

Relato de Experiência Recipient's Reports

SÍMBOLOS DA CULTURA ACREANA COMO ARTIGO DE MERCADO NO CENTRO COMERCIAL DA CIDADE DE RIO BRANCO, ACRE

SYMBOLS OF ACREANA CULTRE AS ARTICLE OF THE MARKET IN SHOPPING CENTER IN THE CITY OF RIO BRANCO, ACRE

Ana Valdizia C. da Silva^{1*}, Marcelo C. Llanco¹, Hélio C. Rosa²

1. Concluintes do Ensino médio do Colégio de Aplicação (CAP) da Universidade Federal do Acre (UFAC);

2. Docente da área de Filosofia do Colégio de Aplicação (CAP) da Universidade Federal do Acre (UFAC).

* Autor correspondente: valdiziaana@gmail.com

Recebido: 01/12/2014; Aceito 09/12/2014

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar os estereótipos na cultura acreana e sua possível promoção pelo comércio. Situação essa que vem ocorrendo de acordo com a ordem mundial vivida no atual século, relação econômica, social e cultural através do processo de globalização. Para tanto nessa pesquisa se fez uso de uma entrevista com pessoas que comercializam artigos que remetem a formação Histórica cultural do Estado do Acre, atuantes no Mercado Velho que se localiza no Centro de Rio Branco.

Palavras-Chave: Cultura Acreana, Identidade e Estereótipos.

ABSTRACT

This work aims to analyze stereotypes in Acre culture and their possible promotion by trade. A situation which has occurred in accordance with the world order lived in the present century, economic, social and cultural relationship through the process of globalization. Therefore this research has made use of an interview with persons trading articles that refer to cultural Historical formation of Acre, working in the Old Market which is located in White River Center.

Keywords: Acreana Culture, Identity and Stereotypes.

1. INTRODUÇÃO

Sabe-se que a cultura tem como o principal objetivo a identificação de povos pelas suas diferenças, exaltando-os em prol da não estigmatização. Contudo este objetivo não é alcançado de forma plena, uma vez que,

o preconceito e também o xenofobismo ainda é evidenciado em nossa sociedade que se diz atuante de uma fusão de culturas.

Desse modo, esse paradoxo social apresenta-se em divisões políticas de nações, um exemplo que comprova tal situação é o Brasil, que por fatores históricos de sua

Relato de Experiência Recipient's Reports

colonização possui uma pluralidade cultural, sendo que algumas dessas apresentam-se carregadas de estereótipos criados não apenas pelo imigrante seja ele colonizador ou visitante, mas pela própria sociedade nativa residente no país.

Diante disso esse trabalho tem como objetivo analisar os elementos culturais combinados a sua carga histórica em que, ao serem levados ao comércio atuam como divulgadores de uma cultura, além da atuação desta como formadora de uma atual identificação da cultura acreana, além de verificar os possíveis estereótipos que são recaídos sobre esta e sua formação.

2. RELATO DE EXPERIÊNCIA

2.1 CULTURA PARA O COMÉRCIO, PONTO POSITIVO OU NEGATIVO?

O advento dos recursos midiáticos e a explosão da internet ampliaram os processos de mundialização e globalização interligando com maior rapidez o local e o global. Contudo na história da humanidade esse não foi o primeiro ou único processo capaz de mesclar ou promover o contato e a troca entre diferentes culturas, uma vez que aconteceu a passagem do nomadismo para a sedentarização humana. Nesse processo os indivíduos passaram a negociar os excedentes produtivos e/ou confeccionados com grupos sociais distintos, o que de forma direta foi um

início de relações comerciais e também começa a mesclar culturas e grupos

Dessa forma, no século XXI acontece esse processo de forma mais eloquente, mas com diferente roupagem, potencializado pelos incontáveis recursos de comunicação e informação, através da realização de negócios via *web* e pela busca incessante por lucro, característica marcante da sociedade capitalista. Nessas relações comerciais, o contato de diferentes culturas através da venda de artigos característicos podem levantar pontos positivos e/ou negativos para uma população, há uma possível formação de novas relações e elos sociais (ponto positivo) ou a descaracterização de uma cultura pela intensa massificação de seus elementos já desprovidos de uma carga simbólica ou ainda a estigmatização através de estereótipos (ponto negativo).

Nessa perspectiva iremos discutir estas questões limitando-nos as percepções de grupo intrinsecamente ligado tanto ao processo de compra e venda de artigos que simbolizam a cultura acreana.

Segundo a UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) [1], “a cultura pode ser definida como um conjunto de características distintas, espirituais, materiais, intelectuais e afetivas que caracterizam uma sociedade”. Portanto, a cultura pode ser construída através de elementos atávicos e de sua constante renovação, esta não consiste em uma única

Relato de Experiência Recipient's Reports

manifestação da geração atual, mais também envolve o processo de difusão e atribuição de novos símbolos de outras culturas, o que proporciona a descaracterização do local e tende a sua hibridização com o global.

Esse processo vem sendo potencializado pelas formas atuais de comunicação social. Contudo, apesar dessas mudanças, a cultura carregada por um povo passa a criar uma identidade exportável, que é apresentada no mundo na forma mais comercializável possível, o qual fora analisado, em torno da atual manifestação da identidade acreana que é levada através do mercado com objetos que simbolizam a descendência étnica da maior parte da população acreana. Que objetos são esses e qual a sua origem?

Esta pode ser a pergunta, que por vezes respondida com uma simples ponte aos povos indígenas e seringueiros acreanos, devido ao Estado do Acre possuir um histórico de ocupação bastante turbulento marcado por disputas territoriais em volta da exploração da *Hevea brasiliensis* – Seringueira árvore de grande prestígio nos séculos XIX e XX por conta do látex. Este produto - sendo a matéria prima para a fabricação da borracha - movimentou milhões no estouro das revoluções industriais e das Guerras Mundiais, em que por este e outros motivos, fez do Acre pólo de entrada para vários imigrantes nacionais representados majoritariamente pelos nordestinos, os quais

pelo motivo da seca vieram para Amazônia em prol de uma vida melhor, além, de fazendeiros de todas as regiões brasileiras.

Já no cenário internacional, fora marcado pela entrada dos bolivianos com o objetivo de defender e explorar o território que de acordo com tratados feitos no período das grandes navegações era de sua posse, sendo que, de outros como estadunidenses, alemães e todas estas nações em busca de conhecer e explorar e fazer acordos comerciais com o ouro branco amazônico, a borracha.

Diante disso, tem-se também que, além de imigrantes, a população nativa formada pelas tribos indígenas desta região também são peças importantes na remota e atual cultura acreana. Contudo tal cultural sofre um processo de materialização para o mercado, o que a faz perder seu sentido ideológico por motivo da reprodução em massa, em que tal estado reflete na atual identidade acreana. A busca de certas pessoas pela manifestação ferrenha dos costumes nos artigos de mercado em prol de benefício econômico, no qual tal prática mesmo que tímida na região no centro urbano do município de Rio Branco, que se supõe que cria uma possível estereotipização de identidade, esta que muitas vezes não aceita pelos próprios rio branquenses, em que a existência deste dítipo de benefício da cultura e negação desta é formado por conta dos conceitos remetentes ao indígena e o

Relato de Experiência Recipient's Reports

preconceito que esta categoria sofre tanto por parte dos próprios cidadãos acreanos e pela nação em si, que apesar de projetos a assistência a este, a renegação das origens não somente indígena, mais também nordestina, boliviana ainda é presente, evidenciando uma possível falta de uma verdadeira identidade cultural.

Tal aspecto quanto riqueza cultural possibilita uma visão positiva para o comércio através do lucro obtido com a tomada exótica para os artigos originários de símbolos representativos de uma identidade indígena e seringueira. Contudo havendo, neste dítipo a visão negativa em que a criação de estereótipos através da divulgação do estado pode atuar como atenuante a criação de preconceitos quanto à presença do indígena, a localização florestal e as origens étnicas da maior parte da população do estado do Acre.

2.2 O MERCADO VELHO DE RIO BRANCO – AC

O Mercado Velho localiza-se na Avenida Epaminondas Jácome no centro da cidade de Rio Branco - AC, sendo este um marco no empreendedorismo da construção em alvenaria no Estado, contudo apesar de sua antiguidade ainda se mantém em funcionamento em prol de objetivos comerciais, porém acrescentados de um maior simbolismo turístico.

Próximos ao mercado situam-se as duas principais pontes da cidade que simbolizam os processos de ocupação remotos e atuais do estado, com isso estas pontes ultrapassam seus objetivos rodoviários, chegando a ter objetivos históricos e turísticos. Elas também servem como marketing político como podemos observar nas propagandas do governo, segundo o site oficial do Estado:

O antigo Mercado Municipal, mais conhecido como Mercado Velho foi construído no final da década de 20, na gestão do Governador do Território, Hugo Carneiro. Sua construção foi um marco na história da urbanização de Rio Branco por ter sido a primeira grande construção em alvenaria da cidade. Recentemente passou por uma obra de revitalização que resgatou a importância do espaço e levou a população a visitá-lo com mais frequência. No prédio do Novo Mercado Velho, os antigos comerciantes, muitos com quarenta anos de atuação no local, foram mantidos em suas vendas, bares, lojinhas de ervas e produtos religiosos. No local, também funcionam pensões, lanchonetes, cafés e uma loja de artesanato [2].

Essas grandes obras ou reformas (como no caso do Mercado municipal de Rio Branco que fora reformado e nomeado com “Novo Mercado Velho”) tendem a caracterizar o povo acreano a partir da ideologia do governo, o qual nos remete a identidade da cidade e a própria história do povo acreano.

Relato de Experiência Recipient's Reports

2.3 CONVERSAS E PERCEPÇÕES

Para entendermos melhor a comercialização de objetos culturais acreanos fomos ao mercado e realizamos entrevistas mantendo um diálogo informal com alguns dos comerciantes, os quais nos receberam. A conversa pautou-se em temas como divulgação da cultura acriana, estereótipos acriano, comércio regional e seu possível auxílio na identificação do Estado.

Foram entrevistadas três pessoas: Uma artesã de etnia indígena que confecciona junto a sua tribo os produtos oferecidos na loja; Uma senhora que auxilia na fabricação de *souvenirs* do Acre; Um rapaz que revendia artesanato não somente acreanos, mas provenientes de países como a Bolívia e do Peru.

De acordo com as informações dos comerciantes 80% dos seus clientes são estrangeiros provenientes de países que fazem fronteira com o Brasil, principalmente Peru e a Bolívia que são os países que fazem fronteira com o estado acreano, os outros 20% são brasileiros.

Sabendo que majoritariamente os consumidores dos produtos são estrangeiros, em conversa com os entrevistados discutimos sobre a questão dos estereótipos relacionadas ao Estado do Acre. Perguntamos as suas percepções sobre comentários, que circulam nas redes sociais e sites de reprodução de áudio-visual como *Facebook*, *Youtube*,

Google+, dentre outros, por exemplo: “*O Acre existe?*” ou “*No Acre só tem índio!*”. Porém uma das entrevistadas, senhora Odília, apontou duas possíveis vertentes para presença dos estereótipos sobre a cultura acriana: o primeiro é a falta de conhecimento sobre o Estado por parte dos próprios brasileiros, e o segundo é criado pela própria população acriana, que em grande não aceitam suas origens. Por outro lado, há uma divulgação por parte da propaganda do governo que passa uma idéia do Estado em quanto habitado por povos da floresta. Apesar de uma parcela da população de fato viva diretamente do extrativismo devemos ressaltar que hoje o Estado tem sua maior população voltada para a área dos serviços localizados nos centros urbanos. Isso evidencia uma criação alegórica do Estado em prol de uma valorização de uma realidade não vivida pela maior parte dos acrianos.

Porém, o ato de divulgar o Estado através de seus aspectos históricos principalmente ao seu processo de ocupação é algo comum entre outros Estados que também materializam a cultura em prol de objetivos comerciais, recreativos, de divulgação para maior valorização e/ou como forma de denúncia, como por exemplo, o nordeste brasileiro e seus artistas filhos da terra como Luiz Gonzaga, Elba Ramalho e Dominginhos ou como denuncia da crise de uma parcela da região nordestina que tem a

Relato de Experiência Recipient's Reports

seca como agravante de seus problemas sociais.

Desta forma, o fator econômico atua na divulgação dos símbolos culturais que posteriormente são transformados em produtos e colocados no comércio. Porém o que ficou evidente através das entrevistas em relação aos estereótipos criados sobre o Acre e até mesmo o *marketing* governamental em evidenciar não apenas os slogans mais também a nomeação de lugares públicos que lembram a floresta e as origens indígenas como, por exemplo, o estádio de futebol que recebe o nome “*Arena da Floresta*”. Segundo eles, isso não influencia de forma tão efetiva no comércio a ponto de potencializá-lo, pois tal fator é perceptível porque algumas pessoas já possuem conhecimento sobre o Estado antes mesmo de visitá-lo. Tendo uma possível quebra da idéia da venda da identidade remota como a manifestação atual da sociedade acriana, contudo não se descarta a importância da valorização do histórico diante o atual.

Dessa forma, há de fato o preconceito sobre a região acriana, em que o ciclo comercial dos símbolos históricos culturais, não caracterizam de fato a manifestação da sociedade atual. Porém nesses estabelecimentos comerciais proporcionam a mescla de produtos uma vez que ali se encontram elementos originários de outros países como do Peru e Bolívia, sendo assim,

no Mercado Velho de Rio Branco há uma comunicação cultural e econômica.

Portanto, entende-se que o hibridismo cultural influencia na economia da região, tendo em vista a ampliação do comércio e dos benefícios acrianos ao oferecer uma variedade de produtos no mercado cultural.

2.4 A MANIFESTAÇÃO ATUAL DA CULTURA ACREANA E SEUS TRANSPORTES

Os meios que transportam e transladam a cultura do âmbito local para o mundial parecem estar bem evidentes em uma sociedade que caminha cada vez mais para uma globalização de inter-relação econômica e de meios que proporcionam o intercâmbio de ideias.

A cultura acriana não está tão disseminada assim, uma vez que permanece em pontos isolados ou sem destaque nacional. Porém, tais aspectos não são relativos apenas aos movimentos culturais da atualidade da cultura acriana, uma vez que outros movimentos não financiados não conseguem também seus destaques em âmbito nacional.

Tal constatação pode soar contraditória uma vez que o Acre e sua origem cultural é bem ou mal conhecida, porém, vale-se do princípio defendido segundo antropólogo *Bronislaw Malinowski*, de que a cultura não deve ser analisada sobre

Relato de Experiência Recipient's Reports

suas manifestações remotas, porém em sua atividade atual [3].

Poderíamos nos perguntar como a cultura acriana se manifesta hoje e como ela é transportada, e então como solução encontraríamos que a venda de artigos que simbolizam a história acriana pode também ser analisada como uma forma de propagá-la a partir da música, TV e cinema, eventos culturais e acadêmicos. Porém, o simples fato de termos grupos musicais acreanos ajudam no caráter replicador da nossa identidade ou então a promoção de eventos de prestígio que sejam realizados em solo acreano, que ajudam na disseminação cultural.

Para termos uma base de como funciona os “movimentos não financiados” que fora citado, observamos a banda acreana “Los Porongas”, com sucesso Internacional, o qual conseguiu seu êxito com investimento particular. Tal fato evidenciado pela Banda “Filomedusa”, assim como “Los Porongas”, também é Independente, ou seja, já consegue se sustentar a partir da música com recursos próprios. Ambos os grupos participam de diversos festivais no Brasil, como por exemplo, em 2007 as duas bandas foram selecionadas como os lançadores dos melhores Singles e Álbuns.

Ainda no âmbito musical podemos citar outros eventos como o “Grito Rock” que tem algumas bandas acreanas na base do festival, o site Portal do Amazônia descreve o evento da seguinte forma:

RIO BRANCO - Bandas de rock consagradas do Acre estão programadas para o “Grito Rock 2013”, nos dias 29 e 30 de março, em espaços como Casarão e DCE da Universidade Federal do Acre (Ufac), a partir das 22h. O festival realizado há sete anos, com base no conceito dos grandes eventos do gênero, receberá nesta edição os grupos Mogno, Os Descordantes, Camundogs, Martires, ZooHumanos, Kali e os Kalhordas e Filomedusa. A única banda fora do eixo acreano é a Beradelia, de Rondônia. O evento realizado em Rio Branco não foge dos padrões das versões do “Grito Rock”, existentes em todos os estados e regiões brasileiras. O movimento se conecta com grandes cidades da América Latina, onde pretende alcançar 300 cidades de 30 países diferentes, somente este ano. Além dos latinos, outros países dos continentes da Europa, Oceania e África integram-se à proposta cultural [4].

Dessa forma o evento de amplitude global possibilita a divulgação da música levando em consideração a importância enquanto conexão do regional e global.

Outro evento de divulgação do Acre aconteceu no ano de 2007, entre os meses de Janeiro - Abril, foi exibida pela *Rede Globo* de televisão a Minissérie *Amazônia – de Galvez a Chico Mendes* que teve como diretora Gloria Perez, o qual foi baseado na obra *O Seringal* de Miguel Ferrante - escritor acreano esta teve grande importância para a divulgação da história e cultura acreana, por motivo de ser uma das principais obras a divulgar o Estado não apenas em âmbito nacional, mas também internacional. A

Relato de Experiência Recipient's Reports

minissérie retrata os conflitos que ocorreram na região do atual Estado do Acre, terras que pertenciam a Bolívia e que foram anexadas ao território brasileiro através do tratado de Petrópolis firmado entre o Brasil e a Bolívia no ano de 1903.

O Cinema participa com a divulgação e troca de trabalhos no *Festival Internacional Pachamama – Cinema de Fronteira* que acontece consecutivamente desde o ano de 2009 no Estado do Acre, este festival é uma reunião de filmes da América Latina o qual é feito uma seleção a partir da inscrição no endereço “<http://cinemadefronteira.com.br/>”, e após a seleção é feita a exibição ao público em bibliotecas e em teatros, difundindo e incentivando o intercâmbio cultural entre Brasil, Bolívia e Peru. Após a amostragem é feita a seleção de melhores longas metragens, curtas metragens e cinema comunitário e é divulgado no próprio endereço citado.

Por fim, neste ano de 2014 ocorreu a 66ª edição da SBPC (Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência) aberto a visitação e participação de toda a população. Esse evento é dividido em segmentos para contemplar a participação de todos os níveis de escolaridade desde o fundamental ao superior: SBPC Jovem e Mirim; SBPC Sênior; SBPC Cultural, tendo como outro ponto marcante a estréia do segmento SBPC Indígena.

Diante disso, percebemos que apesar da existência de vários eventos que

promovem de forma positiva uma região, os estereótipos se fazem presente em relação as manifestações culturais de um povo.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desse modo foi possível verificar que de fato a cultura acreana passou por várias mudanças durante o tempo assim como outras. Contudo a atual manifestação não está carregada de valor histórico, uma vez que pelos processos de difusão, essa cultura é diluída com outras e exportada para outros lugares através dos meios de comunicação.

Nesse sentido, foi possível observar através desse trabalho, certos aspectos da origem dos estereótipos criados sobre essa região Amazônica, tendo nessa a triste constatação de que a própria população cria os preconceitos sobre si e o quanto a ausência do sentimento de identidade histórica é renegada pelo próprio povo acreano.

Portanto tornar-se necessário a realização de outros trabalhos sobre as questões ligadas à cultura acreana e suas manifestações antigas e atuais, porá que possa ressaltar a importância de todas as manifestações culturais, além de promover uma valorização das contribuições dos indígenas, nordestinos e de outros povos.

5. REFERÊNCIAS

[1] BRANT, L. **Mercado Cultural**. São Paulo: Escrituras, 2001.

Relato de Experiência Recipient's Reports

[2] Governo do Acre. **Mercado Velho**. Disponível em: <www.ac.gov.br>, Acesso em 21 de Nov 2014.

[3] TOMAZI, N.D. **Sociologia para ensino médio**. São Paulo: Saraiva, 2010.

[4] SILVA, L. **Bandas acreanas Filomedusa e Los Porongas são destaques independentes de 2007**. Disponível em: <<http://gritoacreano.blogspot.com.br/2007/12/bandas-acreanas-filomedusa-e-los.html>>, Acesso em 15 de Out 2014.