidades desta edição do Festival do Caranguejo. "Já estive algumas vezes em Aracaju mas sempre encontro novidades. Achei tudo de muito bom gosto. O caranguejo está em todos os lugares da cidade", diverte-se.

O evento conta com apoio da Fecomercio, Banco do Nordeste, Fundat, Funcaju, Projeto Tamar, Unit, Massas Mago, ABH e Sergipe Gourmet.

Fonte: Semict

FESTIVAL do Caranguejo termina neste domingo Cultura. **Portal Infonet**, Aracaju, 12 ago. 2016. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/cultura/festival-do-caranguejo-termina-neste-domingo/>. Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo termina neste domingo

12 ago, 2016 9:00

CULTURA

Compartilhar



0



Festival segue até domingo, 14 (foto: Semict)

A segunda edição do Festival do Caranguejo termina neste domingo, 14, nos bares e restaurantes com ações itinerantes com música e teatro. O evento que é realizado pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), começou no dia 3 de agosto.

A primeira fase ocorreu na Arena Gastronômica que foi montada no estacionamento da passarela que leva o nome do crustáceo, localizada na Orla da Atalaia, em Aracaju. Os 26 bares e restaurantes credenciados apresentaram seus pratos com a iguaria e comemoraram o sucesso das vendas.

"O público aprovou e superou expectativas. A primeira etapa foi um sucesso e recebemos uma grande quantidade de visitantes nos primeiros três dias. Quase todos os pratos foram vendidos. O festival movimenta toda a cidade. Aracaju está recebendo muitos turistas que estão chegando para prestigiar o festival. Além da gastronomia, o público aprovou a programação cultural que contou com apresentações musicais com reisado, samba de coco, MPB e forró. As oficinas gastronômicas também foram muito procuradas. A primeira fase contou ainda com artesanato, espaço kids e ações de conscientização ambiental do Projeto Tamar. O festival é o maior evento gastronômico de Sergipe, movimenta a economia e gera emprego", comemora o secretário da Semict, Fábio Andrade.

Os aracajuanos e turistas entraram no clima do Festival do Caranguejo com ações itinerantes que foram realizadas nos bares e restaurantes neste fim de semana com o autêntico forró e apresentações teatrais.

#### POSTS RELACIONADOS



Força Aérea abre 252 vagas para o Curso de Formação de Sargentos



Marinha do Brasil abre 90 vagas para nível técnico



CREA-GO abre inscrições para cargos de nível médio e superior

"Cheguei na cidade na quinta-feira e tudo que vejo aqui tem caranguejo. A cidade está mais bonita com essa energia do festival. Adoro caranguejo e estou provando de tudo", vibra a professora Maria Júlia, de Minas Gerais.

#### Caranguejo Móvel

Além de degustar saborosos pratos no Festival do Caranguejo, os turistas que estão em Aracaju estão se divertindo no Caranguejo Móvel. O veículo percorre a Orla da Atalaia e contagia os passageiros com o clima sergipano: o autêntico forró.

"A gente entra no clima da festa desde o Caranguejo Móvel.

Nunca vi nada parecido e estou amando tudo. Estou visitando Aracaju pela primeira vez e já quero voltar. Aprovei todos os pratos com caranguejo que provei e não esperava encontrar uma grande variedade assim", elogia a professora Tereza Moura, de Santa Catarina.

O turista de Pernambuco, João Silveira, também aprovou uma das novidades desta edição do Festival do Caranguejo. "Já estive algumas vezes em Aracaju mas sempre encontro novidades. Achei tudo de muito bom gosto. O caranguejo está em todos os lugares da cidade", diverte-se.

O evento conta com apoio da Fecomercio, Banco do Nordeste, Fundat, Funcaju, Projeto Tamar, Unit, Massas Mago, ABIH e Sergipe Gourmet.

Fonte: Semict

FESTIVAL do Caranguejo: melhores serão conhecidos dia 24. Cultura. **Portal Infonet**, Aracaju, 23 ago. 2016. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/cultura/festival-do-caranguejo-melhores-serao-conhecidos-dia-24/>. Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo: melhores serão conhecidos dia 24

em 23 ago. 2016 0:00

Compartilhar



CULTURA

0



Solenidade vai acontecer às 15h30 na Unit da Farolândia (Foto: Semict)

Uma solenidade que vai homenagear 'Os melhores do Festival do Caranguejo', vai encerrar com chave de ouro a segunda edição do evento a partir das 15h30 desta quarta-feira, 24, no Campus II da Universidade Tiradentes localizada no Bairro Farolândia, em Aracaju.

Os estudantes do curso de gastronomia foram os responsáveis em experimentar e eleger os melhores pratos. Um veículo de comunicação também será homenageado representando todos do estado que colaboraram com a divulgação e sucesso do festival.

A segunda edição do Festival do Caranguejo foi encerrada no domingo, 14, e os proprietários dos 26 bares e restaurantes que participaram comemoraram os resultados. O evento que atraiu turistas e movimentou a economia de Aracaju foi realizado pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O festival foi aberto no dia 3 de agosto com a Arena Gastronômica que foi montada na passarela que leva o nome do crustáceo, na Orla da Atalaia, e seguiu nos estabelecimentos.

"O festival foi um sucesso, movimentou todos os bares e restaurantes envolvidos e gerou recursos. Foi a maior fonte de renda dos restaurantes neste mês. Além de aquecer a economia, o festival ofereceu cultura e informação aos aracajuanos e turistas, através da programação musical, conscientização sobre a importância de preservar o meio ambiente, realização de oficinas gastronômicas e programação para crianças", comemora o secretário da Semict, Fábio Andrade.



Os estabelecimentos credenciados foram identificados através de mapas, placas e displays de mesa. "Tudo foi bem sinalizado e atraiu os turistas. O festival foi reconhecido nacionalmente e muitos estados estão observando Aracaju como modelo para fazer algo semelhante. Criamos oportunidades para o turismo desenvolver também na área gastronômica. A Semict conseguiu mais uma vez com o apoio de todos os parceiros realizar com sucesso mais este evento", completa Fábio.

A movimentação do festival começou antes. "As pessoas já estavam ligando para o restaurante querendo saber mais sobre nosso prato que foi divulgado, 'Cestinha de caranguejo com queijo'. A procura foi muito grande e ficamos satisfeitos com o evento, nossas expectativas foram superadas. O restaurante fica na Orla da Atalaia e tem apenas dois meses. Foi a melhor forma que encontramos para divulgar e apresentar à população", vibra a gerente do Algo Mais, Tamara Nascimento, gerente do Restaurante Algo Mais.

Festival

#### POSTS RELACIONADOS



Força Aérea abre 252 vagas para o Curso de Formação de Sargentos



Marinha do Brasil abre 90 vagas para nível técnico



CREA-QO abre inscrições para cargos de nível médio e superior

Em Aracaju, o caranguejo tem passarela para desfilar e até um festival gastronômico em sua homenagem. A Iguaria faz parte da cultura do aracajuano e turistas que se reúnem para comer caranguejo e se confraternizar.

A primeira etapa do festival foi realizada nos três primeiros dias, quando sergipanos e turistas apreciaram as delícias na Arena Gastronômica, que ficou montada em frente à Passarela do Caranguejo. Bares e restaurantes apresentaram seus pratos especiais, em porções menores e a um preço simbólico. Lá também foram realizadas oficinas culinárias, apresentações culturais e shows.

Nos estandes, houve espaço educativo-ambiental para crianças, artesanato sergipano e lançamento da grife e do livro de receitas do festival. Além do capricho na escolha do cardápio e na preparação, a apresentação dos pratos foi um capítulo à parte. Na segunda etapa, os bares e restaurantes participantes ofereceram as opções criativas em seus endereços.

"Mais de 400 pessoas foram envolvidas no festival, que coloca o mês de agosto no calendário turístico. Normalmente, o período é de baixa temporada, mas em função do festival, agências turísticas de estados vizinhos, como a Bahia, venderam pacotes de viagem direcionados para o período na capital sergipana", explica Fábio Andrade.

#### Caranguejo Móvel

Além de degustar saborosos pratos no Festival do Caranguejo, os turistas que estiveram em Aracaju se divertiram no Caranguejo Móvel. O veículo percorreu a Orla da Atalaia e contagiou os passageiros com o clima sergipano: o autêntico forró.

"A gente entra no clima da festa desde o Caranguejo Móvel. Nunca vi nada parecido e estou amando tudo. Estou visitando Aracaju pela primeira vez e já quero voltar. Aprovei todos os pratos com caranguejo que provei e não esperava encontrar uma grande variedade assim", elogia a professora Tereza Moura, de Santa Catarina.

O turista de Pernambuco, João Silveira, também aprovou uma das novidades desta edição do Festival do Caranguejo. "Já estive algumas vezes em Aracaju mas sempre encontro novidades. Achei tudo de muito bom gosto. O caranguejo está em todos os lugares da cidade", diverte-se.

No dia 24 de agosto vai ser realizada a premiação dos melhores pratos do festival na Universidade Tiradentes (Unit), eleitos pelo curso de gastronomia.

Fonte: Semict

FESTIVAL do Caranguejo começa nesta quinta-feira na Orla da Atalaia. **G1 Sergipe**, Aracaju, 27 ago. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2015/08/festival-do-caranguejo-comeca-nesta-quinta-feira-na-oral-da-atalaia.html>. Acesso em: 19 jul. 2019.

27/08/2015 06h12 - Atualizado em 27/08/2015 14h11

## Festival do Caranguejo começa nesta quinta-feira na Orla da Atalaia

36 restaurantes prepararam receitas especiais com o crustáceo.  
Haverá ainda apresentações culturais no espaço nos 12 dias de festival.

Do G1 SE



Caranguejo gigante é monumento famoso na Orla da Atalaia (Foto: Semict/Divulgação)

O 1º Festival do Caranguejo acontece a partir desta quinta-feira (27) até o dia 7 de setembro na Orla da Atalaia em Aracaju. Mais de 30 restaurantes prepararam receitas com o crustáceo e vão expor em uma estrutura montada no estacionamento da Passarela do Caranguejo.



O consultor da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict) informa que todos os restaurantes que participam do evento são padronizados.

“Os bares e restaurantes terão umas placas bem elaboradas, os garçons com os aventais, os displays de mesa, uma série de coisas que a gente produziu. Todos os pratos servidos no festival terão um jogo americano com informações sobre o caranguejo-uçá (sobre o tipo de vitamina que ele tem), pois a gente está indo além de um festival gastronômico; vamos buscar levar para população informação sobre o crustáceo que é a cara da cidade”, destaca.

---

#### saiba mais

**Cachaças com nomes exóticos atraem turistas em Aracaju**

**Litoral sul de Sergipe atrai turistas com praias de águas calmas e mornas**

**Turistas conferem artesanato e culinária no mercado de Aracaju**

---

Todos os 36 pratos elaborados para o Festival do Caranguejo estão em um livro que será distribuído gratuitamente.

Haverá ainda apresentações culturais no espaço nos 12 dias de festival. No sábado (29), dentro da programação do Festival, será realizado um passeio ciclístico saindo da Passarela do Caranguejo.



FESTIVAL do Caranguejo será iniciado nesta quarta-feira em Aracaju. **G1 Sergipe**, Aracaju, 02 ago. 2016. Disponível em <http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2016/08/festival-do-caranguejo-sera-iniciado-nesta-quarta-feira-em-aracaju.html>. Acesso em: 19 jul. 2019.

02/08/2016 10h58 - Atualizado em 02/08/2016 10h58

## Festival do Caranguejo será iniciado nesta quarta-feira em Aracaju

Evento terá receitas especiais com o crustáceo. Sergipanos e turistas poderão apreciar delícias em Arena Gastronômica.

Do G1 SE



Restaurantes preparam receitas especiais com caranguejo em Aracaju (Foto: Semict/Divulgação)

A segunda edição do Festival do Caranguejo começa na quarta-feira (3) e segue até o dia 14 de agosto na Orla da Atalaia em Aracaju (SE). Realizado pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o festival será realizado na passarela que leva o nome do crustáceo.

### saiba mais

**Sergipe recebe mais uma edição do Festival do Caranguejo**

Em **Aracaju**, o caranguejo faz parte da cultura local e é um motivo para se reunir para comer e se confraternizar.

A primeira etapa do evento vai durar três dias, quando sergipanos e turistas poderão apreciar delícias na Arena Gastronômica, que vai ficar

montada em frente à Passarela do Caranguejo. Bares e restaurantes vão apresentar pratos especiais, em porções menores e a um preço simbólico. Lá também serão realizadas oficinas culinárias, apresentações culturais e shows.



Serão realizadas oficinas culinárias, apresentações culturais e shows (Foto: Semict/Divulgação)

Nos estandes, haverá espaço educativo-ambiental para crianças, artesanato sergipano e lançamento da grife e do livro de receitas do festival. Além do capricho na escolha do cardápio e na preparação, a apresentação dos pratos é um capítulo à parte. E até o dia 14, os bares e restaurantes participantes vão oferecer as opções criativas em seus endereços, num circuito que vai atravessar a região da praia e outros bairros da capital.

O ponto alto do evento é a escolha do prato mais criativo e original. "São 26 restaurantes, oito instituições e mais de 400 pessoas envolvidas no festival, que coloca o mês de agosto no calendário turístico. Normalmente, o período é de baixa temporada, mas em função do festival, agências turísticas de estados vizinhos, como a Bahia, estão vendendo pacotes de viagem direcionados para o período na capital sergipana. É um apelo extra para o turista vir à cidade", explicou o consultor da Semict, Fábio Andrade.

*\*Com informações da Semict.*



FESTIVAL do Caranguejo continua em bares e restaurantes de Aracaju. **G1 Sergipe**, Aracaju, 08 ago. 2016. Disponível em < <http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2016/08/festival-do-caranguejo-continua-em-bares-e-restaurantes-de-aracaju.html>. Acesso em 19 jul. 2019.

08/08/2016 14h54 - Atualizado em 13/08/2016 21h31

## Festival do Caranguejo continua em bares e restaurantes de Aracaju

Segunda fase do evento continua até o próximo domingo (14).  
26 bares e restaurantes vão continuar servindo os pratos especiais.

Do G1 SE



Quiche é uma das receitas do Festival do Caranguejo (Foto: Marina Fontenele/G1)

A segunda fase do Festival do Caranguejo continua até este domingo (14), nos bares e restaurantes que recebem ações itinerantes com música e teatro. A primeira fase aconteceu na Arena Gastronômica montada no estacionamento da Passarela do Caranguejo, na Orla da Atalaia em Aracaju.

saiba mais

**Festival do Caranguejo será iniciado nesta quarta-feira em Aracaju**

**Sergipe recebe mais uma edição do Festival do Caranguejo**

Os 26 bares e restaurantes credenciados no evento vão deixar as receitas especiais com o caranguejo até o fim do Festival de Caranguejo.

"Aracaju está recebendo muitos turistas que estão chegando para prestigiar o festival. Além da gastronomia, o público aprovou a programação cultural que contou com apresentações musicais com reisado, samba

de coco, MPB e forró. O festival é o maior evento gastronômico de Sergipe, movimenta a economia e gera emprego", destacou Fábio Andrade, consultor da Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict).



Caranguejo Móvel anima o público com forró (Foto: Festival do Caranguejo/Divulgação)

#### Caranguejo Móvel

O Caranguejo Móvel é outra atração do festival. O veículo percorre a Orla da Atalaia e anima os passageiros com forró. "Nunca vi nada parecido e estou amando tudo. Estou visitando Aracaju pela primeira vez e já quero voltar. Gostei de todos os pratos com caranguejo que provei e não esperava encontrar uma grande variedade assim", elogiou a professora Tereza Moura, de Santa Catarina.

O evento que é realizado pela Semict, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e tem apoio da Fecomercio, Banco do Nordeste, Fundat, Funcaju, Projeto Tamar, Unit, Massas Mago, ABH e Sergipe Gourmet.

RESTAURANTES E BARES PARTICIPANTES	
<b>ALBAR</b> - Feijoada Al'mar <b>ALCO MAR</b> - Caranguejo ao Queijo do Reino <b>BREJAS BAR</b> - Mini Pastéis de Caranguejo <b>CAÇAROLA</b> - Galette de Macaxeira <b>CALLES BAR DE TAPAS</b> - Uçá do Cordel Encantado <b>CANTINA D'ITALIA</b> - Ravioli de Caranguejo <b>MANJERICÃO PIZZARIA</b> - Bruscheta de Caranguejo <b>MIX COURCEY</b> - Gourmeguejo <b>MOQUECA ALACOANA</b> - Moqueca de Catado de Caranguejo <b>MORI</b> - Arroz de Caranguejo, Camarão e Polvo <b>PARATI</b> - Salada Mix de Catados com raspas de coco seco <b>PASTEL DA JANE</b> - Pastel de Caranguejo <b>PASTEL SOL</b> - Pastéis de Catado de Caranguejo à moda da casa	<b>CASQUINHA DE CARANGUEJO</b> - Casquinha de Caranguejo <b>CORNO VELHO</b> - Pastel de Caranguejo <b>DUMA BEACH</b> - Parmegiana de Caranguejo com Nhoque <b>EXPRESSO COURCEY</b> - Coxinha Caranguejo <b>LIGUE PIZZA</b> - Croquete de Caranguejo <b>MANGARÁ</b> - Farofa Sergipana <b>REI DA SOPA PRAIA</b> - Kiche de Caranguejo <b>ROTA 79</b> - Sebastian Burger <b>SATO</b> - Temaki de Caranguejo <b>SENAC BISTRÔ CACIQUE CHÁ</b> - Surpresa Picante de Caranguejo <b>SEU INÁCIO</b> - Catado de Caranguejo <b>SOLÓ</b> - Almelete de Caranguejo <b>VILA MAESTRIA</b> - Brusqueta Picante de Caranguejo

Confira a lista de bares e restaurantes que continuam servindo pratos especiais com caranguejo (Foto: Festival do Caranguejo/Divulgação)



FESTIVAL do Caranguejo termina neste domingo. **G1 Sergipe**. Aracaju, 13 ago. 2016. Disponível em <http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2016/08/festival-do-caranguejo-continua-ate-domingo-em-bares-e-restaurantes-de-aracaju.html>. Acesso em: 19 jul. 2019.

13/08/2016 15h19 - Atualizado em 14/08/2016 17h34

## Festival do Caranguejo termina neste domingo

Segunda fase do evento continua até o próximo domingo (14).  
26 bares e restaurantes vão continuar servindo os pratos especiais.

Do G1 SE



Quiche é uma das receitas do Festival do Caranguejo (Foto: Manna Fontenele/G1)

A segunda fase do Festival do Caranguejo já começou no último fim de semana e continua até o próximo domingo (14). Agora é a vez dos bares e restaurantes que vão receber ações itinerantes com música e teatro. A primeira fase aconteceu na Arena Gastronômica montada no estacionamento da Passarela do Caranguejo, na Orla da Atalaia em **Aracaju**.

saiba mais

**Festival do Caranguejo será iniciado nesta quarta-feira em Aracaju**

**Sergipe recebe mais uma edição do Festival do Caranguejo**

Os 26 bares e restaurantes credenciados no evento vão deixar as receitas especiais com o caranguejo até o fim do Festival de Caranguejo

"Aracaju está recebendo muitos turistas que estão chegando para prestigiar o festival. Além da gastronomia, o público aprovou a programação cultural que contou com apresentações musicais com reisado, samba

de coco, MPB e forró. O festival é o maior evento gastronômico de **Sergipe**, movimentando a economia e gera emprego", destacou Fábio Andrade, consultor da Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (Semict).



Caranguejo Móvel anima o público com forró (Foto: Festival do Caranguejo/Divulgação)

#### Caranguejo Móvel

O Caranguejo Móvel é outra atração do festival. O veículo percorre a Orla da Atalaia e anima os passageiros com forró. "Nunca vi nada parecido e estou amando tudo. Estou visitando Aracaju pela primeira vez e já quero voltar. Gostei de todos os pratos com caranguejo que provei e não esperava encontrar uma grande variedade assim", elogiou a professora Tereza Moura, de Santa Catarina.

O evento que é realizado pela Semict, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e tem apoio da Fecomercio, Banco do Nordeste, Fundat, Funcaju, Projeto Tamar, Unit, Massas Mago, ABH e Sergipe Gourmet.

RESTAURANTES E BARES PARTICIPANTES	
<b>ALBAR</b> - Feijoada Al'mar	<b>CASQUINHA DE CARANGUEJO</b> - Casquinha de Caranguejo
<b>ALCO MAR</b> - Caranguejo ao Queijo do Reino	<b>CORNO VELHO</b> - Pastel de Caranguejo
<b>BREJAS BAR</b> - Mini Pastéis de Caranguejo	<b>DUNA BEACH</b> - Parmeglana de Caranguejo com Nhoque
<b>CAÇAROLA</b> - Galette de Macaxeira	<b>EXPRESSO GOURMET</b> - Coxinha Caranguejo
<b>CALLES BAR DE TAPAS</b> - Uçá do Cordel Encantado	<b>LIGUE PIZZA</b> - Croquete de Caranguejo
<b>CANTINA D'ITALIA</b> - Ravioli de Caranguejo	<b>MANGARÁ</b> - Farofa Sergipana
<b>MANJERICÃO PIZZARIA</b> - Bruscheta de Caranguejo	<b>REI DA SOPA PRAIA</b> - Kiche de Caranguejo
<b>MIX GOURMET</b> - Gourmeguejo	<b>ROYA 79</b> - Sebastian Burger
<b>MOQUECA ALACÓANA</b> - Moqueca de Catado de Caranguejo	<b>SAYO</b> - Temaki de Caranguejo
<b>MORI</b> - Arroz de Caranguejo, Camarão e Polvo	<b>SENAC BISTRÔ CACIQUE CHÁ</b> - Surpresa Picante de Caranguejo
<b>PARATI</b> - Salada Mix de Catados com raspas de coco seco	<b>SEO INÁCIO</b> - Catado de Caranguejo
<b>PASTEL DA JANE</b> - Pastel de Caranguejo	<b>SOL</b> - Almelete de Caranguejo
<b>PASTEL SOL</b> - Pastéis de Catado de Caranguejo à moda da casa	<b>VILA MAESTRIA</b> - Brusqueta Picante de Caranguejo

Confira a lista de bares e restaurantes que continuam servindo pratos especiais com caranguejo (Foto: Festival do Caranguejo/Divulgação)



FESTIVAL do Caranguejo promete movimentar economia de Aracaju. Cotidiano. **F5 News**, Aracaju, 20 ago. 2015. Disponível em: [https://www.f5news.com.br/cotidiano/festival-do-caranguejo-promete-movimentar-economia-de-aracaju\\_23465/](https://www.f5news.com.br/cotidiano/festival-do-caranguejo-promete-movimentar-economia-de-aracaju_23465/). Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo promete movimentar economia de Aracaju

Cotidiano  
20/08/2015 08h04



Festival do Caranguejo promete movimentar economia de Aracaju

A partir do final deste mês, os apaixonados por caranguejo e pela culinária sergipana terão um bom motivo para visitar dezenas de restaurantes, bares e lanchonetes de Aracaju. De 27 de agosto a 7 de setembro acontece o primeiro Festival do Caranguejo de Aracaju. Nessa quinta-feira (19), o secretário municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), Walker Carvalho, lançou a programação completa do festival, no auditório do Centro Administrativo Prefeito Aloizio Campos.

A Prefeitura Municipal de Aracaju (PMA), por meio da Semict, irá oferecer, através da parceria com os bares e restaurantes da capital, um verdadeiro e saboroso roteiro gastronômico com pratos cuja matéria prima principal é o caranguejo.

"O principal objetivo do festival é criar uma marca de um festival gastronômico na cidade, como observamos em outras cidades. Isso pode se tornar uma data fixa nas comemorações da cidade e um exemplo. O caranguejo sempre foi o crustáceo muito consumido em Aracaju e essa culinária sempre atraiu muitos turistas e amantes da comida e nesse sentido faremos uma boa repercussão de Aracaju", explica Walker Carvalho.

### Programação



Com um investimento de R\$ 120.065,38, o festival contará com uma abertura para imprensa local e nacional no próximo dia, 27, às 19h no estacionamento da Passarela do Caranguejo. Até o dia 7 de setembro haverá uma programação diária de apresentações culturais, teatrais itinerantes; passeio ciclístico no dia 29 de agosto na Orla de Aracaju; promoções; um vasto material publicitário e premiação para o melhor prato pelo curso de Gastronomia da Universidade Tiradentes (Unit).

Para o consultor especial da Semict, Fábio Andrade, esse evento é a cara da população aracajuana. "Nosso intuito é poder movimentar bares e restaurantes e criar aqui em Aracaju um festival gastronômico com a cara do povo aracajuano. Com esse festival nós vamos trazer o que temos de melhor da nossa gastronomia. Muitos pratos foram elaborados, exclusivamente, para o festival e vamos ter uma programação vasta em todos os dias de festival como atrações culturais itinerantes, entre outras", conta.

### Apoio

O evento é uma realização da Prefeitura, juntamente com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e Sebrae, com o apoio de vários órgãos locais. "Na verdade esse desejo é antigo, pois sempre tivemos a vontade de fazer um festival que tivesse o caranguejo como tema. Foi um festival criado pela Abrasel junto com a Semict para marcar esse período em Aracaju e criar mais um opção para o morador e turista na nossa cidade. Então tudo vem a somar e nesse período faremos um belo festival", fala o presidente da Abrasel, Augusto Carvalho.

Salientar a importância do crustáceo para a gastronomia e para o curso é o que ressaltará a coordenadora do Curso de Gastronomia da Unit, Kátia Souza. "Para a gente é um prazer participar, pois dentro do curso de gastronomia, a academia vem buscando mostrar a importância do caranguejo para Sergipe, pois é cultura. Além dessa importância a Unit fará a complementação do livro de receita e inserir os alunos nesse circuito na importância da cultura e na culinária. Tivemos a ideia para criar uma premiação para o melhor prato, mas todos vão receber um certificado de participação", diz.

O dono do restaurante Seo Inácio Bistrô, Bruno Dorea, acredita que o festival vai movimentar todos os cidadãos. "É muito bom participar desse festival, pois mesmo o Seo Inácio estando fora do roteiro turístico de Aracaju, é bom que ele abra um novo viés de onde a pessoa possa ir e se tornar um ponto turístico, por ser ali um conjunto de restaurantes bacanas. Vale a pena ressaltar a excelente iniciativa da Prefeitura, pois mexe com toda cidade - desde o cidadão, o empresário até o turista. É um ótimo pontapé inicial e espero que permaneça por muitos anos", finaliza.

Fonte: Agência Aracaju

COMEÇA Festival do Caranguejo em Aracaju. Entretenimento. **F5 News**, Aracaju, 27 ago. 2015. Disponível em: [https://www.f5news.com.br/entretenimento/comeca-festival-do-caranguejo-em-aracaju\\_23602/](https://www.f5news.com.br/entretenimento/comeca-festival-do-caranguejo-em-aracaju_23602/). Acesso em: 19 jul. 2019.

## Começa Festival do Caranguejo em Aracaju

Entretenimento  
27/08/2015 06h57



 Começa Festival do Caranguejo em Aracaju

A Prefeitura de Aracaju, através da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (Semict), realiza, a partir das 19 horas desta quinta (27), a abertura do Festival do Caranguejo. O evento acontecerá de 27 de agosto a 7 de setembro e tem a participação de 36 restaurantes sergipanos. No sábado (29), dentro da programação do Festival, haverá um passeio ciclístico saindo da Passarela do Caranguejo, na Orla de Atalaia.

O consultor da Semict, Fábio Andrade, conta que toda a cidade está movimentada para o evento. "Toda a cidade já está envolvida com o Festival, a gente vê sinalização em toda a cidade. Estamos na Orla, na Passarela do Caranguejo, Inácio Barbosa, avenida Beira Mar. O sucesso está sendo, também, o martelo no Caranguejo Gigante, uma das coisas que inventamos agora com o Festival para movimentar e deixar aracajuanos e turistas no clima do evento. E as pessoas vão ver muito mais agora nos bares", disse Fábio.

Fábio explica, ainda, que todos os restaurantes que participam do Festival estarão padronizados. "Os bares e restaurantes terão umas placas bem elaboradas, os garçons com os aventais, os displays de mesa, uma série de coisas que a gente produziu. Todos os pratos servidos no Festival terão um jogo americano com informações sobre o Caranguejo Sá (sobre o tipo de vitamina que ele tem), pois a gente está indo além de um festival gastronômico: vamos buscar levar para população informação sobre o crustáceo que é a cara da cidade", comenta.

### Parceria e cultura

Através da parceria com a Universidade Tiradentes (Unit), o Festival terá um livro de receitas com todos os pratos participantes. "Amanhã será também o lançamento de um livro de receitas com todos os 36 pratos. Ainda teremos apresentações culturais, não só na recepção, mas uma quadrilha junina, numa parceria com Sebrae e Abrasel", fala Fábio Andrade.

Fábio ainda ressalta que todas as pessoas envolvidas estão bem participativas no evento, que será a marca registrada na gastronomia da cidade. "Todos estão bem participativos, entusiasmados. Acho que nós vamos ter não só aqui na abertura, a imprensa presente, mas nós vamos ter também a população sergipana e os turistas em um tour gastronômico durante esses doze dias de evento. O nosso intuito é que as pessoas possam conhecer esses pratos que a gente vai divulgar aqui amanhã", conclui.

Fonte: Agência Sergipe



FESTIVAL do Caranguejo: passeio ciclístico é realizado na Orla. Entretenimento. **F5 News**, Aracaju, 30 ago. 2015. Disponível em: [https://www.f5news.com.br/entretenimento/festival-do-caranguejo-passeio-ciclistico-e-realizado-na-orla\\_23672/](https://www.f5news.com.br/entretenimento/festival-do-caranguejo-passeio-ciclistico-e-realizado-na-orla_23672/). Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo: passeio ciclístico é realizado na Orla

Entretenimento  
30/08/2015 08:04



Festival do Caranguejo: passeio ciclístico é realizado na Orla

Nem só a gastronomia compõe o Festival do Caranguejo. A programação do evento também contou com um passeio ciclístico em toda extensão da Passarela do Caranguejo. A atividade esportiva aconteceu no final da tarde deste sábado (29) e contou com a participação de praticantes da modalidade ciclismo e pessoas que buscaram uma atividade de lazer diferenciada.

A organização do fim de tarde esportivo ficou por conta da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (SEMICT) e contou com o apoio da Superintendência Municipal de Transporte e Trânsito (SMTT) e da Guarda Municipal de Aracaju (GMA), que monitoraram todo trajeto para garantir a segurança dos participantes.

O passeio ciclístico foi aberto ao público e dispensou inscrições. Aos interessados, bastou comparecer ao marco inicial da pedalada, pegar a camisa e viseira de identificação. O secretário da SEMICT, Walker Carvalho, ressalta que todo material foi distribuído gratuitamente. "Essa é uma cortesia do poder público para dar uma maior motivação ao Festival do Caranguejo e começarmos a gastar as calorias que estamos consumindo durante o período do evento", descontrai.

O supervisor do ciclotrânsito da GMA, Josefran Santos, explica que o passeio contou com a colaboração de 13 GMs para preservar a integridade física dos participantes. "Antes do passeio, fizemos uma análise prévia do circuito, contamos a quilometragem e pensamos em estratégias para evitar que aconteçam atropelamentos e isolamos a frente, a lateral e o fundo da nossa faixa para dar mais segurança aos participantes", informa.



O supervisor reforça que para esse tipo de atividade coletiva, a presença de agentes de trânsito é essencial. "Nós usamos um lado da pista e o outro fica livre para que não haja complicações no trânsito. Então, os agentes norteiam nosso trajeto e alertam aos demais veículos para evitar acidentes. É uma ação conjunta", endossa.

Pedalandando pela passarela, o guia de turismo Marcos Venício notou uma movimentação diferente resolveu participar do passeio ciclístico. Na avaliação dele, tanto a ação coletiva quanto o festival de caranguejo são importantes para sair da rotina e atrair as pessoas para mostrar o que é que Aracaju tem. "O festival é importantíssimo. No turismo como um todo, a gastronomia ocupa um espaço que movimenta cerca de 50% da economia no setor. Portanto, é uma ação louvável e que merece todo destaque", opina.

O psicólogo Roberto Luis é ciclista e soube do passeio coletivo através de uma marcação feita nas mídias digitais na internet. "Achei a ação bacana e resolvi participar. É uma maneira bem legal de atrair os olhares para o festival e ainda alertar sobre a mobilidade urbana", diz. Ele também trouxe a namorada para participar e conta que está curioso para degustar as receitas que tem como item principal o caranguejo. "São muitos bares e restaurantes envolvidos. Soube de um hambúrguer de sirí que me deu muita vontade de provar e claro, os tantos outros pratos criados em alusão ao evento", acrescenta.

Motivada pelo namorado, a engenheira Rosa Luísa revela que não costuma pedalar mas, gostou da ideia de aproveitar a tarde praticando atividade física. "Já fazia algum tempo que não pedalava e vi neste passeio, uma oportunidade de voltar a andar de bicicleta. É uma forma bem bacana de conferir o que há de novo na passarela. Ainda mais porque está acontecendo um festival que reforça uma característica muito forte do sergipano que é comer caranguejo", avalia.

O município está vivenciando a primeira edição do Festival do Caranguejo que prossegue até o dia 7 de setembro. O evento reúne 36 estabelecimentos, entre bares e restaurantes, espalhados por Aracaju, com pratos exclusivos feitos do crustáceo mais popular da cidade.

Fotos: Ana Lícia Menezes/AAN

Fonte: Prefeitura de Aracaju

FESTIVAL do Caranguejo: música e dança animam bares e restaurantes. Cotidiano. **F5 News**, Aracaju, 31 ago. 2015. Disponível em: [https://www.f5news.com.br/cotidiano/festival-do-caranguejo-musica-e-danca-animam-bares-e-restaurantes\\_23689/](https://www.f5news.com.br/cotidiano/festival-do-caranguejo-musica-e-danca-animam-bares-e-restaurantes_23689/). Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo: música e dança animam bares e restaurantes

Cotidiano  
31 de agosto de 2015



Festival do Caranguejo: música e dança animam bares e restaurantes

Muito sabor, cores, música e dança têm provocado o encanto de turistas e aracajuanos que prestigiam o Festival do Caranguejo. Dançarinos caracterizados com trajes tipicamente juninos, uma banda e a presença do ilustre sanfoneiro sergipano, Robertinho dos B Baixos, compõem a essência do encantamento. O deslumbre é resultado de uma ação da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (SEMICT) que juntamente com o núcleo artístico tem divulgado o evento gastronômico e os 36 itens culinários - criados para ocasião - nos quatro cantos da cidade.

A empresária Miriam Augusta é proprietária de um restaurante e conta que aderiu ao festival e até criou um prato para a ocasião, por compreender que a gastronomia é a principal aliada para movimentar o setor turístico. Na avaliação dela, unir culinária e música tornam o evento ainda mais atraente.

"O forró, a quadrilha e o caranguejo representam muito bem a alma de Sergipe, a essência da cidade. As apresentações caíram como uma luva para complementar o festival que, por sinal, promete ser um sucesso. Um dos sinais positivos é que a receita criada em alusão ao período teve uma saída tão boa que decidimos incluí-los em nosso menu fixo", relata.

Comer e dançar é que mais levanta o astral do bancário Valdomiro Teófilo. Ele não conseguiu se conter durante a apresentação dos artistas e fez questão de se levantar da cadeira para endossar o clima de descontração. "A proposta é boa, o forró está no nosso estado e faz parte da nossa cultura. Foi muito bom ser recebido com esse forró tocando e nos alertar sobre o mais novo festival que está acontecendo em nossa cidade. Tanto o caranguejo quanto o forró, fazem parte de nossa identidade", ressalta.

Contagiada tanto pela ação quanto pelo entusiasmo do amigo, a funcionária pública Célia Lessa resolve fazer parte da brincadeira. "A ação é super animada, é uma forma bem criativa de divulgar a cultura sergipana. A pessoa se empolga, tanto para comer quanto para dançar. Que venham outros festivais e que se embasem nesta mesma filosofia, acrescenta.

Autointitulados como embaixadores de Aracaju em Curitiba, Sul do Brasil, o casal Eliana e Arlei Broto não disfarça a admiração que tem pelo município e suas peculiaridades. Há três anos decidiram fixar residência na capital sergipana e não se arrependem da decisão. A esposa acha a cultura local fantástica e aprecia o caranguejo. "Quem me conhece sabe que amo as coisas daqui, tanto que recebi uma ligação avisando que tinham gente do forró se apresentando pela orla. Daí, vim aqui só para assistir e comer o caranguejo", declara.



O esposo da dona Eliana, também adora a cidade e assim como sua companheira, faz questão de elogiar Aracaju por onde quer que vá. "Para mim que sou curitibano, é um espetáculo fantástico, emocionante até. Tem que jogar esse festival e essas apresentações lá na mídia do Sul. Lá nós não temos essas coisas e não tenho dúvidas que se eles tomarem conhecimento do que tem aqui, muitos se empolgaram para conhecer também", idealiza.

Mais visibilidade e o dobro de pedidos de receitas que contenham caranguejo são os principais resultados notados pelo gerente de bar, Paulo Dacin. "Mantínhamos a tradição do caranguejo e também já servíamos o pastel recheado com o crustáceo. Porém, após o festival, parece que tudo gira e torno do caranguejo e as pessoas se sentem mais motivadas a consumir esse item. Tanto que nossos pedidos quase triplicaram nos últimos dias", observa.

O município está vivenciando a primeira edição do Festival de Caranguejo que prossegue até o dia 7 de setembro. O evento reúne 36 estabelecimentos, entre bares e restaurantes, espalhados por Aracaju, com pratos exclusivos feitos do crustáceo mais popular da cidade.

Fonte: Agência Aracaju

Fotos: Ana Lúcia Menezes/AAJ

MAIS de 20 restaurantes participam do Festival do Caranguejo em Aracaju. Entretenimento. F5 News, Aracaju, 03 ago. 2016. Disponível em: [https://www.f5news.com.br/entretenimento/mais-de-20-restaurantes-participam-do-festival-do-caranguejo-em-aracaju\\_30941/](https://www.f5news.com.br/entretenimento/mais-de-20-restaurantes-participam-do-festival-do-caranguejo-em-aracaju_30941/). Acesso em: 19 jul. 2019.

## Mais de 20 restaurantes participam do Festival do Caranguejo em Aracaju

Arena Gastronômica será aberta a partir desta quarta na orla de atalaia

Entretenimento  
03/08/2016 07h04



 Mais de 20 restaurantes participam do Festival do Caranguejo em Aracaju

### Da Redação

Arte, cultura e boa gastronomia se reúnem na Orla da Atalaia, em Aracaju, pelos próximos 12 dias. A segunda edição do Festival do Caranguejo, a iguaria mais tradicional de Sergipe, começa nesta quarta-feira (3) e segue até o dia 14 de agosto com opções de dar água na boca.

Os três primeiros dias de programação serão marcados pela arena gastronômica que vai reunir os 26 restaurantes que participam do projeto. No local serão apresentados vários tipos de pratos criados a partir do crustáceo. Vai ter temaki, sushi e até feijoada de caranguejo.

Bares e restaurantes vão apresentar pratos especiais, em porções menores e a um preço simbólico. Lá também serão realizadas oficinas culinárias, apresentações culturais e shows. Nos estandes, haverá espaço educativo-ambiental para crianças, artesanato sergipano e lançamento da grife e do livro de receitas do festival.

Além do capricho na escolha do cardápio e na preparação, a apresentação dos pratos é um capítulo à parte. E até o dia 14, os bares e restaurantes participantes vão oferecer as opções criativas em seus endereços, num circuito que vai atravessar a região da praia e outros bairros de Aracaju. O ponto alto do evento é a escolha do prato mais criativo e do prato mais original.

"São mais de 400 pessoas envolvidas no festival, que coloca o mês de agosto no calendário turístico. Normalmente, o período é de baixa temporada, mas em função do festival, agências turísticas de estados vizinhos, como a Bahia, estão vendendo pacotes de viagem direcionados para o período na capital sergipana. É um apelo extra para o turista vir à cidade", ressalta o consultor da Semict, Fábio Andrade.

A abertura acontece nesta quarta-feira (3) a partir das 18 horas no espaço montado na Passarela do Caranguejo, zona sul da capital.

FESTIVAL do Caranguejo promete aquecer trade turístico sergipano. Economia. **F5 News**, Aracaju, 04 ago. 2016. Disponível em: [https://www.f5news.com.br/economia/festival-do-caranguejo-promete-aquecer-trade-turistico-sergipano\\_30981/](https://www.f5news.com.br/economia/festival-do-caranguejo-promete-aquecer-trade-turistico-sergipano_30981/). Acesso em: 19 jul. 2019.

## Festival do Caranguejo promete aquecer trade turístico sergipano

Economia  
04/08/2016 12:20



Festival do Caranguejo promete aquecer trade turístico sergipano

Por Will Rodriguez e Aline Aragão

Ele é um velho conhecido dos sergipanos, já acostumados a degustar uma boa caranguejada aos finais de semana, mas pelos próximos dez dias, aracajuanos e turistas poderão apreciar o caranguejo em 26 formas diferentes. A apresentação oficial dos pratos que participam da 2ª edição do Festival do Caranguejo aconteceu na noite dessa quarta-feira (03).

A arena gastronômica está montada na passarela que leva o nome do crustáceo, na Orla da Atalaia, zona sul de Aracaju, onde os restaurantes oferecem até a sexta-feira (5) os pratos a preços promocionais. Depois, até o dia 14 de agosto o festival segue em cada estabelecimento participante e no final será escolhido o melhor prato desta edição.

O



secretário da Indústria, Comércio e Turismo de Aracaju, Walker Carvalho, destaca que o festival instiga a criatividade dos chefs de cozinha para revelar as possibilidades de utilização do crustáceo e também insere Sergipe no circuito gastronômico nacional. "Hoje até feijoada pode ser feita com caranguejo, as pessoas estão conhecendo o que pode ser criado com essa iguaria tão tradicional. O festival tem a finalidade de fixar em Sergipe um evento para atrair o turista a Aracaju, aquecendo nossa economia, sobretudo, nesse mês que é sempre mais fraco para o setor turístico", afirma.

Tem pratos que são bastante tradicionais como a coxinha ou pastel de caranguejo, mas também é possível encontrar sushi, navioli, temaki, escondidinho, risoto e até feijoada preparados a base da iguaria.



Alguns chefs foram ainda mais ousados, como Timóteo Domingos *jão lodoj*, criador da gastrotinga, que em sua primeira participação propôs a mistura da culinária do sertão e do litoral, resultando num caranguejo refogado na folha de velande, erva típica da caatinga, acompanhado de um creme de xique-xique com macaxeira. "As pessoas vão se surpreender. O prato mostra que através da fusão de ingredientes tão diferentes é possível conseguir sabores magníficos", garante.

O festival do caranguejo aguçá o paladar, mas também desponta como aliado do setor hoteleiro que enfrenta dias difíceis com as quedas consecutivas nas taxas de ocupação. Para a presidente da Associação



Brasileira da Indústria de Hotéis/Sergipe (AbihvSE), Daniela Mesquita, o evento ajuda a projetar o estado no cenário nacional e isso deve se refletir na atração de mais visitantes. "É um evento que já está se consolidando e entrou para o calendário do turismo de Sergipe porque leva Aracaju à mídia nacional despertando nos turistas o desejo de conhecer nossa iguaria", disse.

Além dos stands gastronômicos, na Arena há espaço para mostra de artesanato; meio ambiente e o caranguejo em seu habitat natural; KidsCaranga; Oficinas Gastronômicas, além dos shows e apresentações culturais.



O evento é uma promoção da Semict em parceria com Abrasel e o Sebrae, e tem o apoio do Sistema Fecomércio Sergipe. A Arena funciona das 18h às 23h. Mais informações: 79 3222 - 1432.

Fotos: Divulgação Semict