



Turismo e Comunicação na Construção do Imaginário Sergipe¹

Denio Santos AZEVEDO²

Universidade Federal de Sergipe - UFS

Resumo

Este estudo procura analisar as construções do imaginário do estado de Sergipe e dos sergipanos a partir de práticas discursivas e imagéticas diferenciadas entendidas aqui como formas de comunicação. Pretende-se ainda perceber como estas estão sendo utilizadas na promoção do destino turístico Sergipe. Foram elencadas as imagens e narrativas que identificam ou que foram entendidas como representativas do espaço em variados contextos históricos. Foi feita uma pesquisa bibliográfica, um levantamento de fontes históricas e análise de representações características das artes visuais sergipana. Ciente de que o imaginário de Sergipe foi e continua a ser construído a partir dos relatos de viajantes, da história, da literatura, das práticas culturais, da memória coletiva e a promoção do destino turístico se apropria destas construções para vender Sergipe enquanto espaço de consumo.

Palavras-chave: Comunicação; Turismo; Imaginário; Sergipe

Os destinos turísticos são reestruturados e organizados como centros de consumo, onde bens de consumo e imagens midiáticas desempenham um papel principal na vida cotidiana. Por um lado, a maior parte das cidades exibe uma paisagem turística urbana caracterizada pelos símbolos homogeneizados e pela presença de cadeias multinacionais de hotéis (e.g., *Quality, Radison, Mercure*), marcas globais de serviços no setor de alimentos e bebidas (e.g., *Mcdonalds, Pizza Hut, Starbucks* e outras franquias); por outro destacam o que é “típico”, “específico”, “autêntico” do lugar. Há uma busca em construir o característico, em demonstrar em que se é diferente, destacar produtos regionais, fabricar identidades, criar imaginários para consumo do “outro”, o turista. Os destinos são tematizados, identificados, diferenciados, (re)imaginados para atrair turistas.

ao longo do tempo, através dos anúncios e da mídia, as imagens geradas pelos diferentes olhares do turista passam a constituir um sistema de ilusões que se autoperpetua e proporciona a esse turista uma base para que ele selecione e avalie os lugares potenciais que visitará (URRY, 1996, p. 23).

¹ Trabalho apresentado no GP comunicação, Turismo e Hospitalidade, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Ciências Sociais pelo Núcleo de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Sergipe. Professor do Núcleo de Turismo da UFS, e-mail: denio_azevedo@yahoo.com.br.



Tais construções do imaginário passam a ser feitas por agentes sociais, que planejam a atividade turística, como atrativos turísticos dos destinos. Tais imaginários (MAFFESOLI, 2001; 2005) são fabricados com o auxílio dos meios de comunicação e disseminados nestes. Com a internet, esse processo tem sido cada vez mais dinâmico. Isso(??) interferiu no cotidiano das comunidades e as cidades começaram a ser (re)descobertas com fins turísticos.

O imaginário é alimentado por tecnologias. A técnica é um fator de estimulação imaginal. Não é por acaso que o termo imaginário encontra tanta repercussão neste momento histórico de intenso desenvolvimento tecnológico, ainda mais nas tecnologias de comunicação, pois o imaginário, enquanto comunhão, é sempre comunicação. Internet é uma tecnologia da interatividade que alimenta e é alimentada por imaginários. (MAFFESOLI, 2001, p.80)

Assim como o imaginário político em Maffesoli (2005), o imaginário turístico também trabalha com um poder de convencimento, a partir de uma reunião de argumentos que tem como matéria-prima um conjunto de “mecanismos emocionais”. As marcas características de um lugar, as histórias, as memórias que devem ser ressaltadas, o patrimônio cultural e natural e os eventos cíclicos vêm acompanhados de alegria, felicidade, saúde, contemplação, sonhos, experiências únicas e contatos que a transformam em produto turístico.

No marketing dos destinos turísticos do material aqui pesquisado, torna-se evidente a aliança entre, o que Maffesoli (2005) para explicar o marketing político chama de “cruzamento da razão com a valorização do emocional”. Este, que nada mais é do que o domínio do planejamento publicitário em todas as suas etapas, ou seja, criação, produção e veiculação de peças publicitárias mais a “valorização do emocional”. “Para além da argumentação, persuasiva, impõe-se a sedução, ou seja, a emoção. Em política, cada vez mais a persuasão, caso se aceite este oxímoro, funciona pela sedução. Convince-se pela emoção”. (MAFFESOLI, 2001, p.78). Nesta pesquisa percebe-se que esta é, de fato, uma característica da publicidade e da propaganda e que, portanto, não fica restrita a uma área específica. O que foi destacado pelo autor citado para a política serve perfeitamente para compreender a promoção dos destinos turísticos.

Inicia aqui uma tamanha concorrência intercidades pela maior fatia do mercado turístico. Tais disputas podem ser percebidas através do *marketing* de destinos quando os lugares são representados com o intuito de comercialização de uma imagem atrativa e vencedora na competição pela retenção de recursos (AZEVEDO, 2010).



Conseqüentemente, as preocupações discursivas ou práticas com o meio ambiente, a memória, a história, o patrimônio, a autenticidade, a hospitalidade e as especificidades do local começam a se destacar nas agendas dos representantes políticos e nos interesses dos representantes do setor privado. Todos estes são percebidos pelos planejadores urbanos, publicitários, membros do *trade* turístico e governantes entrevistados até o momento como elementos simbólicos, componentes ou construtores de imaginários locais. Com isso, os países, estados, regiões e cidades passam a ser elencados, classificados e comercializados, tornando-se objetos de consumo disputados no mercado.

Atrelado a tais preocupações surge a necessidade de investimento em infraestrutura turística, criação de cenários culturais e lúdicos, rituais, eventos que objetivam (re)construir as imagens e as narrativas das cidades turísticas. Passa a existir uma diferença significativa entre a cidade que existe e a que se deseja, a cidade vivida e a vendida para fins turísticos. Percebe-se que estes se tornam zonas de significados amplos e ambíguos. As imagens que identificam e representam os lugares passam por transformações e são (re)inventadas continuamente. Investem em marketing, em publicidade e propaganda, em tecnologias da informação e comunicação para maquiagem a “cara” dos espaços. Querem até modificar a forma como os residentes se relacionam com a localidade e com os turistas.

Diante desta problematização este estudo procura analisar as construções do imaginário do estado de Sergipe e dos sergipanos a partir de práticas discursivas e imagéticas diferenciadas, entendidas aqui como formas de comunicação. Pretende-se ainda perceber como estas estão sendo utilizadas na promoção do destino turístico Sergipe. Foram elencadas as imagens e narrativas que identificam ou que foram entendidas como representativas do espaço em variados contextos históricos. Foi feita uma pesquisa bibliográfica, um levantamento de fontes históricas e análise de representações características das artes visuais sergipana.

A partir de tais considerações percebe-se que um lugar pode ser associado a mais do que um imaginário, uma vez que pode difundir uma pluralidade de imagens, reais ou imagéticas, instantâneas ou duradouras, de consenso ou de conflito, individuais ou coletivas. Os materiais aqui analisados são, na verdade, uma das múltiplas e ao mesmo tempo variadas formas em uma só, de apresentar Sergipe segundo os diferentes imaginários desse lugar. É óbvio que elas não dizem propriamente o que é a estado, mas antes apresentam as várias cidades, idealizadas.

Narrativas e Imaginários

Maffesoli (2001, p. 76) afirma que “o imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens”. A Paris romântica e das luzes se torna um dos destinos mais visitados do mundo. Já a Paris das ruas sujas com os dejetos dos animais de estimação e das pessoas distantes desaparece da construção de um imaginário construído pelos agentes que promovem o destino.

Gastal (2003, p. 57) afirma que “não viajamos para conhecer os lugares, mas para confirmar o imaginário que temos dele”. A grande questão é que este imaginário em diversas vezes não é ratificado, mas retificado. Por isso a construção deste imaginário é dinâmica. O que se percebe é que como tantos outros elementos da sociedade, o turismo é de fato um construtor de imaginários e depende destes, com um dos elementos vitais para a sua sobrevivência.

O imaginário é um reservatório-motor. Como reservatório agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras de vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e aspirar ao estar no mundo. (...) Diferente do imaginado – projeção irreal que poderá se tornar real -, o imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real como elemento propulsor. (SILVA, 2003, p.11-12)

Dito isso, acredita-se que as cidades são construídas e (re)construídas, imaginadas e (re)imaginadas, criadas e (re)criadas, formadas e (re)formadas, apresentadas e (re)apresentadas. Ciente destes aspectos Gomes (2008, p. 59) afirma que “as cidades não são apenas espaços materiais ou vividos; são igualmente espaços de imaginação e de representação”. As cidades podem ser entendidas como uma experiência sensitiva seja ela sonora, visual, tátil, dentre outras. Todos estes elementos são constitutivos do conjunto imaginário.

Mas as cidades não são (re)apresentadas somente pelo turismo e nem somente este carrega as marcas das intenções nas construções do imaginário das cidades. É nesse quadro de disputa entre diferentes narrativas, imagens e imaginário sobre a cidade que poderemos identificar alguns dos seus significados. São estes significados que eliminam os argumentos que tentam resumir a diversidade das cidades em um discurso unitário ou totalizante.

De acordo com Fortuna e Peixoto (2002, p. 28) é este imaginário que transforma Coimbra em “uma das mais míticas e lendárias cidades portuguesas”. Gomes (2008, p. 57) afirma que “Coimbra é recorrentemente caracterizada nos mercados turísticos como



cidade histórica, patrimonial e monumental, acadêmica e universitária”. A cidade dividida a Baixa Coimbra do Comércio, dos doces e do rio Mondego a Alta Coimbra da Universidade, das repúblicas e dos estudantes, torna-se única quando se refere ao fado de Coimbra, diferente do fado de Lisboa, da tradição da Queima das Fitas, da cidade histórica e do imaginário da Quinta das Lágrimas.

Para Barbalho (2008) em Pernambuco, um imaginário ibero-barroco, com forte “valorização” da cultura popular traçada, divulgada e valorizada por Ariano Suassuna, aparece como a grande marca deste espaço. No universo do turismo Olinda é a capital brasileira da cultura e especificamente do frevo. Em Recife estão maior bloco de carnaval do mundo, o Galo da Madrugada. Em Fernando de Noronha é feito um ecoturismo sustentável. Porto de Galinhas é o grande destino para casais em lua-de-mel. Em Petrolina há o enoturismo. No sertão, a rota do cangaço.

São estes imaginários que levam as pessoas a construir certas significações e (res)significações sobre os lugares e as pessoas que neles residem. Tais representações dos destinos turísticos são contextualizadas, pautadas em discursos elaborados, em invenções, muitas vezes com o respaldo de técnicos, consultores e pesquisadores e divulgadas através da promoção turística. Toda esta fabricação atende a interesses e perpassa relações de poder estabelecidas entre os destinos e no interior destes. A população residente muitas vezes absorve este discurso como seu, sendo incentivada a repassar toda esta construção ao visitante. A rememoração, a construção e desconstrução destes imaginários colaboram com a continuidade da marca e a adequação as novas exigências do mercado. Portanto, o imaginário construído é de fato um objeto de consumo.

A forma como Sergipe e os sergipanos são destacados a partir dos imaginários aqui pesquisados retratam o diálogo que os agentes sociais estabeleceram com as referências de seu tempo. Principalmente aquelas associadas ao seu contexto de vida, ao seu acervo pessoal, ao seu contato com as informações e com a absorção do conhecimento. Nos aspectos ressaltados, viaja-se no tempo em direção aos cenários e situações que nelas são representadas; desloca-se ao passado, navega-se pelo presente e imagina-se um futuro possível de contemplação. Vive-se por instantes essa ilusão do imaginário através das lembranças, das vivências e das variadas interpretações e significações.

O estado de Sergipe se encontra localizado na região Nordeste do Brasil, surge politicamente enquanto província emancipada a partir de um processo de separação com



a Bahia na segunda década do século XIX e possui atualmente 75 municípios. Durante anos historiadores, literatos, geógrafos, cientistas sociais, analisaram a construção de Sergipe e dos sergipanos ao longo da história. As primeiras construções discursivas sobre Sergipe aparecem em relatos de padres jesuítas, fontes administrativas e judiciárias, relatos de viajantes e memórias que passam a ser recuperadas e analisadas por pesquisadores interessados.

Uma destas primeiras fontes é a carta do pároco espanhol Inácio de Tolosa (1533-1611). Tais informações foram enviadas ao Padre Everaldo Marcuriano que a época (1575) ocupava o cargo de Geral da Companhia de Jesus. Dizia Tolosa que o seu grande objetivo era “contar a Vossa Paternidade o quê até aqui há sucedido na missão de Gaspar Lourenço”, que foi enviado a Sergipe, atendendo a um convite dos índios para catequizá-los³. Na carta de Tolosa Sergipe aparece como um lugar repleto de penhascos, atoleiros, ervas cortantes e montanhas. Caranguejo, farinha de mandioca e pimenta dão o tempero essencial para entendermos a culinária indígena. Os símbolos e as práticas características do catolicismo, como a cruz, a igreja e o batismo aparecem no cenário sergipano com o processo de catequização dos índios. A presença de franceses e a resistência a algumas práticas catequéticas ilustram o cenário pintado por Tolosa.

Em artigo denominado “o rio Sergipe e sua identidade II” publicado em 28/12/2007 no site Serigy a história de um povo, o pesquisador Luís Antônio Barreto citando uma fonte datada de 1630, fala sobre o imaginário europeu e a busca pelo ouro em terras sergipanas.

O século XVII colocou no imaginário europeu e brasileiro a existência de minas de ouro e prata, de cujo segredo apenas o colono Belchior Dias Moréia, que tinha terras próximas ao rio Real, sabia. Itabaiana, com sua serra, atraiu a cobiça de portugueses, espanhóis, holandeses, brasileiros e outros que projetavam suas riquezas nas descobertas sergipanas. Todo o século, praticamente, e parte do século seguinte, foram dedicados às minas de Itabaiana. Em 1630, em carta ao Conselho dos XIX, datada de Olinda, em 2 de abril, noticia-se que “está de partida para a Holanda um português, chamado Simão Drago, que dá notícia de uma mina de ouro e prata em Sergipe”. Simão Drago conhecia bem o território sergipano, pois era pai de Antonio de Azevedo, um dos proprietários de curral de gado no vale do rio Sergipe.

³ Sergipe passava naquele momento por um processo de conquista e colonização que a tornou em 1590 capitania vinculada a Bahia e os índios catequizados, também chamados de índios de consciência, de inteligência ou índios mansos de acordo com a legislação vigente não poderiam ser presos ou mortos. Sobre o assunto consultar: DANTAS, Beatriz Góis. Os índios em Sergipe. In: **Textos para a História de Sergipe**. Aracaju: Banese/UFS, 1991.



Saveiros e outras embarcações entrando e saindo dos rios atestavam o grau de riqueza da pequena Província, servindo para o intercâmbio social e cultural com os portos mais importantes do Império e alguns portos do mundo, destino e ao mesmo tempo origem de mercadorias. A exportação de açúcar e de outros produtos da terra correspondia à importação dos bens que a insipiente sociedade consumia. E o melhor testemunho está na visita que fez a Sergipe o Imperador D. Pedro II, a Imperatriz e comitiva, em janeiro de 1860. Em Maruim⁴ “todas as ruas estavam calçadas e limpas, as casas pintadas ou caiadas, e as obras, em conclusão, da Igreja Matriz, com recursos do Barão de Maruim confiados ao vigário José Joaquim de Vasconcelos, encantavam os ilustres visitantes”.⁵

A crescente produção açucareira, nas terras pretas e gordas do massapê fez de Maruim um centro urbano destacado na Província, para onde convergiam as atenções. Em uma viagem feita pelo rio Cotinguiba em 1859, o médico alemão Robert Avé-Lallemant, foi a Maruim, a convite da família alemã residente na localidade, os Schramm, e constatou que “colinas ridentes, cobertas dum verde fresco, matas, pastagens e canaviais formam a pastagem”.⁶ Chegou em Sergipe a bordo de um vapor elegante, aconchegante e bonito, o “Valéria de Sinimbú”. No dia 12 de maio de 1859, “descia o S. Francisco, mais encantado agora com os belos cenários que eu podia contemplar”

Avé-Lallemant destaca também o grande movimento do “Porto das Redes” em Maruim trazendo mercadorias variadas tais quais: máquinas, bacalhau, charque do rio da Prata, farinha de trigo, manteiga, louças, bebidas, tecidos, cravo, canela, dentre outros e levavam, na sua grande maioria, açúcar. Mas o que lhe chama mais atenção é a hospitalidade dos alemães residentes em Maruim “em parte alguma em toda a minha viagem me foi tão grato um amável acolhimento (...) se depara subitamente a mais agradável, requintada e fina cultura européia, estendida às pessoas, à casa, ao seu

⁴ Nascida às margens do rio Ganhamoroba, Maruim, logo se tornou um entreposto de grande quantidade de açúcar, permitindo o estabelecimento das mais importantes casas comerciais da província de Sergipe d’ El Rei. Obteve destaque como grande centro urbano, comercial, político e social, sendo as disputas pelo poder político que trouxe para si a condição de vila de Santo Amaro de Maruim em 19 de fevereiro de 1835 e à cidade em 05 de maio de 1854. Sobre o tema em questão: ALMEIDA, Maria da Glória S. de. Sergipe: fundamentos de uma economia dependente. Petrópolis: Vozes, 1984.

⁵ Transcrição do trecho do diário do Imperador Pedro II, que trata da sua visita às localidades de Aracaju, São Cristóvão, Maruim, Laranjeiras e Estância, em janeiro de 1860. Diário do Imperador Pedro II na sua visita a Sergipe, em janeiro de 1860. Revista do IHGS. Aracaju, v. 21, n° 26 b, p. 64-78, 1965.

⁶ Atendendo um convite dos Schramm, família alemã residente em Maruim, onde tece até alguns comentários sobre a hospitalidade da “amável dama alemã”, referindo-se a Adolphine Schram. Robert Avé-Lallemant. Viagens pelas províncias da Bahia, Pernambuco, Alagoas e Sergipe (1859). Belo Horizonte/São Paulo: ed. Itatiaia/ed. da USP, 1980.



arranjo, costumes, modos de vida”. Para ratificar as suas impressões e sensações da acolhida oferecida pelos Schramm na cidade de Maruim em Sergipe, o médico alemão ressalta: “se quisesse, porém, descrever Maruim conforme me receberam, bastaria recordar como Ulisses foi recebido pelos feácios”.⁷

É perceptível no texto ainda uma relação minuciosa da fauna, cobras, gafanhotos, aranhas caranguejeiras e lagartixas e da flora de Maruim “viçosas bignônias, trepadeiras floridas, lantanas e solâneas, uma cana com bonitas flores amarelas muitas sensitivas”

Ainda segundo Avé-Lallemant “Chamaram a nova fundação, situada imediatamente acima da embocadura do rio, Aracaju. Tem aspecto sumamente agradável. Tudo é bonito e novo na margem, embora muito provisório”. Destaca a beleza e a pequenez dos prédios visitados, a chegada de embarcações de bandeiras européias na barra da Cotinguiba e como Aracaju⁸ ainda estava se formando naquele momento ressaltou o trabalho da população “Por tôda parte se trabalha, por toda parte se constrói, se cria”.

Quando retrata os problemas de Aracaju destaca a péssima qualidade da água, a as construções de “casas cinzentas, de barro, com telhados de palha de coqueiro, ranchos primitivos (...) que não deviam nunca ser permitidos numa nova capital provincial recém-fundada”. Outro destaque negativo é a falta de espaços de lazer e sociabilidades como cassinos e teatros, apesar de que as noites em Aracaju tinham seus encantos. Sobre estes Avé-Lallemant diz:

Experimentei-os para nunca mais esquecê-los. A lua cheia boiava sôbre os coqueirais do outro lado do rio e iluminava o vasto pôrto, as casa brancas da cidade e os altos coqueiros sussurrantes por cima delas. Os tons da música flutuavam na noite clara, enquanto grupos passeavam lentamente dum lado para outro

A poesia do médico alemão que viajou por boa parte do Brasil, constrói de forma significativa um imaginário de Sergipe que aguça os sentidos humanos. Nos seus escritos percebemos ainda a preocupação com as leis abolicionistas e a crise do açúcar e

⁷ No texto publicado na Revista do IHGS existe uma nota do tradutor que diz: “povo fabuloso citado na Odisséia”.

⁸ Aracaju foi uma cidade projetada para ser capital. No mesmo dia em que foi elevada a cidade de Aracaju foi transferida a capital da província de Sergipe D’El Rey de São Cristóvão para Aracaju, 17 de março de 1855. Portanto, na visita do imperador a referida cidade tinha apenas cinco anos de existência.

todo o seu preconceito com relação ao negro escravo afro-brasileiro a quem chama de “gente preguiçosa”.

“Aracaju não é feia com seu grande coqueiral defronte na margem esquerda do Cotinguiba”, esta é a primeira impressão de D. Pedro II em sua visita a capital de Sergipe em 1860. Destaca ainda a simplicidade e a beleza da igreja matriz, que naquele momento se referia a igreja de São Salvador, que ficou pronta para receber o ilustre visitante. Ressalta a péssima qualidade da água que lhe ofereceram e que a população consome “a água de que bebo, e é bem ruim (...) o povo bebe das bicas públicas ou cacimbas, onde a água é cor de xerez”. Ressalta ainda as construções dos prédios públicos e a visita que fez as escolas.

“O caminho do Aracaju para São Cristóvão é bonito, depois do arco das Salinas – Campo Grande, mato assombrado”, relata D. Pedro II no seu deslocamento da atual capital de Sergipe para a antiga. Tece elogios à localização da cidade em um ponto alto, a água que consome e a igreja de São Francisco. Por outro lado critica as condições do cemitério, do quartel-cadeia, da igreja matriz e da educação formal no município. “O palácio onde estou, e serve para a Câmara é sofrível. Ruas quase todas calçadas mal”.

Os diversos autores que escreveram sobre Sergipe durante o século XIX e XX procuraram de alguma forma criar um imaginário da Província ou do Estado no período da sua escrita. Influenciados por teorias, instituições e/ou métodos e técnicas de pesquisa, ou simplesmente a ausência de todas ou alguns destas, mas com olhares específicos, objetivos diferenciados e contextos alternados, todos, de alguma forma procuraram inventar Sergipe.

Como exemplos destacam-se, o Álbum de Sergipe de Clodomir Silva (1920), o mesmo relata a identidade regional a partir da análise do meio, da raça e dos costumes, que formam os traços dominantes do caráter dos sergipanos. Quando Clodomir Silva elencou os traços principais do caráter do sergipano, o que seriam categorias colhidas no povo sergipano e facilmente identificável nos seus filhos mais ilustres, ele destacou a inteligência, a confiança, a animação, a braveza, o ser migrante e trabalhador.

Prado Sampaio em “A literatura em Sergipe” (1908) e “Sergipe Artístico, Literário e Científico” (1928) destaca na sua produção um conjunto de textos que procuravam comprovar e defender uma espécie de imaginário sergipano. Esta construção se deu através do elogio a pares como: Ivo do Prado, Armindo Guaraná, Cid Lins, Brício Cardoso, Sílvio Romero, Tobias Barreto, Inácio Barbosa, João Ribeiro,



Felisbello Freire, Fausto Cardoso e Oliveira Valadão. Valeu-se ainda de uma exaltação aos feitos dos sergipanos em diversas áreas. Este imaginário de Sergipe também pode ser percebido na construção a partir da diferença com a Bahia.

Estratégia que também é utilizada em “Fragmentos da História de Sergipe” (1972), de Sebrão Sobrinho. Com essa obra o autor procurou criar um passado histórico brilhante e construir um imaginário de Sergipe capaz de gerar um sentimento de orgulho nos sergipanos. Segundo o autor citado “o sergipano tem a bondade do baiano e a sizânia do alagoano de Pernambuco”.

Em “A Formação do Povo Sergipano (ensaios de História)” José Silvério Leite Fontes procurou a partir da História Social “desvelar o rosto do povo sergipano”, a consciência da sergipanidade e a missão de Sergipe diante da cultura nacional. Tinha plena consciência que as características apresentadas seriam um recorte, uma marca ou cara de um momento histórico, e que este não era estático, mas sim dinâmico, quando afirma “pois no atinente à vida coletiva dos homens tudo é fluido e instável, pois as próprias permanências são transitórias”.

Quando o referido autor começa a elencar os elementos que “suturam” os sergipanos a Sergipe inicia destacando a importância da língua. Ressalta o papel da história a partir dos fatos mais destacados como os marcos de conquista, de colonização e povoamento de Sergipe como elementos fundamentais na construção de uma autonomia político-administrativa, principalmente a partir da centralização política de São Cristóvão, que perdurou até a mudança da capital para Aracaju e uma jurisdição elaborada pela Câmara Municipal da mesma cidade que se estendia por toda Capitania, permitiram a possibilidade de identificação do que seria Sergipe naquele momento.

O imaginário sergipano também pode ser percebido a partir das artes visuais. As imagens aqui estariam interligando identidades, estruturas e significados possíveis de serem percebidos e analisados. As imagens nas artes visuais transmitem mensagens, que, da mesma forma como são transmitidas em outros meios, não são neutras. As narrativas procuram persuadir o apreciador de que o que vê é diferente, específico, bonito, real e deve ser apreciado, sentido, degustado, vivido. É uma narrativa, com princípios de classificação e representação que criam um imaginário e desenvolvem argumentos que devem possuir um poder de convencimento sobre o público. “Não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário

determina a existência de conjuntos de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado”. (MAFFESOLI, 2001, p. 76)

Uma primeira relação entre a construção dos imaginários sobre Sergipe a partir das artes visuais está em um exemplo nas araras e nos cajus do artista plástico Eurico Luiz⁹ espalhados pela capital sergipana. Após esta primeira iniciativa, diversos cajus artesanais feitos por variados artistas foram inseridos em pontos específicos da capital sergipana. Os cajus aparecem inclusive como formato na proteção de alguns telefones públicos na cidade. O elemento escolhido é fruto de uma das variadas explicações sobre a etimologia da palavra Aracaju, “cajueiro dos papagaios”.

Os festejos juninos, o ritmo e a dança característicos do período em questão, o forró e os demais elementos que compõem a festa: as quadrilhas juninas, as vestes, o tecido de chita, os santos homenageados no período, as cores que podem ser percebidas nas obras de óleo e acrílico s/cartão da artista Hortência Barreto¹⁰ intituladas “Arrastando o Fole”, “de Rosto Colado”, “Noiva Brejeira”, e “Santo Antônio Glorioso”.

As manifestações culturais características da população sergipana e cenas do cotidiano da população rural também foram destacadas como marcas deste imaginário. Tocadores de pífanos e zabumbas, bacarmateiros, lançadores de espadas e busca-pés; cenas dos vaqueiros, fogão a lenha, agricultores e imagens representativas do sertão sergipano e do rio São Francisco podem ser percebidas na obra do artista Joel Dantas¹¹. Destacam-se no conjunto da obra feitas em óleo sobre tela “Bacarmateiro I”, “Bacarmateiro II”, Lançadores de Espadas e Busca-Pés”, “Batalha de Espadas e Busca-Pés na praça de São Pedro em Capela/Se”, “O Velho Chico”, “Fábrica de Doces em Fundo de Quintal”, “Cotidiano Sertanejo”, “Cotidiano Sertanejo II” e “Cotidiano Sertanejo III”.

Os elementos naturais, como “as Praias Sergipanas”, os símbolos culturais dos festejos juninos, bandeirolas, balões, a gastronomia típica presentes “Mesa Nordestina

⁹ Nasceu em Araçatuba/SP, formado em Artes Plásticas pela Escola de Belas Artes do Estado da Bahia, destacou-se tanto na pintura como na escultura. Madonas, naturezas mortas, paisagens de mata atlântica e casarios produzidos em óleo sobre tela destacam-se no seu vasto acervo. Pelo conjunto e importância da sua obra recebeu o título de cidadão sergipano. Faleceu em 09 de dezembro de 2004.

¹⁰ Pesquisadora da cultura sergipana, uma das artistas plásticas mais conhecidas em todo o estado. Tem como traço característico da sua vasta obra a reprodução das bonecas de pano.

¹¹ Joel Dantas nasceu em Pilão Arcado, em julho de 1950, às margens do Rio São Francisco no alto sertão da Bahia. Filho de pais sergipanos, logo após os três primeiros anos de vida, veio com os pais para Sergipe. Desenvolve e explora em seus trabalhos motivos e temas ligados às manifestações populares e folclóricas do nordeste brasileiro e, principalmente as de seu estado de criação.



I” e “Mesa Nordestina II” e a imagem das cidades sergipanas representada pela tela “Propriá” seriam as marcas do imaginário de Sergipe para o artista José Silveira¹².

Os sertanejos estereotipados no artesanato de Beto Pezão. A arte em madeira do artesão Véio, com as suas representações do sertanejo e seu cotidiano, as manifestações religiosas populares típicas de um catolicismo enraizado em diversas partes do estado, as manifestações folclóricas como o reisado, o lambe-sujo e caboclinhos, os parafusos, o São Gonçalo, os sambas de coco, de panelha e de aboio, o cacumbi. O conjunto das pinturas em louça de Rosa Faria e as suas representações sobre as cidades sergipanas e a história de Sergipe.

o imaginário não se reduz à cultura. Tem certa autonomia. Mas, claro, no imaginário entram partes de cultura. A cultura é um conjunto de elementos e de fenômenos passíveis de descrição. O imaginário tem, além disso, algo de imponderável. É o estado de espírito que caracteriza um povo. Não se trata de algo simplesmente racional, sociológico ou psicológico, pois carrega também algo de imponderável, um certo mistério da criação ou da transfiguração. (MAFFESOLI, 2001, p. 75)

Os diversos anônimos do artesanato sergipano reproduzem os caranguejos, os quiosques e os coqueirais feitos em barro e madeira. Os postais destinados aos turistas que visitam o estado destacam os variados atrativos naturais (praias, dunas, serras, vegetações), arquitetônicos (prédios do centro histórico, orla de Atalaia, igrejas, pontes e casarões) e culturais (gastronomia, manifestações e práticas culturais). Os bustos e estátuas espalhados pelas praças e espaços públicos dos diversos municípios sergipanos registram e solidificam personagens e memórias de figuras que se destacaram nos cenários da política, das artes, da literatura constituem estes imaginários de Sergipe e dos sergipanos.

Os agentes sociais que pensam e praticam a promoção do destino Sergipe se apropriam destas práticas culturais cotidianas, dos elementos da natureza, do patrimônio cultural, das tradições e das invenções e procuram transformar tais elementos em atrativos turísticos. Estes passam a ser divulgados em folders, revistas, jornais, cds, dvds e sites especializados a partir de imagens e narrativas que auxiliam na construção deste imaginário sobre Sergipe. Festejos juninos, gastronomia, atrativos naturais, edificações selecionadas por historiadores, literatos, geógrafos, artistas plásticos e selecionadas como representativos do espaço Sergipe se tornam atrativos para o consumo.

¹² José Silveira Pereira, nasceu no antigo povoado de Própria e hoje município de Telha/SE, em 01 de junho de 1962. Autodidata apesar dos cursos que já fez, não reconhece nenhuma influência em sua pintura, pois só “pinta o que sente”.



Em suma, imagens que promovem os lugares podem ser investigadas como artefatos culturais e sujeitas a explorações que revelem os sistemas de produção e significação que lhes dão origem a partir dos quais derivam o seu significado. Por trás de uma divulgação turística existe uma disputa por espaço e um conjunto de ações, motivações e valores de agentes sociais locais na construção de destinos turísticos.

A maneira como as pessoas compreendem e se empenham na construção destes imaginários dependerá de um contexto, de relações de poder, de um lugar e do tempo específico nesta construção. A imagem de uma cidade turística nunca é um objeto inerte e imutável. Os diferentes interessados (empreendedores, turistas, residentes, gestores) apropriam-se desta e contestam, criticam, indagam, acrescentam informações “esquecidas”, lugares não contemplados. Esses atos, somados aos aqui já elencados fazem parte da maneira de como essas identidades são criadas e disputadas por agentes, grupos, cidades ou estados.

Tais construções do imaginário criam mitos locais, inventam tradições, elaboram uma idéia de patrimônio, autenticidade, originalidade, pregam uma harmonia com a natureza, fabricam identidades. Essa promoção contribui para a produção cultural e o consumo de paisagens, espaços, lugares, não-lugares, para pessoas diferentes em tempos diferentes.

A produção do imaginário de Sergipe na folheteria turística apresenta de forma evidente as múltiplas possibilidades da atividade turística no estado. Ao mesmo tempo, percebe-se uma necessidade de um recorte ou uma definição sobre a segmentação turística ou o perfil do turista que se almeja no destino. Apresenta-se o todo (atrativos naturais, culturais, eventos, dentre outros) como proposta de consumo, sendo que na verdade poucas são as cidades que oferecem uma infra-estrutura turística para receber o turista no local. A carência em políticas públicas é gritante na prática, mas no imaginário construído a Sergipe turística é muito melhor que a Sergipe real.

Percebe-se que esta é apenas uma das múltiplas possibilidades em representar Sergipe e os sergipanos. Os variados olhares que os residentes lançam sobre as cidades cotidianamente e a percepção que os turistas elaboram após a visita ao destino são alguns exemplos das mais diferentes formas de imaginários urbanos.

Portanto, este imaginário não é criado a partir de um vazio, mas com base em acontecimentos históricos, geográficos, literários e invenções do cotidiano onde, por exemplo, fatos isolados são transformados em realidades comuns para todo o estado. Os Sergipes e os sergipanos são resumidos a elementos estáticos, homogêneos e



consumíveis nas imagens e narrativas na promoção do destino Sergipe. Em suma, parafrazeando Maffesoli (2001) o imaginário de Sergipe faz Sergipe ser o que é.

Referências

AVÉ-LALLEMANT, Robert. **Excursão à província de Sergipe**. Viajando para Aracaju no rio Cotinguiba. Maruim. Revista do IHGS. Aracaju, v. 21. n° 26 a, p. 92-99, 1961.

AZEVEDO, Denio Santos; ANDRADE, Polyana Bittencourt. **Turismo e Fronteiras: representações do Nordeste a partir da web**. Curitiba/PR: Intercom, 2009. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2085-1.pdf>>. Acesso em: 18/10/2010.

BARBALHO, Alexandre. **Textos nômades: política, cultura e mídia**. Fortaleza: BNB, 2008.

BARRETTO, Luís Antônio. **O rio Sergipe e sua identidade II**. Aracaju/SE, 28/12/2007. Disponível em: < http://iaracaju.infonet.com.br/serigysite/ler.asp?id=269&titulo=Sergipe_dados>. Acesso em: 23/04/2011.

Diário do Imperador Pedro II na sua visita a Sergipe, em janeiro de 1860. Revista do IHGS. Aracaju, v. 21, n° 26 b, p. 64-78, 1965.

FONTES, José Silvério Leite. **Formação do povo sergipano** (ensaios de História). Aracaju: Governo de Sergipe/Secretaria de Estado da Cultura/Gráfica e Editora Liceu, 2004.

FORTUNA, Carlos e FERREIRA, Claudino. **O turismo, o turista e a (pós)modernidade**. Coimbra/Portugal. Oficina do CES, n° 80. Outubro de 1986.

FORTUNA, Carlos; PEIXOTO, Paulo. A recriação e reprodução de representações o processo de transformações de paisagens urbanas de algumas cidades portuguesas. In: FORTUNA, Carlos; SILVA, Augusto Santos (orgs.). **Projecto e circunstância: Culturas urbanas em Portugal**. Porto: Edições Afrontamento, 2002. p. 17-63.

GASTAL, S.. “Turismo na Pós-modernidade: agregando imaginários” in GASTAL, S.; CASTROGIOVANNI, A. (orgs.) **Turismo na pós-modernidade: (des) inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GASTAL, Susana. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2004.

GOMES, Carina Sousa. **Imagens e narrativas da Coimbra turística: entre a cidade real e a cidade (re)imaginada**. Revista Crítica de Ciências Sociais. n° 83, dezembro de 2008. p. 55-78.

LEITE, Joaquim do Prado Sampaio. **A literatura sergipana**. Maruim: Imprensa Econômica, 1908.



_____. **Sergipe artístico, literário e científico**. Aracaju: Imprensa Oficial, 1928.

MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, ed. 1995.

_____. Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social. In: **Para navegar no século XXI**. MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado da (orgs.). 2ª ed. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 2000.

_____. **O imaginário é uma realidade**. In: Revista da Famecos, Porto Alegre: PUCRS, 2001.

_____. **Perspectivas tribais ou a mudança do paradigma social**. In Revista FAMECOS mídia, cultura e tecnologia, nº 23, abril 2004.

_____. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo**. 3. ed. Porto Alegre Sulina, 2005.

_____. **Variações sobre o imaginário pós-moderno**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

SEBRÃO SOBRINHO. **Fragments da história de Sergipe**. Aracaju: Livraria Regina, 1972.

SILVA, Clodomir. **Álbum de Sergipe**. Aracaju: Oficinas do Estado de São Paulo, 1920.

SILVA, J. M.. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.