

## **A CONSTRUÇÃO DA AMAPALIDADE: TERRITÓRIO, IDENTIDADE E RELAÇÕES DE PODER.**

Lídia Lobato Leal<sup>1</sup>

**Resumo:** Este trabalho é resultado de pesquisa de dissertação de mestrado e tem como foco analisar a inauguração do sentido de amapalidade (sentimento de pertencimento ao estado do Amapá) pelo viés da ideia de território, da identidade e das relações de poder estabelecidas para sua construção; as estratégias que podem ser implementadas para que a subjetivação do pertencimento seja levada à população e suas possíveis consequências.

**Palavras-chave:** Território, identidade, estado do Amapá.

### TERRITÓRIO

O presente trabalho apresenta o local que é hoje chamado estado do Amapá, que em 1637 foi doado pela cora portuguesa a um donatário, porém ficou em litígio com ingleses, holandeses e franceses, mesmo após a assinatura do tratado de Utrech<sup>2</sup> em 1713, o que motivou a construção da Fortaleza de São José de Macapá. Com a descoberta de ouro e a intensificação do ciclo da borracha motivou-se a invasão francesa em 1895 e, na tentativa de provar a posse da terra, as expedições dos naturalistas também se intensificaram. Em 1900 o laudo Suíço<sup>3</sup> foi emitido a favor do Brasil, deixando aquela porção de terra como parte do estado do Pará. Em 1943 foi nomeado Território Federal do Amapá, sendo denominado estado da federação em 1988, através da constituição Federal do mesmo ano (SANTOS, 1994).

Desde os períodos conturbados de disputa territorial até a eleição de 2001 as cerâmicas Cunani e Maracá eram objetos de estudo, principalmente de pesquisadores estrangeiros como Betty Meggers, Clifford Evans e Peter Hilbert, e do próprio Emílio Goeldi e de Ferreira Penna, salvo os trabalhos realizados através dos pesquisadores do Museu Joaquim Caetano da Silva (Macapá- AP)

1 Mestre em Cultura Visual (PPGMCV FAV/UFG), Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás- Campus Uruaçu. lleal19@gmail.com.

2 Em 1713 foi reconhecida em Utrecht (nos países baixos) a soberania de Portugal sobre as terras brasileiras compreendidas entre os rios Amazonas e Oiapoque (SANTOS, 1994).

3 O presidente da Suíça (Confederação Helvética), Walter Hauser, após exposição feita pelo Barão do Rio Branco, expede em dezembro de 1900 o Laudo Suíço dando ganho de causa ao Brasil na Questão do Contestado Franco-Brasileiro (SANTOS, 1994)



do Museu Paraense Emílio Goeldi. Sendo que essas pesquisas estavam confinadas aos relatórios do Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (IPHAN) através do Sistema de Gerenciamento do Patrimônio Histórico do IPHAN; O que aqui chamo de círculos acadêmicos.

No ano de 2001

O então Departamento Estadual de Turismo - DETUR pretendia desenvolver turismo cultural em sítios arqueológicos, discutia juntamente com o PROECOTUR/ MMA [Programa de ecoturismo do Ministério do meio ambiente], ações que permitissem a gestão do patrimônio histórico e arqueológico com vistas ao desenvolvimento das comunidades próximas aos polos turísticos. (PARDI & SILVEIRA, 2005, p. 01)

Assim, com um impulso institucional tanto federal como estadual acontecia o incentivo ao turismo cultural. As estratégias desses parceiros incluíram criar equipes mistas das diversas secretarias do governo local e representante da instância federal através dos superintendentes locais, do Instituto de Estudos e Pesquisas Científicas e Tecnológicas do Amapá (IEPA); com contatos pessoais e relatórios sobre o andamento das atividades, trabalhando por amostragem, buscando conhecer o que já estava introjetado pela comunidade, tentando ainda saber quais os sítios existentes no Estado. Esse envolvimento entre as diverssas Secretarias possibilitou fazer o levantamento dos Sítios Arqueológicos, e, através dessas informações a exploração política, turística e econômica das imagens das cerâmicas Maracá e Cunani.

Através de uma política de acervo Pardi & Silveira (2005), juntamente com os parceiros institucionais<sup>4</sup>, procederam a ações de guarda, levantamento, políticas de análise das padronagens, estimulando a criação de "casas de memória", higienização, numeração, catalogação, armazenamento e exposição das peças já encontradas e das que eventualmente fossem descobertas; tentando sempre recontextualizá-las.

A contribuição do SEBRAE/AP se dá através das Parcerias Público-privadas (PPP' s), incentivadas pelo Governo federal, com o intuito de trabalhar onde o poder público não atuasse - principalmente na qualificação a micros e pequenos empresários. O SEBRAE/AP como parceiro do governo local percebeu como "identidade local" as imagens da cerâmica Maracá e da cerâmica Cunani, e as aglutinou a seu plano nacional "Quem tem conhecimento vai pra frente", com a finalidade de conferir características únicas às peças artesanais produzidas no Amapá.

O Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE/AP em 2006, Sr. Jaime Nunes assim se

---

4 Os Parceiros Institucionais internos: Secretaria de Turismo, Secretaria de trabalho e Empreendedorismo, do Meio ambiente, o Museu Joaquim Caetano e o IEPA. Os parceiros externos:SEBRAE, BASA, SESC, Tv e Jornal A Gazeta, Faculdade Seama e Faculdade CEAP .

pronuncia:

As motivações atuais pela compra de produtos artesanais, por parte dos visitantes de nosso Estado, envolvem não apenas as necessidades de uso, mas também interesse e curiosidade despertados por aspectos que expressem, de forma clara e sintética, nossa identidade cultural (SEBRAE/AP, 2006, p. 7).

O turismo cultural acabou sendo o reforço necessário ao atendimento dos interesses institucionais locais e do Governo federal, promovendo um incentivo a utilização das imagens Maracá e Cunani, por parte dos artesãos.

#### IDENTIDADE

Castells, entende por identidade a fonte de significado e experiência de um povo ou de um indivíduo (2000, p. 9-10):

Não temos conhecimento de um povo que não tem nomes, idiomas ou culturas em que alguma forma de distinção entre o eu e o outro, nós e eles, não seja estabelecida... O auto-conhecimento - invariavelmente uma construção, não importa o quanto possa parecer uma descoberta - nunca está totalmente dissociado da necessidade de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros.

Quanto aos atores sociais, Castells entende por identidade o processo de construção do significado com base em um atributo cultural. Ele ainda fala que pode ser um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, os quais prevalecem sobre outras fontes de significados. Ou seja, para um determinado indivíduo, ou ainda um ator coletivo, pode haver identidades múltiplas. No entanto essa pluralidade é fonte de tensão e contradição, tanto na auto-representação quanto na ação social. O conhecimento sobre *quem eu sou e o quê ele é* produz a diferenciação necessária para demarcar as questões de identidade, sendo que esse *quem eu sou* é uma construção delimitada por condicionantes temporais, espaciais de gênero, de sexualidade, de etnia, de violência, de classe e o *quê* ele é também participa desse mecanismo de construção, seja prático, lingüístico ou imagético.

É necessário estabelecer distinção entre identidade e o que tradicionalmente os sociólogos chamam de papéis (ser trabalhador, dona de casa, vizinho, sindicalista, ambientalista, etc.), que seguem normas estruturadas por instituições e organizações da sociedade.

Castells (2000), afirma que as identidades constituem fonte de significados para os próprios atores por eles organizadas e construídas por meio de um processo de individuação. Diferente dos

papéis, cuja importância relativa no ato de influenciar pessoas, em seu comportamento, depende de negociações e acordos entre indivíduos e essas instituições e organizações.

Em uma primeira aproximação parece ser fácil definir “identidade”. A identidade é simplesmente aquilo que se é: “sou negro”, “sou homossexual”, “sou jovem”, “sou homem”. A identidade assim concebida parece ser uma positividade (“aquilo que sou”) uma característica independente, um “fato” autônomo. Nessa perspectiva a identidade só tem com referência a si própria. (SILVA, 2000, p. 74)

Considerando esse viés, a identidade e a diferença estão convivendo lado a lado, pois a diferença é aquilo que o outro é, do mesmo jeito a diferença é concebida com auto referenciada, e assim com a identidade, a diferença é fruto da relação entre os sujeitos. Na concepção legitimadora o que é relacional passa a ser unilateral. E isso revela o outro lado da questão identitária: o *outro* fica marcado como aquele que *não* possui as mesmas características que *eu*.

Para Homi Bhabha (1998), esse *outro* é a representação fetichista daquilo que me atrai, mas ao mesmo tempo recusa a ver, gerando um constante movimento de ida e vinda (na maioria dos casos só de ida) e conseqüentemente as tensões ou recusas violentas.

Para compreender esse processo de identidade, de recusa entre eu e o outro, é preciso ver a definição de Castells:

Defino significado com a identificação simbólica por parte de um ator social, da finalidade da ação praticada por tal ator. Ou seja, do ponto de vista sociológico, toda identidade é construída. A principal questão diz respeito a como, a partir do que, por quem e para quem isso acontece (CASTELLS, 2000, p. 23).

Nesta pesquisa qual a finalidade institucional quando pretende “resgatar” a identidade do Amapá? Ainda baseada em Castells a partir de que ideia? E para quê? Vale ressaltar que o Estado do Amapá, sendo um estado jovem, passou por diversas disputas territoriais com a França, levando-o assim a assinar o Tratado de Utrecht (1713) e o Laudo Suíço (1900), que, finalmente, delimitaram suas fronteiras enquanto território brasileiro. Questões como o desmembramento da província do Grão Pará e Maranhão e sua transformação em Território Federal, em 1943, de acordo com Carvalho (1998), acarretaram um forte fluxo migratório. Surge daí então a necessidade de as instituições amapaense, lideradas pelo Governo do estado “delimitarem” as questões de identidade.

A partir da questão da identidade, Tomaz Tadeu da Silva afirma que “na perspectiva da diversidade, a diferença e a identidade tendem a ser naturalizadas, cristalizadas, essencializadas”, (2000, p. 73) ou, para ser sucinta, homogeneizadas. Se, a partir de uma perspectiva histórica, a consolidação do Estado do Amapá precisou ser “solucionada” Na metade do século XX com o

Território Federal do Amapá, a questão da identidade permanecia em aberto, necessitando-se consolidá-la. Este autor argumenta que, declarar uma identidade, um adjetivo que me defina e às minhas crenças, é muito mais simples do que declarar o que “não sou”. Partindo desse princípio, ao tentar homogeneizar identidades diversas, as demais identidades são negligenciadas à medida que se colocam à margem dessa afirmação.

A campanha da criação da identidade amapaense, que tem por título “O Legado das Civilizações Maracá e Cunani - O Amapá Revelando sua Identidade”, foi lançada com um livro, cartazes e uma exposição itinerante. Ao analisarmos as ações da linguagem num sentido de impressão de identidade, podemos recorrer a Saussure (*apud* SILVA, 2000, p. 77), que alerta para o fato de que os elementos (signos) de uma língua não possuem valor isoladamente, eles precisam de um conjunto de significações para de fato existirem. O conjunto de significações articulados na “campanha do sentimento de amapalidade” é muito extenso e utiliza-se dos meios que institucionalmente estão em seu poder. Nesse caso em particular, a linguagem constrói imagens tanto escritas, quanto faladas.

Na exposição realizada para o lançamento do livro “O Legado das Civilizações Maracá e Cunani: O Amapá Revelando sua identidade” em 2006 na Fortaleza de São José de Macapá, foram colocadas as peças realizadas pelos artesãos nas oficinas promovidas pelo SEBRAE/AP, baseadas nas urnas Cunani. A impressão de identidade aparece na palavra “Amapalidade” que aparece repetidas vezes nesta exposição, e explicita uma gama de “características peculiares ao povo ou ao modo de ser amapaense”. As peculiaridades são uma tentativa institucional de determinar o modo de sentir e viver para o povo amapaense, ou seja, as características obrigatórias impostas pela Campanha da Amapalidade, partindo do que Castells chama de identidade Legitimadora.

Castells (2000) apresenta três diferentes formas de construção da identidade, entendendo que essa construção sempre ocorre em um contexto marcado por relações de poder:

- 1 – Identidade legitimadora – introduzida por instituições dominantes da sociedade, no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais, tema este que está no cerne da teoria da autoridade e dominação de Sennet (1986) e se aplica a diversas teorias do nacionalismo.
- 2 – Identidade de resistência – Criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou marginalizadas pela lógica da dominação construindo, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade, ou mesmo

opostos a estes últimos conforme propõe Calhoun ao explicar o surgimento da política de identidade.

3 – Identidade de projeto - Quando os atores sociais utilizando-se de qualquer material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social.

Segundo Castells (2000, p. 24), cada tipo de processo de construção da identidade produz um resultado distinto quanto à construção da sociedade. A identidade legitimadora dá lugar a uma sociedade civil, ou seja, a um conjunto de organizações, bem com uma série de atores sociais estruturados e organizados que embora, às vezes de modo conflitante, reproduzem a identidade que racionaliza as fontes de dominação estrutural.

O segundo tipo que trata da resistência enquanto mecanismo de defesa e construção da identidade, leva a formação de comunas, ou comunidades, e segundo Castells (2000) possivelmente, é o mais importante perfil de construção de identidade de nossa sociedade, justamente por ser forjado nas diferenças e dificuldades de ser reconhecido, por ser estigmatizado e por estar em constante movimento, numa lógica dialética que busca sempre a superação de obstáculos e dificuldades para ser reconhecido.

O processo de construção de identidade de projeto produz sujeitos conforme fala Castells (2000, p. 26):

Chamo de sujeito o desejo de ser um indivíduo de criar uma história pessoal de atribuir significados a um conjunto de experiências da vida individual... A transformação de indivíduos em sujeitos resulta da combinação necessária de duas afirmações, a dos indivíduos contra as comunidades e a dos indivíduos contra o mercado.

O reconhecimento, portanto, da capacidade de mudar, de criar e forjar uma identidade, uma cultura, um significado, a partir de ações individuais e coletivas, está além dos segmentos racial, de gênero, de etnia, de sexualidade, de classe ou credo. Mas vincula-se a interesses em comum dos atores sociais através de uma consciência de existência coletiva. O que não é o caso aqui, uma vez que não são os atores sociais os protagonistas dessas mudanças, mas seus governantes. Pois o GEA apresenta modelos identitários a serem seguidos.

O sentimento de Amapalidade, está relacionado a uma Identidade Legitimadora – para fazer referência a Castells-, pois as instituições governamentais se utilizam de suas secretarias, (de turismo, economia, de meio ambiente de trabalho e emprego), de seus colaboradores privados (SESC, SEBRAE/AP, BASA, SEAMA, CEAP) de seus funcionários e de todo os aparatos

financeiros, nesse caso do departamento de turismo (DETUR), do Ministério do Meio Ambiente, do IPHAN e do apoio midiático.

Para Castells (2000) esses elementos em si não fornecem as bases para os paraísos comunais da sociedade em rede, por que considera que ela esteja fundamentada nos vínculos primários que perdem sentidos quando extraídos de seu contexto histórico, com base para a reconstrução do significado em um mundo de fluxos e redes de novas combinações de imagens e novas atribuições de sentidos. Não bastasse que:

Em meio a comunas culturais e unidades territoriais de autodefesa, as raízes étnicas são distorcidas, divididas, reprocessadas, misturadas, estigmatizadas ou recompensadas de maneiras distintas, de acordo com uma nova lógica de informacionalização/globalização de culturas e economias que reproduzem compostos simbólicos a partir de identidades não claramente discerníveis. Raça é um fator muito importante, mas dificilmente se pode dizer que seja ainda capaz de construir significados. (CASTELLS, 2000, p. 78).

As imagens Maracá e Cunani que pertenciam até recentemente ao universo acadêmico<sup>5</sup>, através dos estudos iconográficos arqueológicos, passaram a ser utilizadas pelo SEBRAE/AP e pelo Governo do Estado do Amapá, a partir de 2006, com a finalidade de promover um movimento no sentido de construir um “sentimento de Amapalidade”, a partir da massificação dessas referências visuais que simbolizam o resgate da história do Amapá. Esse sentimento de Amapalidade, na visão dos representantes do governo estadual, seria o vínculo identitário que estabeleceria a noção de pertencimento dos indivíduos à sociedade amapaense. O estabelecimento deste vínculo dá-se a partir da exposição ostensiva das imagens Maracá e Cunani em atividades cotidianas como no jornal impresso, em propagandas de eventos, em revistas como a “ Casa da Amapalidade”, em grafismos presentes nas fachadas de prédios públicos como a Casa o Artesão, Centro de Convenções João Batista de Azevedo Picanço, na lataria dos ônibus urbanos e até mesmo nas lixeiras das praças públicas.

Para Stuart Hall, o sentimento de pertencimento a uma nação está vinculado a uma composição de instituições culturais, símbolos e representações. O que ele chama de *narrativa da nação*, pois esta é contada e recontada através de “estórias, imagens, panoramas, cenários [...], triunfos e desastres que dão sentido a nação” (2003, p.52, *grifo do autor*).

Aqui faço uma apropriação do termo *nação* para utilizá-lo analogamente em termos de localidade, ou seja: o uso das imagens pelo GEA e SEBRAE/AP ajuda a construir um sentido de

---

<sup>5</sup> Quando exponho o universo acadêmico, explico que estavam presentes em teses e dissertações ou relatos de pesquisa e não como imagens que invadem o cotidiano.

localidade, que para Hall, seria um sentimento de pertencimento à nação. A *narrativa da nação*, neste caso, poderia ser uma narrativa local com estórias, imagens, símbolos e re-significações elaboradas institucionalmente.

Zygmunt Bauman (2005) - diferentemente de Castells (2000), compreende a identidade (para ele identidades) não como uma construção, mas como um fenômeno decorrente de fatores como a globalização, os deslocamentos populacionais (migratórios), os meios de comunicação de massa e as mudanças nos meios de transportes, sobretudo da metade do século XX até aqui. Aqui trato desse fenômeno como uma construção, baseada em Stuart Hall (*In: SILVA, 2000, p. 106*), que diz: é “construída a partir do conhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal”, surgindo assim o agenciamento, no sentido de “produzir” um sentimento pertencente a todos.

#### AS IMAGENS MARACÁ E CUNANI E SUA CONDIÇÃO IDENTITÁRIA

As imagens<sup>6</sup> Maracá e Cunani vêm sendo extensamente expostas nas cidades do Estado do Amapá através do SEBRAE, com apoio do Governo do Estado do Amapá (GEA) e instituições privadas de ensino. O que remete este estudo a fazer uma ligação com a análise não somente da Indústria Cultural, mas do papel que esta vem tendo na produção e veiculação imagética e artística.

Alfredo Bosi (1992, p. 322) nos diz que estas instituições: “são organizações modernas complexas que administram a produção e a circulação de bens simbólicos”. Desse modo se faz necessário a compreensão sobre as questões de identidade, das instituições e de sua articulação para tentar construir um sentido identitário através do uso de imagens específicas (Maracá e Cunani).

Bauman (2005.) nos demonstra o caráter ficcional da identidade, pois as posições de sujeito, de sentido de pertencimento, de identidades sexuais e de gênero não foram *naturalmente* gestadas e, como já foi esboçado, a identidade somente se consolida com a fratura ou a ameaça de *quem eu sou*. “Nascida como ficção, a identidade precisava de muita coerção e convencimento para se consolidar e se concretizar numa realidade” ( p. 26). É desse modo, que os binômios ou categorias lingüísticas e representacionais se prestam à fixação dessa ficção que é no momento contemporâneo a identidade. O Estado moderno (que neste estudo é tratado como instituição<sup>7</sup>), para concretizar, gerir e legitimar seu poder sobre seus indivíduos necessita de instrumentos para melhor alcançar esse empreendimento, e assim garantir sua continuidade.

---

<sup>6</sup> De acordo com Flusser (2002), a imagem é resultado de uma técnica e depende de um aparelho, de uma escolha do olhar de quem as produz, da forma de reprodução e de sua relação com a recepção. Flusser revela uma preocupação com uma “filosofia da fotografia”.

<sup>7</sup> De acordo com Alfredo Bosi (1992)

Para isso são criados sistemas de representação, que para Stuart Hall (2003) é concebido em seu nível significante e se expressa por meio de pinturas, fotografias, textos, filmes, imagens em geral e também da expressão oral, sendo um traço visível e exterior. Ao analisar pelo pensamento pós-estruturalista o conceito de representação, podemos ainda entendê-la como sendo qualquer sistema de significação, uma atribuição de sentidos, fazendo parte de todo um arcabouço linguístico e cultural.

Assim, “quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade” (SILVA, 2000, p.91). E isto nos faz refletir em questões como: quem tem, em nossa sociedade, o poder da representação? Com quais sistemas de representação essas ‘entidades’ estão comprometidas? A quem interessa dominar os meios que veiculam as representações? Entender as imagens como representações é dotá-las de sentidos.

Do sentido da imagem, Vilém Flusser anuncia que “imagens são superfícies que pretendem representar algo” (2002, p. 7). Seria muito ingênuo imaginar que as instituições do estado do Amapá teriam a intenção de apenas “resgatar” imagens que estavam esquecidas. Quando sua exposição passa a ser frenética, essas imagens são incorporadas no imaginário e, por que não dizer, passa a imprimir e representar conceitos e servindo de alienação, na medida em que estas são substituições de sua imaginação, pois o sujeito passa “a ser incapaz de decifrar imagens” ( p. 7) aceitando o que lhe é “dado” por aqueles que detêm os mecanismos de reprodução e reorientação dessas imagens. Esses conceitos servem de alienação, pois acabam por afastar os sujeitos do contato real e significativo, conduzindo-os a visões parciais ou distorcidas sobre outros sujeitos e objetos que lhe são dados a ver.

No caso das imagens Maracá e Cunani, estamos lidando com uma produção que não se auto designava deste modo, visto que as intenções de sua produção estão vinculadas a elementos cotidianos completamente diversos da produção visual contemporânea. Nesta tentativa de aproximação, as instituições “financiam” a produção de design com as referências imagéticas Maracá e Cunani.

Para Canclini (2006) o fascínio gerado pelo primitivismo ou o retorno ao modernismo, no sentido de justificar a utilização de imagens de culturas primitivas ou pré-históricas nos remete a essa tentativa oficial de demonstrá-las como identidade de um povo no momento contemporâneo. É análoga a exposição de Canclini no livro “Culturas Híbridas”, pois nos revela uma prática não somente dos museus, mas nesse caso, das instituições do Estado do Amapá e perpassa a questão levantada por Canclini que de maneira direta se relaciona com esta investigação.

E Canclini (2006, p.56), pergunta: “A que se deve essa insistência na unicidade, na pureza,

na inocência, no selvagem [...]?”. No autor e neste trabalho a resposta está vinculada ao valor econômico do investimento, pois é necessário que estas produções alcancem altas cotações já que elas estão cada vez mais relacionadas a grandes companhias, a antiguidades, a promoções de eventos, a venda de produtos enfim, muito mais do que a valores estéticos, as produções visuais primitivas precisam estar vinculadas a valores econômicos. No caso das imagens Maracá e Cunani o governo do estado do Amapá e seus parceiros Institucionais apenas reproduzem o que o modernismo brasileiro fez: utilizou modelos de plantas, cores, formas e grafismos locais para reproduzir faixas decorativas nos moldes europeus, por exemplo.

Dese modo, o investimento feito pelas instituições estatais e ou privadas do Amapá tendem a soterrar as ações das identidades de resistência (CASTELLS, 2000), uma vez que ao ganharem o título de exóticos e paralelamente serem massivamente reproduzidos perdem o sentido. Os valores econômicos atrelados às imagens Maracá e Cunani assumem então o papel não de democratizante, mas de excludente.

A vinculação dos artesanatos produzidos a partir das imagens Maracá e Cunani, produzem determinações sociais que ficam atreladas a essas representações e são o reflexo das políticas culturais institucionais, gerando um distanciamento entre as imagens das cerâmicas e os objetos produzidos a partir desse grafismo, esvaziando-as de sentido e por fim tornando-se objetos massificados.

## RELAÇÕES DE PODER

### SEBRAE e Governo do Estado em articulação

Trago como objeto de análise a exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade” (realizada na Fortaleza de São José de Macapá em junho/julho de 2006), a publicação homônima do SEBRAE/AP (lançada por ocasião da exposição), O panfleto desta mesma exposição, um fragmento de panfleto da campanha eleitoral ao governo do Estado do Amapá de 2006, o programa do III Aldeia SESC – povos da floresta (ocorrido em agosto de 2008) e a primeira edição da revista “Casa da Amapalidade”. A intenção é compreender como esses elementos de propaganda são utilizados na campanha da Amapalidade.

Na introdução do livro “O legado das civilizações Maracá e Cunani, o Amapá revelando sua identidade”, editado em 2006 pelo SEBRA/AP, o então governador Waldez Góes falava da necessidade de se resgatar a identidade de seu povo:

Ao falarmos de identidade cultural do Amapá, imaginamos de imediato, mundos e

povos surpreendentes, habitantes de tempos passados que por aqui deixaram suas marcas e seus ensinamentos, dos quais a essência das qualidades espirituais, modos de vida, sistemas de valores, crenças e tradições, romperam a barreira do tempo e ainda se fazem presentes entre nós (SEBRAE, 2006, p. 5).

O termo “civilização” presente no título da exposição e da publicação do SEBRAE/AP nos remete ao discurso do Governador Waldez Góes no texto acima: “mundos e povos surpreendentes” . Esse discurso tenta heroicizar os povos que habitaram a região de Maracá e Cunani com a clara finalidade de elevar a auto-estima de *seus descendentes* – a população residente no Amapá.

Com essa fala o governador direciona seu discurso para um retorno às produções artesanais dos povos ceramistas que habitaram o Amapá (Maracá e Cunani), a partir de seu legado artístico e cultural. Em sua apresentação fala da necessidade de se reescrever a história das descobertas, exaltando a riqueza dos sítios arqueológicos do Amapá, em especial os de Maracá e Cunani, a expressividade de sua arte e simbologia. Como não podia deixar de falar, além do trabalho que vem sendo realizado no sentido desse resgate, dessa ressignificação das obras. Tendo “cada vez mais a certeza da missão ética de sermos os guardiões desses valores”, afirma (SEBRAE, 2006, p. 5).

Na fala do Governador Waldez Góes os povos que legaram as imagens Maracá e Cunani são romantizados e, na imagem 10 as urnas funerárias são reproduzidas especificamente para esse fim: serem expostas. Para atingir os visitantes da exposição trabalhou-se com a elevada qualidade técnica de reprodução através das cerâmicas, dos *banners* da exposição e de seu catálogo, ajudando a imprimir uma sensação de sobrevivência magnífica desses povos.

Na entrada da exposição dia 23 de junho de 2006, na Fortaleza de São José de Macapá. A exposição estava dividida em três partes: Sítio arqueológico Maracá, a reprodução de peças e *banners* explicativos sobre os sítios; Sítio arqueológico Cunani, a reprodução de peças e *banners* explicativos; a terceira parte era das peças feitas pelos artesãos que participaram das oficinas do SEBRAE/AP.

Um dos conceitos fundamentais para a Análise do Discurso é o de ideologia, que tem o papel crucial de regular os sentidos possíveis para o sujeito em determinadas condições. Segundo Pêcheux (1997), a ideologia é um modo de transformação dos indivíduos em sujeitos, “sujeitos de seu discurso” ou dos discursos dos outros, os que possuem discursos legitimadores. Assim, pode-se afirmar que essa noção é intrínseca às noções de sujeito e de discurso.

O indivíduo pode ser sujeito de diversas situações e em cada uma se posicionar de forma diferente. O sujeito se posiciona a partir de determinado prisma ideológico, muitas vezes até mesmo inconsciente. Somos sujeitos no processo quando somos obrigados a tomar posições desta ou

daquela maneira, escolhendo palavras, usando determinado tom. Para Althusser (1985, p. 96), “toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos, através do funcionamento da categoria de sujeito”. O sujeito se posicionará de um determinado lugar- daquele de onde fala. E essa interpelação traz a marca, segundo Mikhail Bakhtin (1986), do horizonte social de uma época e de um grupo. Na fala do Governador do Amapá a ideologia explicitada é a de uma origem comum, através das imagens Cunani e Maracá, que resgatariam o sentido de ser amapaense. Quando as instituições do Amapá (GEA e seus parceiros) enfatizam o discurso ideológico de uma origem comum, heroica e romantizada, que convencer sujeitos através de grandes feitos, de uma origem distante no tempo e comum a todos.

Falar de uma ressignificação das imagens cerâmicas encontradas nos sítios arqueológicos de Maracá e Cunani é falar de um discurso que aponta para um passado comum e resgata uma modo de sentir e existir conferindo uma nova roupagem para os objetos de uma cultura que em outro tempo e para outro povo teve um significado diverso.

A presença da ideologia como base de fundamentação para a produção do discurso é significativa do ponto de vista social, especialmente pelo fato de apresentar valores e visões que caracterizam grupos sociais ou sujeitos enquanto atores sociais, os quais se difundem nos meios de comunicação, tornando-se, em muitos casos, universais, uma vez que esses discursos acabam impregnando os sujeitos mais vulneráveis socialmente e transformando esse discurso repetitivo em verdade.

Não por menos o governador Waldez Góes fala de sua equipe, mostrando que há um longo caminho ainda a ser trilhado. Por isso também cita os técnicos do governo envolvidos neste projeto, através do Museu Joaquim Caetano da Silva, e do SEBRAE, e que desde 2003 já vinha trabalhando para esse momento da publicação do livro e exposição das peças arqueológicas.

No panfleto da exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua Identidade” em sua contracapa os parceiros do Governo do estado são listados. Parceiros como o Banco da Amazônia S.A (BASA), Banco do Brasil e o SEBRAE/AP. Essa exposição teve sua abertura em 23 de junho de 2006, na Fortaleza de São José de Macapá, principal marco histórico da colonização portuguesa no norte do país.

Do ponto de vista da ideologia e das imagens como passíveis de serem elementos de difusão ideológica, o discurso institucional através do governo e seus demais parceiros, essa aglutinação de “coincidências” corrobora para a fixação do sentido de Amapalidade.

Na apresentação do panfleto o discurso visa sensibilizar a população e a sociedade amapaense para este “novo” momento como um resultado de esforços e de várias contribuições, no sentido ainda de envolver os pequenos empreendedores – artesanais ou industriais: “para que incorporem essa nossa identidade cultural em seu processo produtivo”. Com isso, o representante do poder executivo estadual do Amapá quer dizer que os amapaenses devem se tornar cada vez mais singulares e expressivos. (SEBRAE, 2006, p. 5).

O discurso da singularidade está estreitamente vinculado a uma identidade também singular e única; e o discurso da unicidade transforma os amapaenses nos seres que devem, através das imagens Maracá e Cunani difundi-las para atrair mais turistas e mais dividendos econômicos, além de diferenciarem-se dos outros. A referência econômica está intrinsecamente relacionada ao sentido das imagens Maracá e Cunani, pois os empresários artesanais e industriais deverão utilizar-se delas para tornarem seus negócios mais rentáveis.

Os elementos visuais que são apresentados pela instituição governo estadual e seus parceiros divulga suas fontes, mas utiliza essa visualidade para outras finalidades a fim de incutir uma ressignificação aos grafismos e aplicações presentes nas peças cerâmicas encontradas. Essa ressignificação vem de forma contraditória, na medida em que os discursos apontam para um resgate <sup>8</sup> dessa visualidade e também da identidade, o que torna essa aspiração mais complexa.

Fica evidente que os suportes teóricos à que se apegam essas instituições estão em consonância com os autores da antropologia e da sociologia, pois a ressignificação é ponto forte do trabalho dos *designers*; mas deixam de lado os trabalhos arqueológicos ao definirem resgate como um retorno ao passado.

As imagens Maracá e Cunani remetem a um fazer mecânico, pois, apenas se retiraram as mesmas imagens do “manual” impresso pelo SEBRAE/AP, e as colocaram em outro contexto, porém destituindo-lhes de suas características e atribuindo-lhes - ao sabor de quem as detém- as possibilidades de reinterpretação ideológica hegemônica.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1986.

---

<sup>8</sup> “O registro do legado da civilizações Maracá e Cunani é mais um passo no trabalho de resgate de nossa história” (SEBRAE/AP,2006, p.5)

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BOSI, A. **Dialética da Colonização**. 1ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1992.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006 (Ensaio Latino-Americanos, 1. Humanitas).

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Trad. Klaus Barndini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CARVALHO, João Renôr Ferreira. **Momentos de história da Amazônia**. Imperatriz: Ética, 1998.

FLUSSER, V. A imagem. *In: Filosofia da Caixa Preta*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós – modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

PARDI, M.Lucia F. & SILVEIRA, Odete. Amapá: gestão do patrimônio arqueológico e o programa estadual de preservação. XIII Congresso da Sociedade Brasileira de Arqueologia – 4 a 8 /09/05 – Campo Grande. **Simpósio Arqueologia Amazônica** - Amapá: Patrimônio, Gestão Estadual e Pesquisas. 2005.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

SANTOS, Fernando Rodrigues dos. **História do Amapá**. Macapá: Ed. Valcan, 1994.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO AMAPÁ – SEBRAE/AP. **O Legado das Civilizações Maracá e Cunani: O Amapá Revelando sua identidade**. Macapá, 2006.

SILVA, T. T. da. (Org). **Identidade e Diferença**. A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.