

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE ARTES VISUAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA VISUAL - MESTRADO

**MARACÁ E CUNANI: IMAGENS INSTITUCIONAIS PARA O AMAPÁ**

Lídia Lobato Leal

Goiânia/GO

2009  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE ARTES VISUAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA VISUAL - MESTRADO

**MARACÁ E CUNANI: IMAGENS INSTITUCIONAIS PARA O AMAPÁ**

Lídia Lobato Leal

Goiânia/GO  
2009

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)  
(GPT/BC/UFG)

Leal, Lidia Lobato.

L435q Maracá e cunani [manuscrito]: imagens institucionais para o Amapá / Lidia Lobato Leal. – 2009.  
105f.: il., color., imagens.

Orientador: Prof. Dr. Luis Edegar de Oliveira Costa.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais, 2009.

Bibliografia.

Inclui lista de imagens e siglas.

1. Maracá (cerâmica) – Amapá [Estado] 2. Cunani (cerâmica) – Amapá [Estado] 3. Identidade 4. Cultura visual 5. Imagem I. Título.

CDU: 738(811.6)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE ARTES VISUAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA VISUAL - MESTRADO

**MARACÁ E CUNANI: IMAGENS INSTITUCIONAIS PARA O AMAPÁ**

Lídia Lobato Leal

Dissertação apresentada à banca Examinadora da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás, como exigência parcial para a exigência do título de MESTRE EM CULTURA VISUAL, sob orientação do professor Dr. Luís Edegar de Oliveira Costa.

Goiânia/GO

2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE ARTES VISUAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA VISUAL - MESTRADO

**MARACÁ E CUNANI: IMAGENS INSTITUCIONAIS PARA O AMAPÁ**

Lídia Lobato Leal

Dissertação defendida e aprovada em 23 de Outubro de 2009

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dr. Luis Edegar de Oliveira Costa. (UFRGS/UFG)  
Orientador e presidente da Banca Examinadora.

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Priscila Rossinetti Rufinoni (UNB)  
Membro externo

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Irene Tourinho (FAV/UFG)  
Membro interno

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Bianca Knaak (UFRGS)  
Suplente do membro externo

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Maria Elízia Borges (FAV/UFG)  
Suplente do membro interno

## AGRADECIMENTOS

Escrevo em ordem alfabética para tentar ser menos injusta.

Agradeço:

A Alice Martins, por que com sua vizinha meiga sempre conseguia tirar de mim mais do que eu pensava que podia, pelas caronas, pelo Tai Chi Chuan, pelos abraços e enorme carinho;

Alexandre Pereira, pois sem ele eu não teria descoberto essa oportunidade no Centro- Oeste, pelas conversas inspiradoras, pelo enorme apoio, por me socorrer sempre que precisei, pelas revisões e pelo amigo incansável que é;

Alzira Martins por me atender mesmo depois do expediente, pela diligência com todos, pelas caronas, pelos abraços sinceros e pela preocupação e amizade que demonstra;

Emerson Viana Junior pelas cópias, pela gostosa preocupação comigo, por guardar minhas coisas, pelos jantares e a amizade;

Eliane Superti pelas revisões, pelas orientações de leitura, pelos abraços e sorrisos, por dedicar-me um pouco de seu tempo sempre raro, pela enorme generosidade e pela amizade que mesmo à distância nutrimos;

Gabriel Sena que apenas com sua existência me fez querer seguir adiante e mesmo distante sempre foi o motivo para concluir este trabalho;

Getúlio Chartier, por me acolher, por me aturar nos momentos difíceis, pela generosidade e por me mostrar que a alegria faz milagres;

Irene Tourinho pelo estágio, pela confiança que em mim depositou, pelas conversas amistosas, pelo exemplo de trabalho e pelas enormes possibilidades que abriu;

João Saldanha pela oportunidade e atenção a mim dirigida durante a escavação e pelo bom humor que fazia o trabalho parecer mais leve;

Liana Leal, Lúcia Leal e Lucy Leal mulheres lutadoras, generosas e iluminadas, que nos momentos nebulosos, mesmo sem saber me sustentaram afetivamente;

Luís Edegar que me orientou neste trabalho, superando meus hiatos e silêncios mostrando-se compreensivo e solícito. Obrigada pela enorme paciência e força!

Maria Domingas, minha mãe, que mesmo com seu pouco estudo sempre preocupou-se em dar essa oportunidade a seus filhos e sem perguntar o porque das lágrimas – acolhe, e ainda que eu diga que está tudo bem – permanece. Você me

ensinou muito!

Mariana Petry, que com sua objetividade ensinou alguns meandros da escavação,  
deu broncas necessárias, exigiu disciplina e se mostrou generosa;

Manoel Figueira, que segurou a barra, sabendo medir a importância deste trabalho;

Raimundo Ferreira, meu pai (*in memoriam*) que mesmo ausente fez parte deste  
trabalho;

São dele as lembranças onde os mistérios do rio e da mata se mostravam  
desafiadores;

Raimundo Martins, que abriu horizontes e me jogou cada vez mais fundo nessa teia  
da visualidade, de conversa mansa e amiga com quem tive a oportunidade de  
trabalhar e aprender;

Wolney Fernandes, pelo talento, pessoa generosa que dividiu chocolates, anseios,  
receios e risadas;

A todos os docentes do programa de Pós-Graduação em Cultura Visual - Mestrado;

Aos colegas docentes da E. E. Sagrado Coração de Jesus, em Macapá;

Aos amigos do Coletivo Palafita, do Grupo Nervo, da UNIFAP, da turma do mestrado  
2007, do Ser-tão;

Aos funcionários da FAV.

Obrigada!

*À minha mãe Domingas, meu  
pai Raimundo e Gabriel, que me  
deram força apenas com o que  
representam para mim.*

Minha família anda longe,  
Com trajos de circunstâncias.  
Uns converteram-se em flores,  
outros em pedra, água, líquem;  
Alguns de tanta distância,  
nem tem vestígios que indiquem  
uma certa orientação.

Minha família anda longe,  
\_ na Terra, na Lua, em Marte \_  
Uns dançando pelos ares,  
outros perdidos no chão (...)

(Cecília Meireles, 1983)

## RESUMO

A tentativa de entender como ocorre a construção da identidade no estado do Amapá a partir, da campanha institucional pelo sentimento de amapalidade, orienta este trabalho. O governo atual (2009) do estado do Amapá assumiu seu primeiro mandato em 2002, sua *tônica* e *slogan* estavam voltados ao empreendedorismo, no intuito de valorizar as parcerias público-privadas, por iniciativa do Governo Federal. Neste sentido, observa-se uma forte intenção institucional a fim de gerar dividendos econômicos a partir da exploração de aspectos culturais locais. Dentro deste contexto, a partir de 2006 as imagens das cerâmicas Maracá e Cunani “ressurgem” como elementos locais com perspectivas mercadológicas, pois o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com a intenção de fornecer subsídios técnicos que colaborassem com o sucesso das micro e pequenas empresas, iniciou um programa de capacitação para os empresários do setor artesanal, com a realização de diversas oficinas, incentivando-os a promover a construção de diferenciais que não só agregassem valor econômico a seus produtos e/ou serviços, como possibilitassem a construção de uma identidade para seus produtos e/ou empresas. Através da análise da publicação do SEBRAE/AP, 2006, do jornal *A Gazeta* e das exposições das peças produzidas pelos artesãos que participaram das oficinas do SEBRAE, o objetivo é compreender a utilização destas imagens em seu contexto historiográfico (séc. XV a XVII) e também em seu contexto contemporâneo; bem como refletir a respeito do discurso institucional produzido sobre tais imagens, correlacionando-as com os conceitos de identidade, linguagem e cultura visual.

**Palavras-chave:** Identidade, Cultura Visual, Imagem, Maracá, Cunani.

## ABSTRACT

The attempt to understand how the construction of identity in the state of Amapá from, the institutional campaign for the feeling of Amapalidade, guides this work. The government acts (2009) of the State of Amapá have taken his first term in 2002, his tonic and slogan were turned to entrepreneurship in order to enhance public-private initiative by the Federal Government. In this sense, there is a strong institutional intention to generate economic dividends from the holding of local cultural issues. Within this context, from 2006 images of ceramics and Maraca Cunani "reappear" as local elements with the prospect of market, because the Brazilian Service of Support to Micro and Small Enterprises (SEBRAE), with the intention of providing technical support to collaborate with the success of micro and small enterprises, has launched a training program for entrepreneurs of small-scale sector, with the holding of several workshops, encouraging them to promote the construction of spreads not only add value to their economic or products and services, such as enabled the construction of an identity for your products and or companies. Through analysis of the publication of SEBRAE / AP, 2006, The Journal "A Gazeta" and the exhibition of items produced by craftsmen who participated in the workshops of SEBRAE. The goal is to understand the use of these images in their historiographic context (XV to XVII) and also in its contemporary context and reflect on the institutional discourse on such images produced by correlating them with the concepts of identity, language and visual culture.

**Key-words:** Identity, Visual Culture, Image, Maracá, Cunani.

## LISTA DE IMAGENS

<b>Imagem 01:</b> Mapa com as fases arqueológicas encontradas no Amapá.....	21
<b>Imagem 02 e 03:</b> Etapas de produção da cerâmica.....	23
<b>Imagem 04:</b> Cerâmica doméstica inciso ponteadada.....	26
<b>Imagem 05:</b> Urnas funerárias da tradição Policroma, utilizadas para enterramento secundário.....	29
<b>Imagem 06:</b> Perfil de caverna onde urnas Maracá foram encontradas.....	32
<b>Imagem 07:</b> Sítio – cemitério com urnas funerárias Maracá.....	33
<b>Imagem 08:</b> Recorte com vista superior e lateral dos poços artificiais da cerâmica Cunani.....	34
<b>Imagem 09:</b> Exposição equinócio 2006 na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá.....	40
<b>Imagem 10:</b> entrada da exposição “O Legado da civilizações Maracá e cunani: O Amapá revelando sua identidade”, 2006.....	48
<b>Imagem 11:</b> Panfleto de apresentação da exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade”.....	50
<b>Imagem 12:</b> Apresentação do panfleto da exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade”.....	51
<b>Imagem 13:</b> Catálogo das peças artesanais da exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade”.....	52
<b>Imagem 14:</b> Panfleto da campanha eleitoral 2006.....	58
<b>Imagem 15:</b> Programa impresso do III Adeia SESC – Povos da Floresta.....	59
<b>Imagem 16:</b> Capa da Revista Casa da Amapalidade.....	61
<b>Gráfico 1:</b> Notícias do jornal <i>A Gazeta</i> sobre cerâmica Maracá e Cunani	63
<b>Imagem 17:</b> Imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	66
<b>Imagem 18:</b> Imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	67
<b>Imagem 19:</b> Imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	69
<b>Imagem 20:</b> imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	70
<b>Imagem 21:</b> Imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	71
<b>Imagem 22:</b> Imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	71
<b>Imagem 23:</b> Imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	73
<b>Imagem 24:</b> Imagem de notícia do jornal <i>A Gazeta</i> .....	74

<b>Imagem 25:</b> Imagem de notícia do jornal A Gazeta.....	75
<b>Imagem 26:</b> Prato e Bandeja Cunani.....	79
<b>Imagem 27:</b> Grafismo Cunani feito pelo artesão Tony.....	80
<b>Imagem 28:</b> Urna antropomorfa Maracá .....	81
<b>Imagem 29:</b> Negativos de prato Cunani.....	82
<b>Imagem 30:</b> Quadro com motivo Cunani feita pelo artesão Tony.....	83
<b>Imagem 31:</b> Bandeja em madeira com motivo Maracá.....	84
<b>Imagem 32:</b> Negativo e espelhamento de perfis Maracá .....	84
<b>Imagem 33:</b> Urna Funerária Maracá.....	85
<b>Imagem 34:</b> Jóia em ouro e tucumã.....	86
<b>Imagem 35:</b> Urna zoomorfa Maracá.....	87
<b>Imagem 36:</b> Artesanato em cerâmica com motivo Maracá.....	89
<b>Imagem 37:</b> Reserva técnica do IEPA.....	91
<b>Imagem 38:</b> Propaganda no jornal A Gazeta.....	95

## **LISTA DE SIGLAS**

**SEBRAE/AP:** Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas / Amapá

**PPP'S:** Parcerias Público-Privadas

**GEA:** Governo do Estado do Amapá

**CECON:** Comissão de Economia do Amapá

**IPHAN:** Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

**DETUR:** Departamento de Turismo do Amapá

**PROECOTUR:** Programa de Ecoturismo do Governo Federal

**MMA:** Ministério do Meio Ambiente

**CEAP:** Centro de Ensino Superior do Amapá

**SEAMA:** Sistema Educacional da Amazônia

**IEPA:** Instituto de Pesquisas Científicas e Tecnológicas do Estado do Amapá

**SESC:** Serviço Social do Comércio

**SETE:** Secretaria de Estado de Trabalho e Empreendedorismo

**AFAP:** Agência de Fomento do Amapá

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>CAPÍTULO 1</b>	
1 Historiografia das imagens Maracá e Cunani.....	20
1.1 Fases Arqueológicas do Amapá .....	20
1.1.1 Aruá.....	20
1.1.2 Aristé .....	22
1.1.3 Mazagão.....	24
1.1.4 Maracá.....	25
1.2 Enterramento e sepultamento.....	28
1.2.1 Sepultamento primário.....	28
1.2.2 Sepultamento secundário.....	28
1.3 Pesquisas nos Sítios arqueológicos de Maracá.....	30
1.4 Pesquisas nos Sítios arqueológicos em Cunani.....	33
1.5 descobertas de Goeldi aos dias de hoje.....	35
2 Identidade.....	37
2.1 As imagens Maracá e Cunani e sua condição identitária.....	43
<b>CAPÍTULO 2</b>	
2 O discurso de re-significação das imagens Maracá e Cunani.....	47
2.1 SEBRAE e Governo do estado em articulação.....	47
2.2 Discurso e ideologia.....	53
2.3 A imagem na cultura visual.....	56
<b>CAPÍTULO 3</b>	
3 Análise do discurso da mídia impressa A Gazeta.....	63
3.1 A produção do discurso midiático.....	63
3.2 Representação e visualidade.....	72
<b>CAPÍTULO 4</b>	
4 O jeito de ser do povo daqui.....	77
4.1 Imagens Maracá e Cunani: comparações e análises.....	77
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	
Esse rio é minha rua.....	92
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	98
<b>REFERÊNCIAS VISUAIS</b> .....	102

## INTRODUÇÃO

---

### **Maracá e Cunani: Imagens Institucionais para o Amapá**

Imaginar o mundo como era há 2.000 anos atrás é ter certeza de que era bem diferente do que é hoje. “Entre 2.000 e 1.000 anos atrás começaram a predominar povos de cultura baseada na agricultura e na cerâmica” (SEBRAE, 2006, p. 14) e o ser humano teve que se adaptar ao seu meio ao mesmo tempo em que tentava preservar sua espécie. O domínio do fogo, o estabelecimento do diálogo, as primeiras representações feitas em forma de desenhos nas paredes das cavernas foram apenas algumas das etapas iniciais para o ser humano afirmar-se enquanto consciente de suas ações. No passado a pintura rupestre, a cerâmica, o trabalho com fibras e sementes era como se registrava no tempo a sua cultura, através das quais também trocavam mensagens, ideias e transmitiam desejos e necessidades.

Em vários períodos o ser humano buscou representar seu mundo, sua geografia, seu imaginário, suas formas de fazer as mais diversas atividades e suas ideias. Seu trabalho foi lento, esporádico ou acelerado, dependendo de cada ponto geográfico, aldeia, tribo, agrupamento humano. Muitas culturas imagéticas sobrevivem hoje a partir dos vestígios que nos vieram através do tempo, como a cultura Maia, Inca e Asteca, por exemplo. No estado do Pará ainda existem traços fortes da cultura imagética Marajoara, fruto do trabalho de grupos indígenas que perpetuaram sua cultura em traços e linhas que se transformaram em cerâmica, cestos, objetos religiosos e cotidianos. Essas identidades e sentidos de outros povos e grupos marcam uma época, um contexto, uma cultura que sobreviveu por longos períodos, sendo lentamente apagada da memória individual e coletiva, perdendo-se no tempo.

Este trabalho visa estudar o “sentimento de amapalidade” como construção identitária na campanha intitulada “O Legado das Civilizações Maracá e Cunani: o Amapá Revelando sua Identidade” (publicação SEBRAE, 2006), através da exposição homônima ocorrida em junho/julho de 2006 na Fortaleza de São José de Macapá, na exposição de peças artesanais na 43ª Expofeira agropecuária do

Amapá, no Salão do Design do Amapá, e sua repercussão na mídia amapaense especialmente no jornal impresso “A Gazeta”. As imagens Maracá e Cunani sofreram diversas influências ao longo do tempo e, atualmente estão passando por uma fase de re-significação a partir de uma campanha institucional do estado do Amapá – o sentimento de amapalidade. Nessa campanha a identidade é um fenômeno motivado por interesses, geralmente vinculado a jogos de poder, e no momento contemporâneo a interesses políticos e financeiros.

O estado do Amapá é banhado a leste pelo Oceano Atlântico e ao sul pelo rio Amazonas e a capital Macapá são banhados pelo braço norte do rio Amazonas, sendo até 1840 um destacamento militar que servia como marco mais setentrional do Brasil. Os grupos indígenas que habitam o estado do Amapá possuem suas reservas demarcadas e sem invasões de madeireiros, pecuaristas ou agricultores e estão distribuídos em 49 aldeias através das etnias Galibi, Palicur, Karipuna, Tiryó, Kaxuyana, Wayana, Apalaí e Waiãpí. De acordo com os estudos de Pardi & Silveira (2005), em 2005 o Amapá possuía 116 sítios arqueológicos registrados pelo IPHAN, sendo seus ocupantes classificados como “Horticultores da Floresta Tropical e Agricultores Subandinos, além das populações históricas” (PARDI & SILVEIRA, 2005, p. 23).

Quando o atual Governo do estado do Amapá assumiu seu primeiro mandato em 2002, seu programa de governo estava voltado ao empreendedorismo, com o objetivo de valorizar as parcerias público-privadas (PPP’S), contando com o apoio do Governo Federal. Observava-se uma forte intenção institucional, a fim de gerar dividendos econômicos a partir da exploração de aspectos culturais locais. Dentro desse contexto, a partir de 2006, as imagens Maracá e Cunani “ressurgem”<sup>2</sup> como elementos locais, com perspectivas mercadológicas, a partir de uma parceria entre o governo estadual e o SEBRAE/AP. Essa parceria gerou subsídios que promoveriam o sucesso das micro e pequenas empresas a partir da capacitação dos empresários do setor artesanal, através de diversas oficinas, incentivando a criação de diferenciais que agregassem valor – não somente econômico – a seus produtos e/ou serviços e que possibilitassem a consolidação de uma identidade para o seu produto e/ou empresa - seria o *marketing* Cultural.

Através das informações fornecidas pela publicação do SEBRAE/AP “O

---

2 Ressurgem porque ganham o apoio institucional, através do Governo Federal em articulação com as diversas Secretarias de Estado( Meio Ambiente, Turismo, Economia, Empreendedorismo).

legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua Identidade”, pelas matérias do jornal “A Gazeta”, a exposição na Fortaleza de São José de Macapá (junho/julho, 2006), na 43ª Expofeira Agropecuária do Amapá, no Salão do Design Amapaense, busca-se analisar o fenômeno “construção de identidade” de um modo específico, tendo por referência principal a Campanha da Amapalidade lançada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRE/AP) em parceria com o Governo do Estado do Amapá (GEA), a partir do ano de 2006, e que ainda está em fase de execução.

Considerando as peculiaridades<sup>3</sup> das imagens Maracá e Cunani, estas foram escolhidas para serem a marca, não somente de um projeto de marketing, mas a partir da visão institucional (Governo do Estado do Amapá - GEA), da identidade do povo amapaense. O que se confirma na fala Antonio Waldez Góes da Silva<sup>4</sup>, governador do Estado, quando afirma que “a partir de agora daremos início a um processo de sensibilização e estímulo a nossos empreendedores – sejam artesanais ou industriais –, para que incorpore essa nossa identidade cultural em seu processo produtivo” (SEBRAE, 2006). Esta fala do Governador do Estado demonstra o interesse institucional em estimular, sensibilizar e promover, no setor produtivo<sup>5</sup>, não somente o sentido de pertencimento, mas principalmente de gerar dividendos econômicos através da utilização das imagens Maracá e Cunani.

As estratégias utilizadas pelo GEA e pelo SEBRAE/AP foram demonstradas através de oficinas ministradas aos artesãos (setor que recebeu estímulos através de linhas de crédito específicas para quem utilizasse as imagens Maracá e Cunani), exposições em diversos espaços públicos e privados, tais como agências bancárias Banco da Amazônia - BASA), faculdades (SEAMA e CEAP), praças (Beira Rio e Floriano Peixoto) e até mesmo uma casa noturna (Choperia da Lagoa).

A investigação documental e bibliográfica dá-se a partir de dados primários e secundários, especificamente o livro publicado pelo SEBRAE/AP, “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”. Como dado secundário, utiliza-se a análise do periódico impresso, de circulação no Estado do

---

3 As peculiaridades estão ligadas a fatores como ocorrência das imagens apenas na área do Estado do Amapá, as imagens Cunani estarem localizadas geograficamente ao norte do Estado e as Imagens Maracá ao sul. As imagens Cunani serem depositadas em poços artificiais e as Maracá possuírem forma antropomorfas.

4 Esta fala consta na apresentação do livro “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”. SEBRAE, 2006

5 O setor produtivo aqui é demonstrado pelo Governador Waldez Góes como “artesanais ou industriais” (SEBRAE/AP, 2006, p. 05)

Amapá: jornal “*A Gazeta*”, compreendendo o período de março a outubro de 2006, período em que mais veiculou informações sobre as imagens Maracá e Cunani, do Panfleto da Campanha à reeleição (Governo Waldez Góes) de 2006, do panfleto da Exposição na Fortaleza de São José de Macapá, do Programa do III Aldeia SESC - Povos da Floresta e da revista *Casa da Amapalidade*.

A análise do jornal “*A Gazeta*” como documento secundário remete à classificação de periódicos como elemento relevante para a compreensão da pesquisa partindo “do lugar em que nos encontramos” (COSTA, 2002, p. 93) e do dia a dia, no sentido deste estudo ser mediado pelo olhar, inicialmente da imprensa escrita e pela publicação do SEBRAE/AP e, finalmente, do suporte bibliográfico necessário pra compreender o uso de imagens. Esta investigação foi desenvolvida utilizando-se a estratégia da pesquisa qualitativa. Na pesquisa qualitativa, o pesquisador interpreta a realidade a partir dos dados coletados, buscando descrever os fenômenos estudados, fazendo as citações diretas das pessoas sobre suas experiências e opiniões, quando não for possível quantificar as informações obtidas (NEVES, 1996).

Este trabalho está dividido em capítulos, sendo que o primeiro trata das imagens Maracá e Cunani em seu processo historiográfico e imagético situado no período de tempo que vai da pré-história até o contato com os colonizadores, nos séculos XIV e XV. Busco contrapor o discurso antropológico/arqueológico através do discurso identitário institucional para compreendê-lo como um fenômeno contemporâneo. Para contrapor esse discurso me utilizo das informações de Emílio Goeldi (naturalista que analisou as urnas Maracá e Cunani no fim do século XIX) e o discurso de Rostain (século XXI). O discurso historiográfico colocado no primeiro capítulo visa ser dissolvido no decorrer do trabalho para encontrar no quarto capítulo um discurso personalizado, com minhas impressões da pesquisa. Assim, vou tentando situar nos dias de hoje os usos e utilidades das imagens Maracá e Cunani, entrecruzando informações sobre essas representações imagéticas, a partir do livro “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”, as pesquisas no periódico *A Gazeta* e os autores eleitos para esta discussão.

No segundo capítulo analiso o discurso e as imagens produzidas para a Campanha da Amapalidade, os conceitos utilizados para definir Discurso e Ideologia, além de sua articulação com a Cultura Visual. Analiso também as imagens colhidas na exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá

revelando sua Identidade” (junho/julho, 2006), ocorrida na Fortaleza de São José de Macapá, os panfletos da exposição, da campanha eleitoral (2006), no programa do III Aldeia SESC (2008) e na revista Casa da Amapalidade (2008).

O terceiro capítulo expõe a construção do sentimento de amapalidade, a trajetória e as estratégias presentes no discurso das matérias do jornal “*A Gazeta*”, colhidos na Biblioteca Pública Elcy Lacerda em Macapá, nos meses de maio a novembro de 2006, a fim de compreender como ocorre a impregnação de identidade partindo dos meios de comunicação.

O quarto capítulo traz a análise das imagens contidas no livro do SEBRAE/AP 2006 (O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua Identidade), as peças produzidas pelos artesãos (treinados pelo SEBRAE/AP) e sua exposição na 43ª Expofeira Agropecuária do Amapá e no Salão do Design Amapaense, ocorridas em outubro de 2006.

## CAPÍTULO 1

---

### 1 HISTORIOGRAFIA<sup>6</sup> DAS IMAGENS MARACÁ E CUNANI

#### 1.1 FASES ARQUEOLÓGICAS DO AMAPÁ

Fase arqueológica é um termo usado para indicar uma complexidade cultural associada entre si, relacionada no tempo e no espaço, localizado em um ou mais sítios, visando facilitar a pesquisa, através da classificação por semelhança de materiais, traços, grafismos, formas etc. No Amapá, através de estudos arqueológicos, foram encontradas quatro (4) fases ceramistas representando a pré-história da região.

Os arqueólogos Betty Meggers e Clifford Evans, Mario Simões, Peter Hilbert trabalharam na interpretação dos vestígios materiais encontrados e, nesse estudo, estabeleceram quatro fases arqueológicas para o Amapá, sendo: Aruã, Aristé, Mazagão e Maracá. Essas fases arqueológicas demarcam a existência de grupos humanos que expressavam seu modo de vida, suas crenças e interpretações sobre o mundo até o contato com o europeu colonizador, após esse confronto os grupos ceramistas foram assimilados ou dizimados, não restando vestígios materiais de sua produção depois do século XV. As produções encontradas após o século XV demonstram o contato dos grupos humanos daquela região com o colonizador, até sua gradual extinção.

Betty Meggers e Clifford Evans (1957) consideraram que as comunidades pré-históricas do baixo Amazonas foram apenas reflexos distantes de centros culturais mais poderosas (...). Portanto parece que as culturas do baixo Amazonas têm evoluído de forma irregular, entrando eventualmente em contato uns com os outros povos (ROSTAIN, 1994, p. 423, *tradução nossa*).

Apesar de seu contato irregular com outros povos do baixo Amazonas a relação com o colonizador fica evidenciada através de objetos de metal e vidro encontrados nas urnas funerárias. Mario Simões, em 1972, identificou as urnas

---

<sup>6</sup> A historiografia aparece no contexto do Renascimento e “marca o interesse pela investigação crítica em torno dos documentos de época” (KNAUSS, 2006, p. 100).

Maracá existentes no Museu Emílio Goeldi como fase Maracá, pois seria uma fase flutuante e não se enquadraria em nenhuma das grandes tradições ceramistas da Amazônia (NUNES FILHO, 2005).

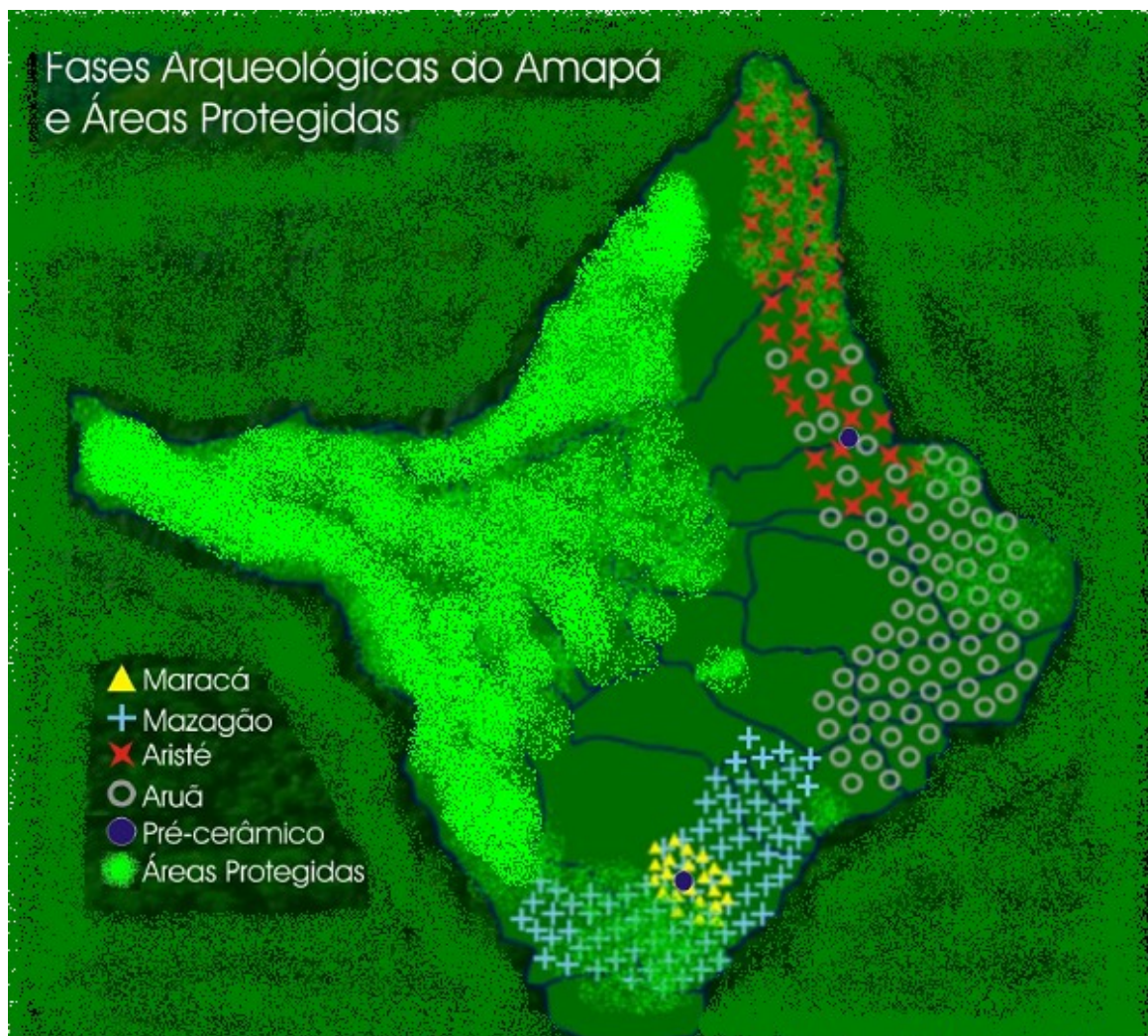


Imagem 01: Fases arqueológicas no Amapá  
Fonte: Adaptado de Pardi & Silveira (2005)

Na imagem 01 são apresentadas as fases arqueológicas do Amapá, de acordo com Pardi & Silveira (2005). A fase Maracá, localizada ao sul, tendo em seu entorno a fase Mazagão; a fase Aristé, na qual está inserida a cerâmica Cunani; a fase Aruã, que também ocorre nas ilhas do Marajó, Mexiana e Caviana; além das fases pré-cerâmicas e das áreas de florestas protegidas. Para realizar esta pesquisa visitei em 2006 o Parque do Solstício, localizado no Município de Calçoene, onde os pesquisadores Marian Petry e João Cabral (IEPA) encontraram urnas funerárias protegidas por lajes de pedra provavelmente vinculadas à fase Aristé.

As fases arqueológicas existentes no Estado do Amapá são:

### 1.1.1 Aruã

Datação relativa aos séculos XIII a XVII. Essa fase cerâmica representa a mais antiga evidência de ocupação humana no estado do Amapá, de acordo com as pesquisas realizadas por P. Hilbert, na década de 1960.

Essa fase está localizada nos estados do Amapá e Pará (Ilhas Mexiana, Caviana e Marajó). Na ilha de Marajó ocupou uma boa parte litorânea, do município de Chaves (PA) para leste seguindo ao cabo Maguari e em direção sul até a cidade de Soure (PA). Nessa fase foram identificados grupos de caçadores-coletores com agricultura incipiente, apenas de subsistência. Os sítios são pequenos e rasos, o número de pessoas é reduzido, demonstrando uma curta permanência em cada local de ocupação. É importante ressaltar que na Campanha da Amapalidade a fase Aristé é valorizada através da Cerâmica Cunani, observe que na imagem 01 a fase Aristé está localizada na parte superior do mapa (norte do Estado) e que a fase Maracá está localizada na parte inferior do mapa (sul do Estado), de modo que não valeria a pena para os interesses institucionais valorizar a fase Aruã, pois esta ocorre também no estado do Pará (ilha do Marajó). Porém esse discurso da ocorrência vem à baixo quando analisamos os estudos arqueológicos realizados na Guiana Francesa, pois lá também ocorre a cerâmica Cunani da fase Aristé, de acordo com os estudo realizados por Rostain.

Nessa fase predomina a cerâmica simples, ou seja, sem decoração e, a frequência de cerâmica triturada no tempero da argila utilizada para confecção dos vasilhames. E quando decoravam as peças elas se apresentavam escovadas, ponteadas, incisas e, com aplicações. Essas peças apresentavam tiras de pastas que são aplicadas ao redor do gargalo ou do ombro das peças.

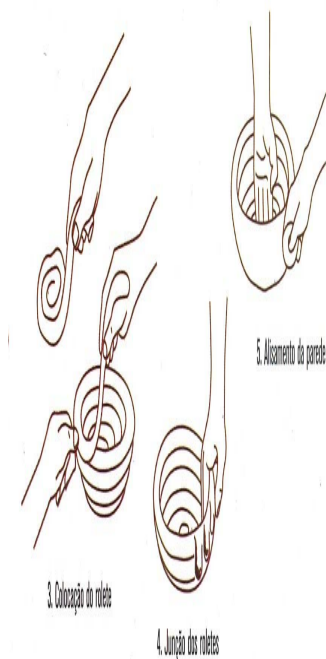


Imagem 02 e 03: etapas de produção de cerâmica da fase Aruá  
Fonte: SEBRAE/AP (2006, p.24)

São usadas como assadeiras utilizadas, provavelmente, para cozer pão de mandioca; algumas figuras, possivelmente, relacionadas às práticas religiosas; contas de pendentos de jadeíta, lâminas de machado polido; algumas peças se

assemelham a cabeça de um urubu; outras formavam alinhamentos de pedras trabalhadas representando sítios-cerimoniais, onde ocorria a prática de sepultamento secundário em urnas colocadas na superfície do solo formando cemitérios. As Imagens 02 e 03 demonstram a técnica básica de produção da cerâmica, essa técnica é utilizada em todas as culturas ceramistas. A argila depois de tratada, com adição de cinzas ou areia, e a retirada de pedaços de fibras, é amassada e preparada em roletes que são sobrepostos para depois serem alisados.

Quanto ao enterramento “é singular que somente sejam representados os ossos compridos das extremidades (...). A quantidade total contida em cada vaso é sempre diminuta, importando n’uns punhados sómente [sic] e está longe de representar o equivalente de um esqueleto inteiro” (GOELDI, 1905, p. 29). Essa descrição de Emílio Goeldi demonstra que o enterramento secundário<sup>7</sup> era realizado após um longo ritual de sepultamento e que as urnas funerárias eram utilizadas somente como último recurso de enterramento. As filiações<sup>8</sup> desta fase são encontradas nas Guianas e nas Antilhas. Com a identificação da fase Aristé e Mazagão na região, os grupos ligados à fase Aruã iniciaram imigração descendente em direção as ilhas situadas no Pará, onde os sítios localizados neste estado são mais recentes (NUNES FILHO, 2005).

### 1.1.2 Aristé<sup>9</sup>

Relacionada à Tradição Policroma<sup>10</sup>, os grupos indígenas desta fase ceramista estabeleceram-se no extremo norte do Amapá, na mesma época em que os grupos da fase Mazagão se estabeleceram parte sul do Estado. Sua localização geográfica situa-se numa parte do estado do Amapá, limitada ao norte pelo rio Oiapoque e ao sul pelo rio Araguari - Amapari (NUNES FILHO, 2005). A cerâmica Cunani está relacionada à fase Aristé.

Os sítios de habitação localizados nesta região são rasos, sugerindo curto período de ocupação. Estão localizados ao longo dos rios e igarapés, em uma distância dos cemitérios. Esses grupos humanos deslocavam-se rapidamente, fosse

7 O enterramento secundário ocorre após o enterramento primário e consiste na colocação dos ossos em urnas cerâmicas, já o enterramento primário é feito colocando-se o corpo em uma cova no solo, protegido apenas por uma espécie de colcha feita de trançados de fibra vegetal.

8 As filiações são as características estilísticas semelhantes que enquadram as peças nas respectivas fases.

9 O nome Aristé faz referência à Montanha de Aristé, localizada ao norte do rio Flexal e que apresenta três sítios funerários em grutas (B. Maggers & C. Evans, 1957). Os demais sítios também recebem seus nomes pela localização geográfica, por exemplo: monte Cunani, rio Mazagão.

10 A tradição Policroma é representada por objetos cerâmicos que apresentam policromia em seu trabalho de pintura e acabamento (B. Maggers & C. Evans, 1957).

por ameaças de outros ou por esgotamento dos recursos de subsistência.

Os vestígios arqueológicos foram encontrados à superfície do solo e sugerem habitações palafíticas como as residências caboclas e os habitantes dessa região que ainda residem ali, continuam às margens dos rios, caracterizando essa população como ribeirinha (NUNES FILHO, 2005).

Os sítios-cemitérios são caracterizados pela disposição de urnas funerárias encontradas em abrigos artificiais ou cavernas. Os sítios encontrados “*Revestem-se de uma importância de todo excepcional pela circunstância, de constituírem o primeiro e único exemplo, achado até hoje (ao que saiba pela literatura que me é disponível) em território (...) andino da sul-america septentrional*” (GOELDI, 1905, p.23, *itálico do original*). Aqui Goeldi comenta o que para a época desses achados arqueológicos era inédito: a localização de urnas funerárias em cavernas artificiais. Mais tarde, Maggers e Evans encontrariam outros sítios na região da Guiana Francesa com essas características, mas, ainda representando a filiação cultural Aristé. Nas urnas, foram encontradas, além da terra preta e ossos de enterramento secundário, pequenas lâminas de machado, figuras de argila ou contas e pendentes de jadeíta ou de vidro, fruto do contato com os colonizadores.

Essa fase como a Mazagão apresenta diferenciações que podem ser diagnosticadas com a modificação observada tanto na pasta dos vasilhames como na decoração. “O barro é pouco queimado, quasi [*sic*] como chamuscado sómente [*sic*] por dentro e por fora, chegando quando muito à silificação superficial e incipiente” (GOELDI, 1905, p. 31). Na primeira fase, era usada somente areia como tempero da pasta, já na segunda fase, as peças apresentam, como tempero, fragmentos de cerâmica moída. Ocorrendo ainda, a incorporação da cremação dos mortos e substituição gradativa da decoração incisa e raspada pela pintura a qual, inicialmente, é feita em grandes faixas e seções, ficando assim mais complexas e com curvilíneos. Como nas demais fases registradas no Estado do Amapá, nesta igualmente, ocorrem contas de vidros de procedência europeia demonstrativa de contatos com europeus no século XIV e XV.

### 1.1.3 Mazagão

A fase arqueológica Mazagão está relacionada à Tradição Cultural Inciso - Ponteada<sup>11</sup> e Policroma. Foi nos séculos XV e XVI, que grupos da fase Mazagão

---

11 A tradição Inciso-Ponteada é aquela cujos traços são feitos através de incisões na argila ainda mole ou seca

vindo do Amazonas ou alguns de seus afluentes, imigraram para o sul do estado do Amapá, ocupando a área limitada ao norte do rio Araguari – Amapari, e ao sul pelo rio Jarí. Logo depois, concentrou-se no rio Vilanova, e assim entrando na fase Maracá, onde copiaram alguns padrões da cerâmica Mazagão (NUNES FILHO, 2005). Para este autor:

Foi nessa fase que as cerâmicas mostram na pasta, como tempero ou antiplásticos, areia, quartzo triturado e uma casca de árvore que contém sílica que se chama cariapé ou caraipé, esse material era usado em percentagem variável. Pode perceber através da decoração, modificações temporais: no primeiro estágio caracteriza-se por sulcos, geralmente profundos e largos, obtidos pelo desbaste da superfície das peças com cacos, conchas, etc. (raspagem) e, por incisões grosseiras. Mais tarde observa-se um aprimoramento na decoração, que se torna mais precisa. São entalhes bem definidos, às vezes preenchidas com tabatinga (argila mole). Os motivos variam entre desenhos retilíneos, linhas paralelas e pontilhadas (2005, p. 39).

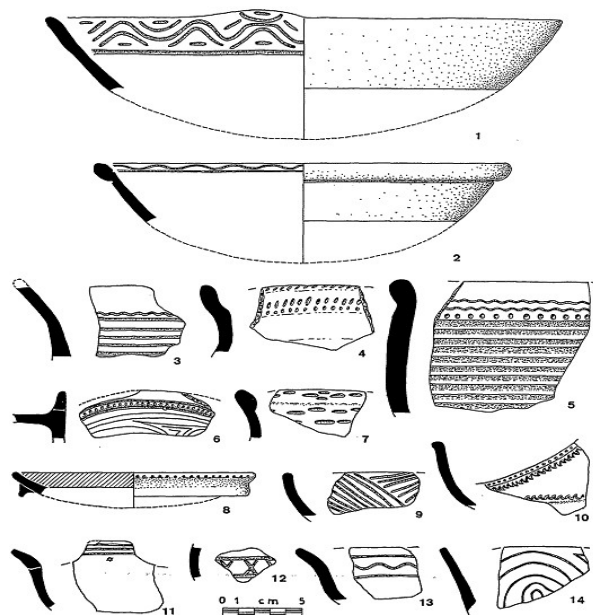


Imagem 04: Cerâmica doméstica inciso-ponteada, com pratos e alguidares de borda incisa  
Fonte: ROSTAIN, 1994 (anexo, s/p)

Seus artefatos líticos limitam-se a lâminas de machados, martelos e polidores. Nos sítios-cemitérios encontram-se urnas funerárias com enterramentos secundários em cavernas. Relacionados aos rituais funerários aparecendo contas de vidro

---

sem queima quando da incisão- ver imagem 04.

européias, machados de pedras e, pequenos vasilhames, como os mostrados na Imagem 04 onde aparecem no número 1 e 2 alguidares e nos números de 3 a 14 fragmentos de bandejas e cerâmicas cerimoniais.

É possível fazer relação entre a fase Mazagão e outras registradas na Colômbia e Venezuela, pois a decoração incisa pode ser relacionada com os estilos Arauquim e Rounquim, próximo do Orinoco; quando a cerâmica Mazagão tem suas incisões preenchidas com argila, pode ser comparada com cerâmicas colombianas de Medelím e Tierradentro, sendo realizada sua difusão possivelmente pelo rio Amazonas (NUNES FILHO, 2005). A presença de contas de vidros no local das urnas funerárias que inferem a contemporaneidade com a Europa se deu nos séculos XV a XVI.

#### 1.1.4 Maracá

Essa fase ocorre na região que ainda predomina a fase Mazagão. É representada por sítios-cemitérios, localizados em grutas onde eram colocadas as urnas funerárias, as mesmas sendo zoomorfas, tubulares, antropomorfas e antropozoomorfas. As tubulares são simples, apresentam forma de cilindro oco, já as zoomorfas representam a forma de jabutis e tartarugas (NUNES FILHO, 2005)

As antropomorfas representam a forma humana sentada em um banco. O corpo e os braços são cilíndricos, e as mãos apoiam-se sobre os joelhos. As panturrilhas extremamente grossas representam as pernas e os pés apoiados no solo. Os pés e as mãos são estilizados, e os dedos em numeração de 3 a 7, definidos por incisões. Já os órgãos genitais estão apresentados com realismo. A cabeça é apresentada na tampa das urnas, mostrando um disco plano ou às vezes não. As urnas antropozoomorfas representam uma mistura de características animais (corpo) e humanos (cabeça) e, segundo Nunes Filho (2005, p. 41):

As urnas desta fase, comumente, guardam ossos cremados. Eram lacrados através de cordões que, enfiados por orifícios executados na parte inferior da tampa e, na superior do corpo uniam-se também, pela aplicação de argila na junção o que a tornava hermeticamente vedada. Para confecção da cerâmica utilizavam como tempero da pasta, areia, cinza preta e cariapé. As superfícies das peças são ásperas e, as paredes dos recipientes espessas e irregulares.

Há comparações com a fase Maracá que podem ser encontradas no Equador, Colômbia e Venezuela. Os séculos XVI e XVII representam a datação relativa,

intrusiva na fase Mazagão, pois estima-se que as migrações forçadas pelas invasões dos colonizadores empurraram os grupos humanos cada vez mais para o interior do Estado, o que em muitos casos gerou apropriações de traços e técnicas de queima, pintura ou preparação da argila (ROSTAIN, 1994). Rostain nos permite perceber que as apropriações do Governo do Estado do Amapá, no sentido da contribuição com o ‘Sentimento de Amapalidade’ não levou em consideração as “contaminações” e contatos entre povos ocorridos no processo de ocupação da Amazônia, pois as comparações feitas em seu trabalho possibilitam dialogar com produções ceramistas de outros povos de outros países como é o caso da Guiana Francesa), o que torna o discurso da amapalidade uma ficção.

## **1.2 ENTERRAMENTO e SEPULTAMENTO**

### **1.2.1 Sepultamento Primário**

Os sepultamentos às vezes são as únicas maneiras de estudar os vestígios de grupos pré-históricos. Essa prática de sepultamento varia de região para região, mesmo assim, de modo geral, os grupos enterravam seus mortos sepultando o corpo no solo, acompanhado ou não de rituais que se dá o nome de enterramento ou sepultamento primário. Nos sambaquis é comum encontrar esqueletos humanos enterrados na própria aldeia, resultante de sepultamento primário (NUNES FILHO, 2005). Os rituais funerários dos diversos grupos humanos da região do Amapá baseiam-se em práticas complexas e diversificadas variando de grupo para grupo, e em alguns casos “Lês divers rites funéraires s’accompagnent de la destruction de tous lês biens du défunt et notamment de sés poteries” (ROSTAIN, 1994, p. 284), e, na maioria dos casos preservam-se para o enterramento secundário os objetos de maior estima para o falecido. Esta teoria encontrada em Rostain refere-se a um dos ritos, pois em outras urnas foram encontradas contas de vidro, muiraquitãs de jadeíta, e também vestígios de cerâmicas com trabalho mais elaborado.

### **1.2.2 Sepultamento Secundário**

Essa forma de sepultamento consistia no enterramento do corpo em vasos preparados para esse ritual, que são chamadas de urnas funerárias. Este tipo de enterramento ocorria depois do enterramento primário. Essa prática funerária varia

de região para região e de grupo para grupo (NUNES FILHO, 2005).

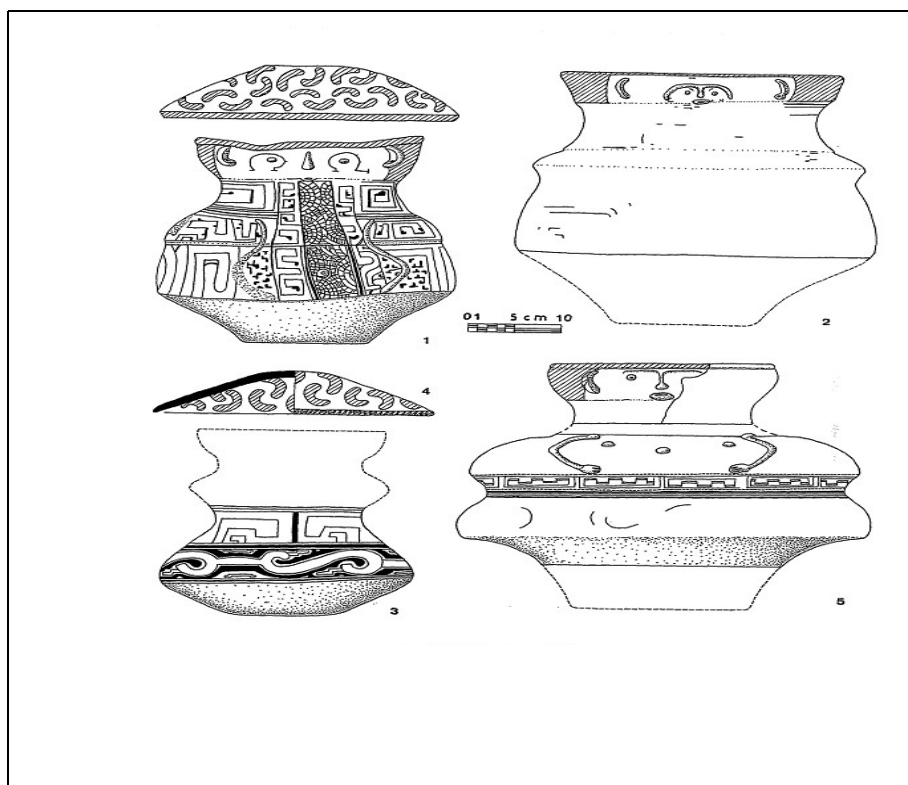


Imagem 05: urnas funerárias da tradição policroma, utilizadas para enterramento secundário  
Fonte: ROSTAIN, 1994 (ANEXO)

A Imagem 05 apresenta urnas funerárias Cunani, com traços antropomorfos, sendo o número 1, o desenho da peça inteira, o número 2 o desenho esquemático do contorno da peça, o 3 a parte inferior da outra urna Cunani, o número 4 a tampa da urna e o número 5 o desenho de mais uma urna Cunani. O enterro secundário era realizado em duas etapas: a primeira é o enterramento primário acompanhado de festas durante o período em que se decompõe o cadáver e pode-se ainda incinerar o corpo; a segunda é quando após o ritual de enterramento primário depositam-se os restos dos ossos do indivíduo falecido em urnas funerárias em locais considerados sagrados para determinado grupo, geralmente uma elevação, um poço artificial ou grutas naturais.

As fases Aruã, Aristé, Mazagão e Maracá, compreendem grupos pré-históricos que praticaram o sepultamento secundário, depositando os ossos dos cadáveres em urnas funerárias produzidas especialmente para este ritual, logo depois as urnas eram colocadas em locais diferentes, dependendo da tradição

cultural da tribo, podendo ser: no subsolo, cavernas, ou poços funerários (NUNES FILHO, 2005). A partir das descobertas dos vestígios funerários destes grupos é que se puderam constatar estes fatos. Foram encontradas várias formas e tamanhos de urnas. Este ritual de sepultamento foi encontrado em vários lugares da Amazônia, e alguns com níveis de tecnologia diferentes, não ocorrendo apenas no estado do Amapá.

### **1.3 PESQUISAS NOS SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS DE MARACÁ**

A região do Igarapé do Lago e Maracá e foi motivo de pelo menos treze (13) missões arqueológicas, quatro (4) no final do Século XIX. O primeiro registro de um sítio arqueológico Maracá foi feito, em 1872, por Domingos Soares Ferreira Penna (NUNES FILHO, 2005).

Ferreira Penna foi duas vezes à região do rio Maracá, em 1872, onde localizou três sítios arqueológicos, com presença de urnas funerárias de cerâmica colocadas em abrigo, sob rochas, uma ao lado da outra e de pé embaixo de lapas próximas ao Igarapé do Lago. As urnas encontradas tinham características diferentes: foram encontradas urnas tubulares antropomorfos e outra zoomorfa. Os objetos recolhidos foram urnas em perfeito estado, para comporem as coleções do Museu Paraense Emílio Goeldi (NUNES FILHO, 2005). As urnas Maracá foram encontradas em cavernas próximas ao Igarapé do Lago e do Holanda e, conforme a Imagem 06, possuindo escala entre 1 a 2 metros de altura.

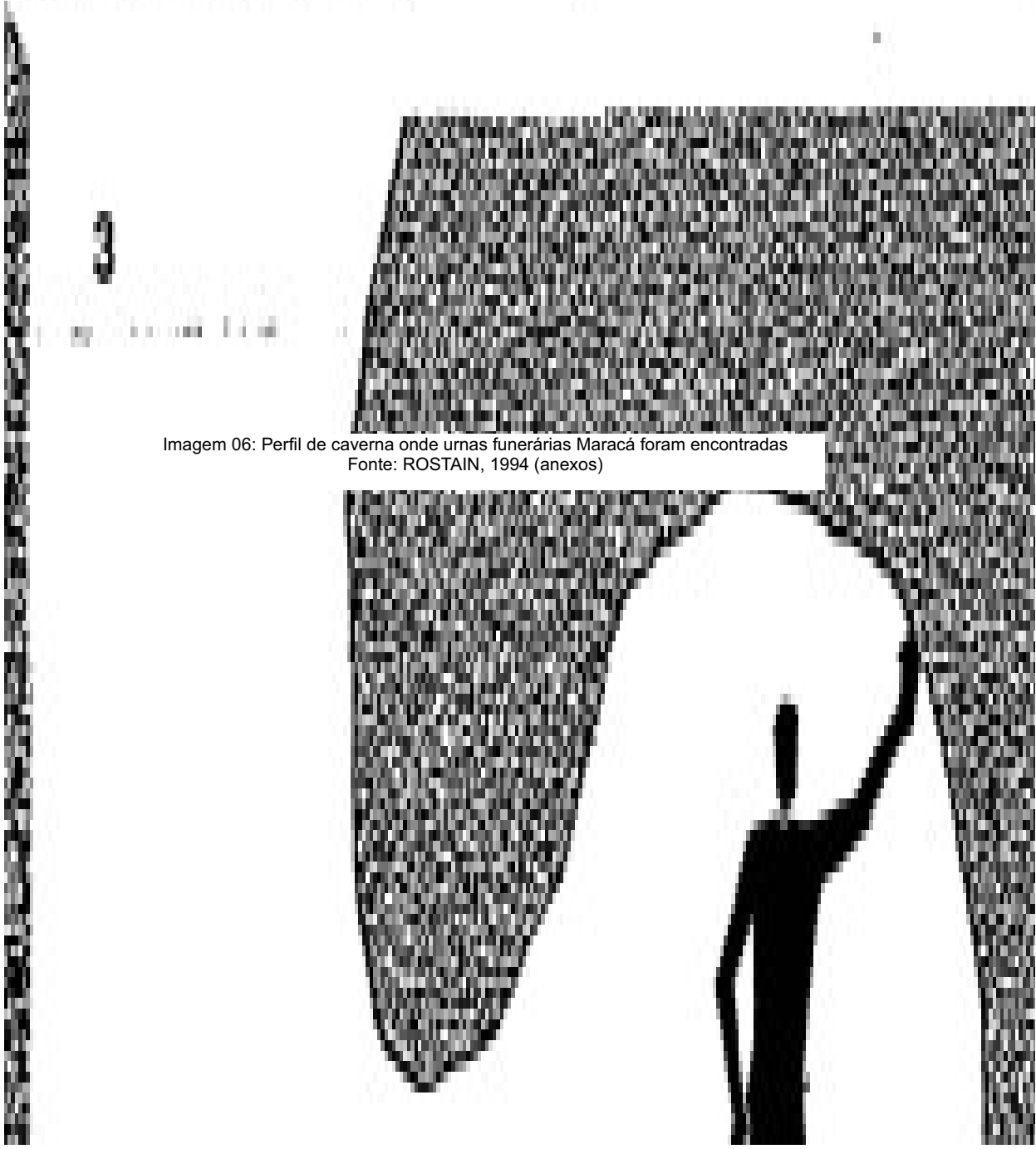
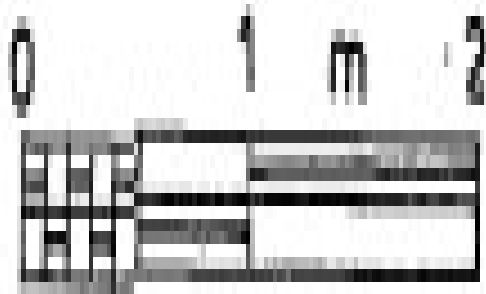


Imagem 06: Perfil de caverna onde urnas funerárias Maracá foram encontradas  
Fonte: ROSTAIN, 1994 (anexos)

No ano de 1877, Ferreira Penna retornou ao rio Maracá com objetivos de novas pesquisas, e recolheu mais urnas. Nas urnas encontradas, duas delas continham cinco crânios, as mesmas foram levadas para o Museu Nacional a fim de serem analisadas.

Anos depois em 1896, o tenente coronel Aureliano Lima Guedes que trabalhava como auxiliar do Diretor do Museu Paraense, Emílio Goeldi, realizou um levantamento geral na área. O Igarapé do Lago e seus afluentes foi uma das regiões exploradas. Nelas, Guedes localizou três sítios arqueológicos que, pela presença de urnas funerárias, chamou-se de “necrotérios de indígenas”. Guedes encontrou duas urnas onde havia uma pulseira de contas de vidro brancas e azuis. O achado destas pulseiras evidenciou o contato do grupo com europeus nos séculos XVI e XVII (NUNES FILHO, 2005).

Segundo Guapindaia (1997), o etnólogo alemão Kurt Nimuendaju explorou o rio Maracá/Igarapé do Lago em 1915. Neste percurso registrou cinco sítios e fez uma coleção de duzentos e quarenta e oitos (248) fragmentos de cerâmica. Os sítios foram localizados na terra firme, em área de “terra preta”, possuindo vestígios de material cerâmico e lítico. Considerou a possibilidade dos locais não terem sido abandonados há muito tempo, uma vez que, a mata ainda estava se recompondo.

A região de Maracá em 1988 foi alvo de um projeto de pesquisa onde na coordenação estava o pesquisador Klaus Hilbert, que tinha como objetivo detectar sítios pré-cerâmicos pertencentes a um estágio caçador-coletor. Realizou cortes estratigráficos, em um local conhecido como Buracão do Laranjal, que continha um abrigo sob rocha, onde se encontrou objetos líticos e vestígios de fogueira. Além do sítio pré-cerâmico foram encontrados e registrados oito sítios com restos de cerâmicas ao longo do rio Maracá, onde se realizou coleta de material cerâmico.

Nunes Filho (2005, p. 57- 58) relata que:

No ano de 1995 teve início um levantamento arqueológico sistemático na área do Igarapé do Lago, região do Maracá, resultado do Projeto “Estudos arqueológicos no Amapá: tentativa de resgate de pré-histórica da região do rio Maracá-Igarapé do Lago”, o qual foi realizado pela arqueóloga Ana Lúcia da Costa Machado do

Museu Paraense Emílio Goeldi. O resultado inicial desse projeto sistemático em 1995 – 1996 foi à localização de vários sítios arqueológicos sítios cemitérios e um grande número de urnas tubulares antropomorfas e zoomorfas e, outras artefatos arqueológicos que se encontra na reserva técnica do Museu Paraense Emílio Goeldi.



Imagem 07: Sítio-cemitério com urnas funerárias Maracá  
Fonte: SEBRAE/AP (2006, p. 48)

As descobertas dos sítios arqueológicos na região do rio Maracá, próximo ao Igarapé do Lago, possuem uma característica especial, uma vez que as margens do igarapé são dilatadas na época das chuvas que em muitos casos fez com que as urnas fossem deterioradas por essa exposição à umidade no decorrer do tempo em que ficaram no sítio (vide Imagem 07).

#### **1.4 PESQUISAS NOS SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS EM CUNANI**

A descoberta do sítio arqueológico do Monte Curú ou Renovado foi realizada por Emílio Goeldi e o tenente – Coronel Aureliano Pinto de Lima Guedes nos anos de 1848 a 1912, em Cunani<sup>12</sup>. Nos meses de outubro e novembro de 1895, foi realizada uma nova expedição científica, que ficou conhecida do então Museu Paraense de Historia Natural e Etnographia, atualmente conhecido como Museu Paraense Emílio Goeldi (NUNES FILHO, 2005).

Essa expedição tinha como objetivo a realização de levantamento científico na região, que naquela época encontrava-se em uma disputa territorial entre a França e o Brasil. As pesquisas aconteceram de forma otimista, com descobertas sobre os repositórios sepulcrais. Goeldi relata que:

---

<sup>12</sup> Monte Cunani no Município de Calçoene. (O nome da cerâmica Cunani está relacionado à localização geográfica)

Procuravam-se elevações e colinas idôneas; a identidade de circunstancias exteriores nos dous casos (alto do Morro da Igreja de Cunany e monte Curú no igarapé do Holanda) o denota distinctamente, eliminando logo qualquer duvida de que se poderia tratar talvez de um caso excepcional e único em relação ao monte Curú . (GOELDI, 1905, p. 23)

Nessa expedição foram encontrados no monte Curú dois túmulos subterrâneos (poços artificiais), ou seja, dois poços com câmara com dezoito peças de cerâmica conservadas, e além dos fragmentos de cerâmica, uma asa zoomorfa (NUNES FILHO, 2005).

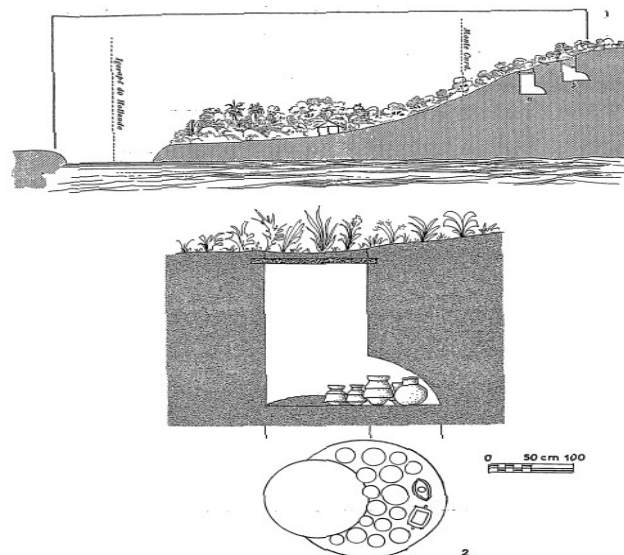


Imagem 08: recorte com vista superior e lateral dos poços artificiais da cerâmica Cunani  
Fonte: ROSTAIN, 1994 (anexos)

As urnas Cunani foram encontradas em poços artificiais, como demonstra a imagem 08, pois o corte lateral (1) explicita não apenas a distância em relação ao rio, a altura dos poços e a proximidade entre elas; o corte superior (2) mostra uma visão por sobre o poço, deixando clara a intenção de proteger as peças das águas do rio e com a colocação das lages de granito por sobre os poços, a tentativa de proteger de violações e das águas pluviais.

Goeldi fez um relatório especificando a quantidade de urnas encontradas em cada poço, generalizando as peças como se fossem encontradas somente em um poço, como esta em seu relato:

Retiramos 19 (18) vasos inteiros de ambas ellas, além de cacos e fragmentos de outros. Aplicando provisoriamente para estes vasos nomes da nossa actual terminologia doméstica trivial, distinguimos entre elles bandejas (1), alguidares (4) [...], potes (12) e moringas. E embora tão diversas na forma, quase todos os vasos continham em maior numero de quantidade fragmentos de ossos humanos, sendo por isto evidente, que elles tinham antes de tudo um fim funerário ( GOELDI, 1905, p. 23-24).

Este relato de Goeldi esclarece não apenas a finalidade da expedição, mas também a finalidade das peças encontradas, ressaltando ainda que as cerâmicas faziam parte de rituais funerários, buscando evidenciar que as cerâmicas Cunani eram encontradas em poços artificiais. Esse era o ponto excepcional da expedição: encontrar cerâmicas com finalidade funerária e seu local de depósito (os poços artificiais).

### **1.5 DAS DESCOBERTAS DE GOELDI AOS DIAS DE HOJE**

O local em questão é o hoje chamado estado do Amapá, que em 1637 foi dada a um português, porém ficou em litígio com ingleses, holandeses e franceses, mesmo após a assinatura do tratado de *Utrecht*<sup>13</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>14</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 eleito estado 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, salvo os trabalhos realizados através dos pesquisadores do Museu Joaquim Caetano e do Museu Paraense Emílio Goeldi. Sendo que essas pesquisas estavam confinadas aos relatórios do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

13 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).

14 O presidente da Suíça (Confederação Helvética), Walter Hauser, após exposição feita pelo Barão do rio Branco, expediu em 0/12/1900 o Laudo Suíço dando ganho de causa ao Brasil na Questão do Contestado Franco-Brasileiro ( SANTOS, 1994).

(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 pólos 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 incluía 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 diversas 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>15</sup>, procederam as 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, 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

---

<sup>15</sup> 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.

Amapá.

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

## 2 IDENTIDADE

O conceito de identidade defendida por Castells, entende por identidade a fonte de significado e experiência de um povo ou de um indivíduo.

Castells (2000, p. 9-10) assim se pronuncia:

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 autorrepresentação 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, linguístico 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 recuso 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 quê 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 amapaenses, 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.



Imagem 09: Exposição Equinócio 2006 SEBRAE/AP, na 43ª Expo-feira agropecuária do Amapá, de 14 a 23 /10/2006  
Fonte: Dados da pesquisa (arquivo pessoal, 2006)

A Imagem 09 apresenta um adesivo com uma urna Cunani em primeiro plano, e as inscrições referentes ao Salão do Design Amapaense. Nessa exposição 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 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 como 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 o aparato financeiro, 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>16</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,

---

<sup>16</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.

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 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 ressignificações 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 ( *apud* 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.

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

As imagens<sup>17</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.

---

<sup>17</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”.

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 faz-se 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>18</sup>), para concretizar, gerir e legitimar seu poder sobre seus indivíduos necessita de instrumentos para melhor alcançar esse empreendimento, e assim garantir sua continuidade.

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 lingüístico 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

---

18 De acordo com Alfredo Bosi (1992)

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.

Desse 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.

## CAPITULO 2

---

### 2 O DISCURSO DE RESSIGNIFICAÇÃO<sup>19</sup> DAS IMAGENS MARACÁ E CUNANI NO AMAPÁ

#### 2.1 SEBRAE e Governo do Estado em articulação

Neste capítulo 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 fala 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 heroizar os povos que habitaram a região de Maracá e Cunani com a clara finalidade de elevar a autoestima de *seus descendentes* – a população residente no Amapá.

Com essa fala o Governador direciona seu discurso para um retorno às

---

<sup>19</sup> Resignificação denota a mudança de uma estrutura usada como referência para dar-lhe um novo significado.

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 uma 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.

A Imagem 10 traz a 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.

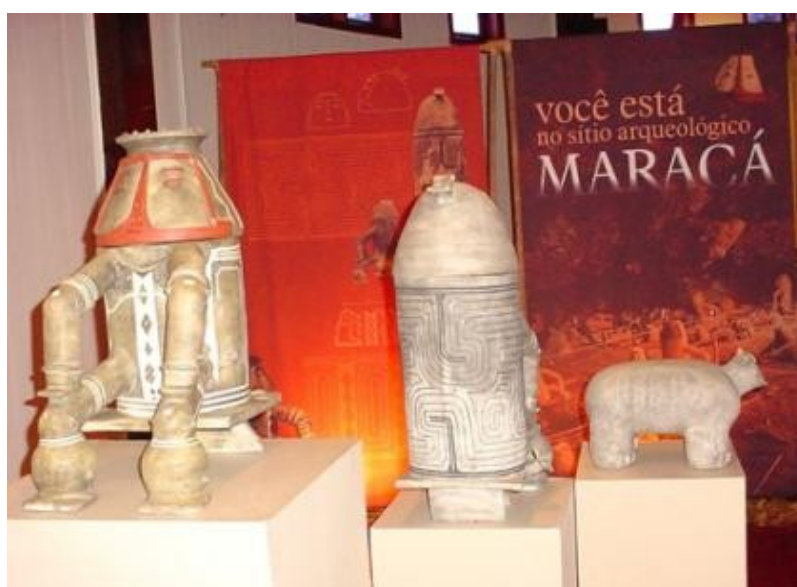


Imagem 10: entrada da exposição (O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade  
Fonte: Dados da pesquisa (arquivo pessoal, 2006)

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 posicionar-se de forma diferente. O sujeito posiciona-se 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”. Assim sendo, o sujeito vai se posicionar de um determinado lugar, do qual 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, heróica e romantizada, quer 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 um resgate, uma ressignificação, 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.

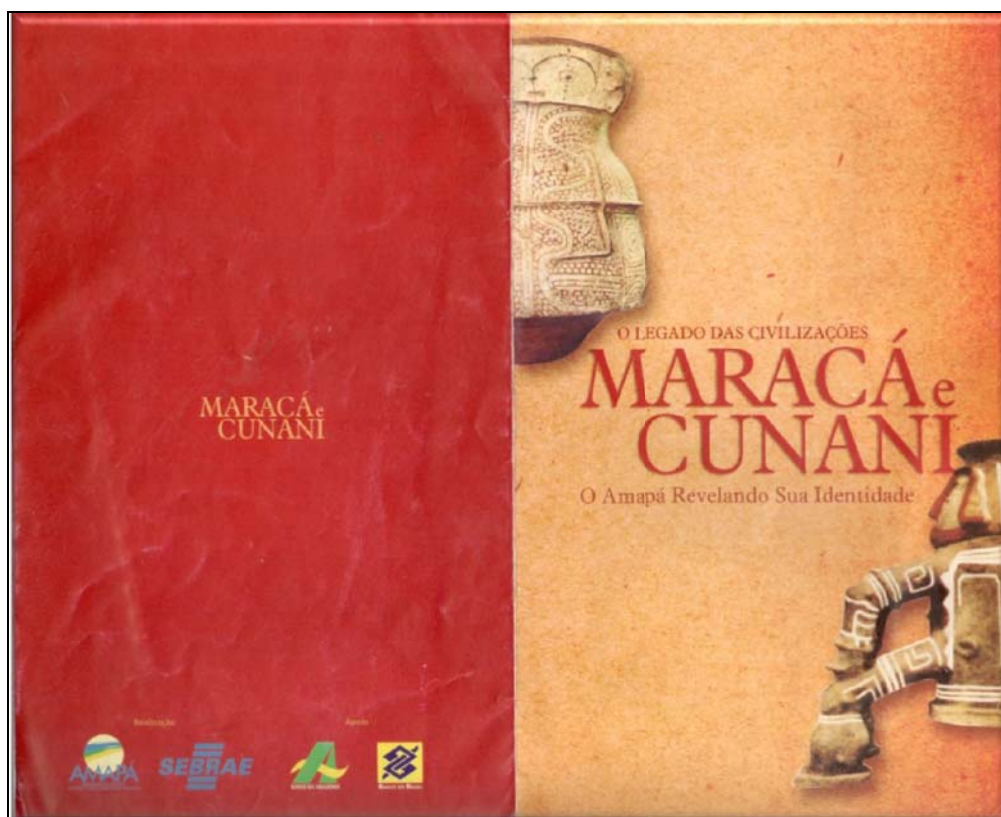


Imagem 11: Capa do panfleto de apresentação da exposição das peças arqueológicas  
Fonte: Dados da Pesquisa (arquivo pessoal, 2006)

A Imagem 11 mostra a capa do panfleto da exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua Identidade” e, à esquerda (superior) metade de uma urna Cunani, à direita (inferior) metade de uma urna Maracá; na contracapa os parceiros do Governo do estado Banco da Amazônia S.A., 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.



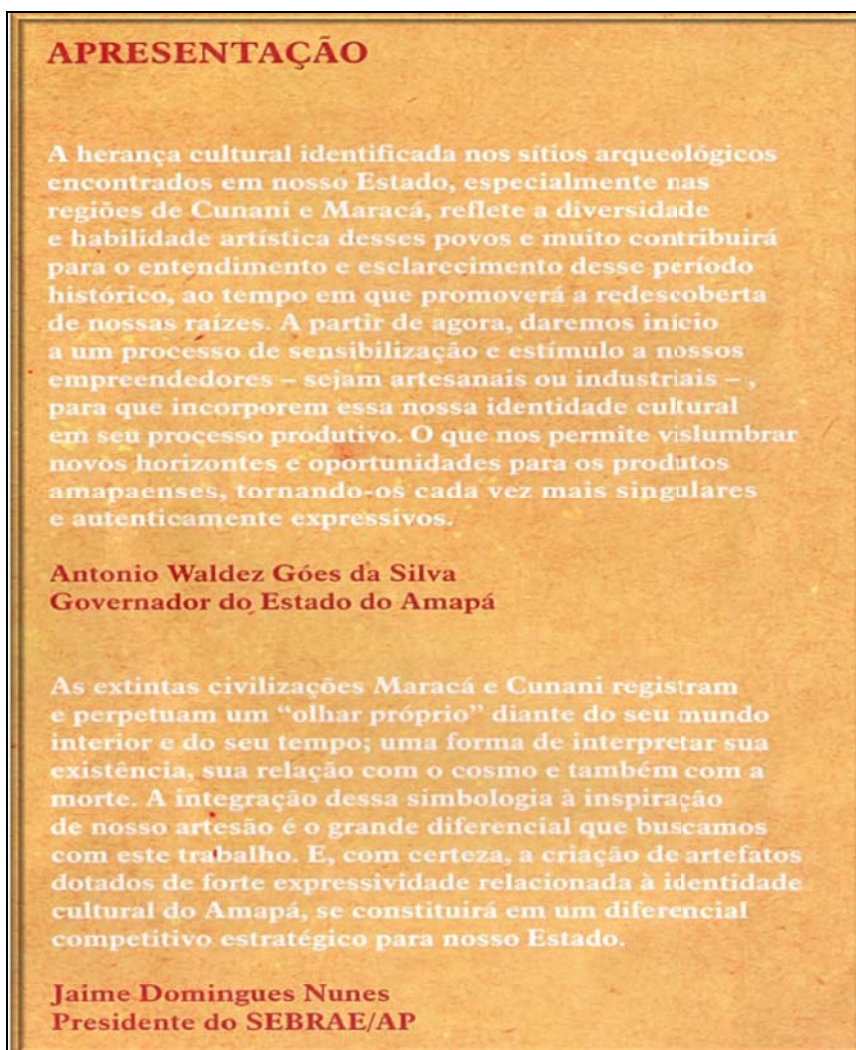


Imagem 12: Apresentação do panfleto da exposição das peças cerâmicas feitas pelo SEBRAE/AP e governo do Amapá  
Fonte: Dados da pesquisa (arquivo pessoal, 2006)

Na apresentação do panfleto (imagem 12) 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 divididos econômicos, além de diferenciarem-se dos outros. A referência econômica (imagem 12) 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.



imagem 13 mostra o interior do panfleto e ilustra o tom do discurso adotado pelo Governo do A

Imagem 13: Catálogo das peças da exposição, interior do panfleto  
 Fonte: Dados da pesquisa (arquivo pessoal, 2006)

peças e utilitários em cerâmica para a sociedade. Todas as peças são numeradas, classificadas em fibras e sementes, madeira e cerâmica; a numeração remete aos artesãos que as produziram, ou seja, aqueles que participaram das oficinas realizadas pelo SEBRAE/AP. Ao mesmo tempo em que imprime uma marca comercial sobre os produtos, visa também interligar o passado e o presente, a partir da relação que se estabelece com os artesãos da sociedade amapaense.

## 2.2 DISCURSO E IDEOLOGIA

Originalmente, a ideologia estava ligada à faculdade de pensar, tratando as

ideias como se fossem naturais, contudo, Karl Marx (1998) vem se contrapor a essa idéia, salientando que a ideologia faz parte das relações de poder e se consolida no Estado em diferentes aparelhos que servem para difundir as ideias do grupo dominante, de maneira que ela contém o modo de pensar que se universaliza, dependendo das intenções e das condições materiais.

Para os frankfurtianos Adorno e Horkheimer (1985) o indivíduo constrói seu mundo interior a partir daquilo que a realidade externa lhe dá aos sentidos, e gradualmente, esse exterior passa a ser internalizado, uma internalização transformada pelo indivíduo que a partir desse entrelaçamento constrói o *eu*. Porém esse *eu* está em constante tensão com a coletividade, o social. A relação com o outro é a condição de sua sobrevivência individual num mundo onde pretende transformar a natureza e retirar dela riquezas \_ isso é a vida em sociedade.

Tanto o discurso marxista quanto o frankfurtiano abordam a relação da transformação dos recursos naturais em benefícios não apenas individuais, mas de um projeto que legitima economicamente, socialmente (coletivamente), travestido também de uma reflexão sobre a realidade, onde a direção já está previamente traçada. No discurso institucional ser amapaense significa conhecer as imagens Maracá e Cunani, divulgá-las, dar lembrancinhas aos amigos e visitantes de outro lugar com essa “identidade”.

O discurso intermediado pela ideologia manifesta a forma de ver a realidade em função dos interesses de classe e, para Marx (1998), a classe que detém o poder dos meios de produção da vida material, também detém o poder sobre os bens espirituais, e assim, é possível afirmar o quanto ele expressa interesses e intenções, os quais contribuem para massificar uma forma de viver e pensar na sociedade. Tanto os discursos Frankfurtianos como os Marxistas apontam neste trabalho, para a Identidade Legitimadora (CASTELLS, 2000), onde a classe que detém o poder ou a tensão entre o social e o individual atua para um direcionamento da construção identitária.

Dependendo das relações de poder, o discurso hegemônico é legitimado e difundido nos meios de comunicação, universalizando o pensamento de um grupo como se ele fosse válido para toda sociedade, envolvendo situações triviais, as quais contribuem para internalizar o modo de pensar do grupo hegemônico. As

situações triviais aqui envolvidas estão no nível do cotidiano: utilizar o transporte público que é “decorado” com faixas Maracá e ou Cunani, ir às praças e ver os grafismos nas lixeiras ou nos bancos, visualizar os motivos Maracá e ou Cunani nas fachadas dos prédios públicos. Ir a uma festa cujo logotipo faz parte de uma das orientações da publicação SEBRAE/AP (2006). Enfim, as situações envolvidas são pequenas e constantes contribuindo para a fixação das imagens na memória visual/afetiva dos sujeitos.

Assim é preciso, também, entender o que é discurso:

O discurso não é a língua, embora seja com ela que se fabrique discurso e que este, num efeito de retorno, a modifique. A língua é voltada para sua própria organização, em diversos sistemas que registram os tipos de relação que se instauram entre as formas (morfologia), suas combinações (sintaxe) e o sentido, mais ou menos estável e prototípico de que essas formas são portadoras segundo suas redes de relações (semântica). Descrever a língua é, de um modo ou de outro, descrever regras de conformidade, a serem repertoriadas em gramáticas e dicionários (CHARAUDEAU, 2006, p.40).

Para Charaudeau (2006), o discurso está acima do uso de regras da língua a qual pertence. Ele é resultado da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve, havendo uma troca, uma relação de intencionalidade que os liga, a partir da maneira pela qual se expressa. Descrever sentido de discurso consiste, portanto, em proceder a uma correlação entre dois polos. No caso da informação repassada pelas mídias, é importante questionar sobre a mecânica de construção do sentido, sobre a natureza do saber que é transmitido e sobre o efeito de verdade que pode produzir no receptor. Entendido dessa forma o discurso é um coadjuvante na fixação da identidade legitimadora, pois as imagens assumem o papel de protagonistas na Campanha da Amapalidade.

O discurso do presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE, Jaime Domingues Nunes, aponta para o setor empreendedor da sociedade amapaense, no qual ele acredita estar acontecendo uma transformação em seu modo de produção. Para “isso ele deve estar atento á construção de diferenciais que agreguem valor a seus produtos e serviços e que promovam a consolidação identidade para o seu trabalho e sua empresa.” (SEBRAE, 2006, p. 6). Os diferenciais apresentados são

os grafismos, ou seja, as imagens com temática Maracá e ou Cunani.

Essa visão mercadológica com valorização cultural é o mote do discurso apresentado pelo SEBRAE/AP em sintonia com o governo estadual. Por isso falam do artesanato amapaense que está sintonizado cada vez mais com o mercado, usando matérias primas diversificadas, formas leves, acabamentos refinados, mas com referência cultural. Diz ele que “com a difusão da importância deste legado, pretende-se fortalecer a auto-estima da população e ampliar o repertório das referências visuais e simbólicas dos artesãos, instigando seu potencial criativo, associado ao fortalecimento da expressividade de suas criações” (SEBRAE, 2006, p. 6).

Essa visão comercial (compreendida e divulgada pelo GEA e seus parceiros) dos produtos recriados pelos artesãos e pequenos comerciantes amapaenses, de forte expressividade e relação com a identidade cultural do Amapá, deve se tornar um diferencial competitivo dentro e fora do estado. Com isso as duas principais instituições (Governo e SEBRAE), são inter-locutores do povo do Amapá oferecendo um discurso de aproximação, mesmo sendo um processo de reconhecimento ou estranhamento, diante das diversas correntes ideológicas que permeiam qualquer sociedade de classes.

Essa necessidade de estar ligado ao outro a partir da fala, do discurso, muitas vezes pode desvirtuar a relação de troca, de transmissão de informações. Quando se está ligado ao outro, seja por reconhecimento, diferenciação ou estranheza, há uma interação que permite ambos se posicionar livremente. Como disse Bakhtin (1986, p. 113), “a palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros”. Segundo Helena Brandão (1998, p. 43-44), “o sujeito, movido pela ilusão do centro, pela ilusão de ser a fonte do discurso, por um processo de negação, localiza o outro e delimita o seu lugar para circunscrever o próprio território”.

O “esquecimento” sobre a autoria dos discursos passa a fazer parte do processo de construção discursiva do sujeito e fortalece a tese de que todo discurso é o encontro de muitas vozes - não somente as que falam pelo sujeito, mas também as que não falam. O silêncio contribui para a formação dos sentidos. Nesse caso o silêncio é mantido por aqueles a quem o discurso da amapalidade é dirigido.

Para Charaudeau (2006), a busca pelo sentido é algo extraordinário no

decorrer desse processo. O sentido nunca se mostra antecipadamente. Ele vai sendo construído pela ação *lingueira* do homem e só é perceptível através de formas. Toda forma remete a um sentido, todo sentido remete à forma.

Segundo este autor, todo discurso, antes de representar o mundo, representa uma relação, ou, mais precisamente, representa o mundo ao representar uma relação. E isso também é aplicado no discurso da informação. O sujeito informador, sob as malhas do processo de transação, vai construir sua informação em função dos dados específicos da situação de troca. Olhando por esse prisma, é impossível prender a informação sob a égide da fidelidade aos fatos ou a uma fonte de informação. Estaria a informação não isenta à transparência, à neutralidade ou à factualidade. Essa forma de receber a informação faz com que a interpretação seja processada segundo parâmetros próprios do receptor, e que não foram necessariamente previstos pelo sujeito informador.

É preciso encontrar as congruências entre os temas aqui tratados:

Identidade ► Ideologia ► discurso ► Identidade

O discurso (todo discurso) produz identidade, que por sua vez produz ideologia, que constrói identidade, e esse ciclo faz com que o sujeito se reconheça enquanto ser pensante, participante de uma sociedade. Analiso as estratégias utilizadas e os mecanismos tacitamente empregados para alcançar uma mudança identitária ou uma homogeneização da comunidade.

### **2.3 A IMAGEM NA CULTURA VISUAL**

Os anúncios publicitários, as revistas e os panfletos fazem parte dessa sociedade de gente que enxerga e para Douglas Kellner (1995) embora os publicitários divulguem a idéia do anúncio como basicamente informativo, essa informação acaba não resistindo a um exame mais aprofundado. Durante a campanha para a reeleição ao governo do estado do Amapá, em 2006, foi divulgado um panfleto (imagem14) sobre benfeitorias realizadas no setor pesquisa e cultura no mandato anterior, em que, num sentido de correlação, aparece o *logo* da campanha eleitoral e, ao fundo, o título da exposição com uma imagem Maracá por trás da

imagem do candidato. A mensagem deixa muito clara a necessidade de *avanço*, tanto cultural quanto científico, pois “o incentivo à pesquisa científica, o corredor da biodiversidade são outras ações que estão firmando a cultura, a pesquisa e o crescimento científico e intelectual do nosso povo” (G.E.A., 2006).

Tanto o discurso textual quanto o imagético contribuem para a fixação de verdades ou ficções que interessam ao candidato e seus parceiros. Knauss afirma que “a imagem é capaz de atingir todas as camadas sociais ao ultrapassar as diversas fronteiras sociais pelo alcance do sentido humano da visão” (2006, p.99 ). Esta afirmação nos lembra que na Idade Média européia as imagens eram utilizadas para confirmar o poder monárquico e religioso, justamente por ser um modo abrangente de comunicação. É justamente pela abrangência, pela importância e frequência das imagens em nossa sociedade, que trago a discussão sobre as imagens Maracá e Cunani como identidade institucional (legitimadora) para o estado do Amapá, pois as imagens apresentadas representam as formas de circulação (panfletos, livros, jornais, mídias, veículos móveis ou imóveis de propaganda) e produção (impressos, adesivos, objetos) participando da tentativa de impregnação do sentimento de amapalidade.



[sic]” está com erro de grafia. Além do texto a imagem do panfleto funde o logo do candidato “W12” com a imagem onde está o próprio candidato e a capa do livro do SEBRAE/AP em tamanho equivalente.

Na ótica da Cultura Visual, Mitchell (2003, p. 39- *tradução nossa*) vem reforçar este caráter da imagem:

A "cultura" visual coloca sua atenção em todas as coisas estranhas que fazemos enquanto olhamos, contemplamos, mostramos e presumimos - ou, pelo contrário, enquanto nos escondemos, encobrimos ou recusamos a olhar. Em particular, ela nos ajuda a ver que mesmo algo tão amplo como "imagem" não esgota todas as possibilidades de visualidade.

Podemos concluir a partir dessa colocação de Mitchell e outros estudos de Hall, (2003) no que se refere à audiência: a recepção da imagem dependerá de vários fatores, inclusive das construções (e ocultações) sociais, simbólicas, psicológicas e históricas desenvolvidas, tanto a partir de quem vê, como de quem é visto, deste modo, o que vemos e o que nos mostra, constroem sentidos que mutuamente modificam o modo como observamos e o modo como somos observados, tornando esta relação dinâmica, mas, ainda dependente, pois o observador é socialmente localizado e suas posições demonstram os parâmetros de suas observações.



Imagem 15: Programa impresso do III Aldeia SESC - Povos da floresta  
Fonte: Dados da pesquisa (arquivo pessoal, 2008)

No Programa de apresentação do III Aldeia SESC - Povos da floresta (imagem 15), que ocorreu em agosto de 2008, toda programação visual do evento obedeceu criteriosamente às orientações do livro do SEBRAE/AP (2006), com a urna Maracá em espelhamento, com os grafismos no alto e ao pé da página e com a cor de cerâmica, além do título: Aldeia - SESC Povos da floresta. Esse evento buscava reunir os produtores de cultura do estado, tendo sido convocados atrizes, *performers*, contadores de estórias, artistas plásticos, poetas, dançarinos e bandas de vários ritmos para participarem de palestras, oficinas, mostras de vídeos e também para apresentarem seus trabalhos ao público em geral.

As estratégias institucionais (panfletos, publicações, exposições, oficinas, ação das secretarias) começam a ser mais extensivas a partir de 2007, não sendo mais apenas pontuais, elas também invadem as salas de aula e, os professores da Rede Estadual de ensino começam a ministrar aulas onde as imagens Maracá e Cunani são expostas, principalmente nas aulas de arte ( pois a publicação do SEBRAE/AP foi distribuída a todas as escolas da Rede Estadual, através da Secretaria de Estado da Educação). Ou seja, o que se pode verificar é uma invasão dessas imagens em todos os aspectos discursivos da vida cotidiana das pessoas, principalmente, as que estão mais vulneráveis à ação midiática institucionalizada. Uma vez que o próprio Secretário Especial de Desenvolvimento Econômico Alberto Góes declara ao jornal Diário do Amapá: “O que queremos é a colaboração dos profissionais da imprensa na construção do sentimento de amapalidade e na massificação dessas referências iconográficas, que simbolizam o resgate de nossa verdadeira história” (MELO, 2006). Fica evidente o esforço institucional para massificar essas imagens com sentido de identidade.

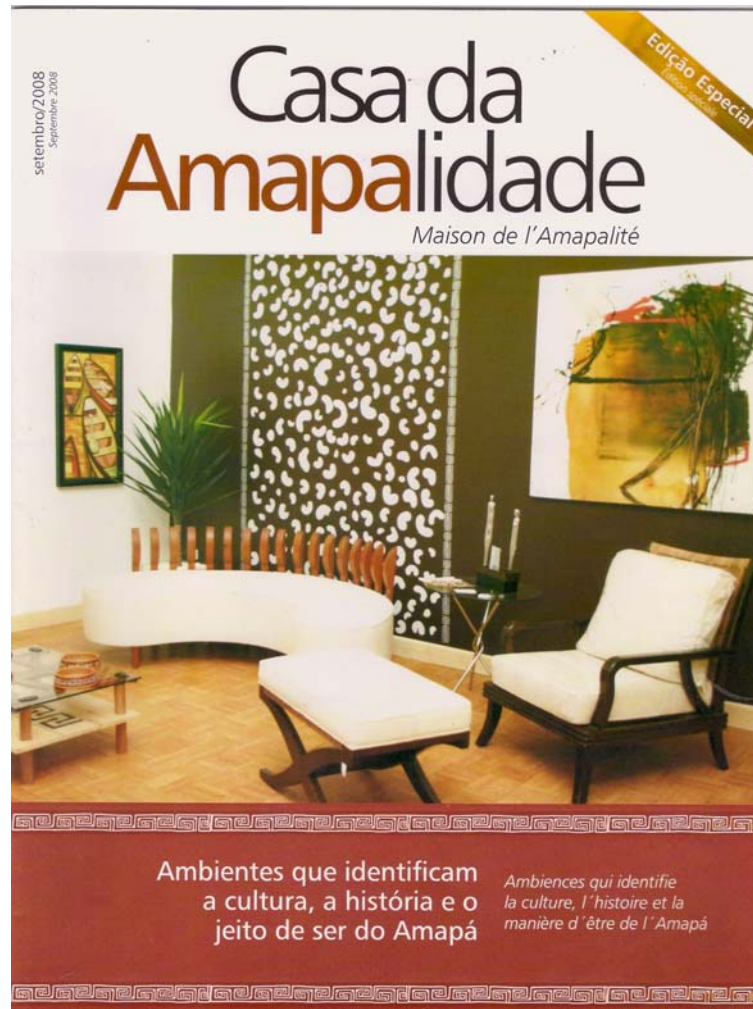


Imagem 16: Revista Casa da Amapalidade, set/2008  
 Fonte: dados da pesquisa (arquivo pessoal, 2008)

A primeira edição bilíngüe (português/francês) da revista Casa da Amapalidade (imagem 16) é um exemplo de que não apenas os artesãos mas também os arquitetos, lojistas, moveleiros e empresários do setor da construção participam ativamente do projeto institucional. A revista traz ambientes decorados com peças, padronagens gráficas, cores, e móveis inspirados nas imagens Maracá e Cunani. Esta revista foi financiada e produzida pelo SEBRAE/AP em 2008, as imagens da revista, foram resultadas de stands decorativos montados na Feira do Empreendedor no pátio do prédio do SEBRAE/AP em 2007. Nela é possível ver a tentativa de demonstrar o “jeito de ser do Amapá”. O “jeito de ser” do Amapá é sofisticado, já que as residências são decoradas com motivos Maracá e Cunani, os moradores são dotados de “bom gosto” pois valorizam suas “raízes culturais”, porém

esse jeito de ser está relacionado a um determinado poder aquisitivo, que não está necessariamente voltado à maioria da população do estado, que é de baixa renda.

Assim, ao veicular determinada imagem, utilizando-se dos meios de comunicação em poder da instituição, o Governo do estado do Amapá cria códigos que negligenciam as múltiplas identidades culturais locais por não valorizá-las, ou mesmo, por não reconhecê-las, uniformizando essas identidades com propósitos claramente econômicos.

O ser humano chega ao conhecimento a partir da construção e do exercício da linguagem, visando tornar o mundo inteligível, categorizando-o a partir de parâmetros dentro de uma complexidade ímpar. O saber vai sendo construído segundo o olhar do ser. Voltado para o mundo, o olhar cataloga esse mundo em categorias de conhecimento; mas, voltado para si mesmo, o olhar tende a construir categorias de crença. O saber se estrutura simultaneamente, conforme a atividade discursiva usada pelo o indivíduo para interpretar o mundo. O indivíduo pode descrever contar ou explicar. Pode estar bastante envolvido no que diz ou pode tomar cuidado com o que dizer. Essas formas de discursar através da linguagem se constituem nos sistemas de interpretação do mundo, sem os quais não há significação.

O discurso utilizado pelas instituições para apresentar e argumentar sobre essa nova visão da identidade cultural do Amapá, deixa claro que há uma preocupação mercadológica a partir desse resgate histórico e iconográfico, mas que também tem um viés de identidade cultural marcante e singular, que pode ser concebido e incorporado nas produções artesanais e industriais do Amapá, como forma de expressar sua identidade, e ainda assim, gerar produtos agregados que valorizem tanto sua cultura com produção comercial.

## CAPÍTULO 3

---

### 3 ANÁLISE DO DISCURSO DA MÍDIA IMPRESSA “A GAZETA”

#### 3.1 A Produção do discurso midiático

Os textos jornalísticos escolhidos foram aqueles considerados mais significativos dentro da proposta institucional. O jornal *A Gazeta* foi escolhido por que nos arquivos da biblioteca pública Elcy Lacerda eram os que continham o maior número de reportagens sobre o assunto Maracá e Cunani. Os exemplares analisados cobriram os meses de fevereiro a novembro de 2006, ano da Exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade” e o ano de lançamento da campanha. A intenção era avaliar o período de início da exploração midiática. Dos 313 exemplares que deveriam ser analisados, cerca de 5% (verde - gráfico 1) não estavam nos arquivos da biblioteca, 40% (azul - gráfico 1) apresentavam outras notícias sem relação ao tema, 25% (vermelho - gráfico 1) apresentavam notícias correlacionadas como pequenas notas em zonas mais periféricas do jornal, e 35% (amarelo - gráfico 1) apresentavam notícias, entrevistas ou até cadernos inteiros, como foi o caso do Caderno de Cultura sobre a cerâmica Maracá e a cerâmica Cunani.

Gráfico 1



O maior número de notícias ocorreu em maio, junho e julho de 2006, pois

foram os meses que antecederam o lançamento da Campanha da Amapalidade, com a Exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”, ocorrida na Fortaleza de São José de Macapá (junho/julho-2006) e o lançamento do livro homônimo (SEBRAE/AP -2006). Também houve um grande número de matérias em setembro e outubro de 2006, por ocasião da 43ª Expofeira Agropecuária do Amapá e o salão do Design Amapaense promovido pelo SEBRAE/AP dentro da 43ª Expofeira.

As matérias aqui analisadas referem-se aos meses de abril, junho, julho, agosto, setembro e novembro de 2006, a fim de buscar nas notícias a linearidade do início e desenvolvimento da parceria institucional (SEBRAE/AP e GEA). A Exposição na Fortaleza de São José de Macapá, a preparação dos artesãos para o trabalho com projetos na área de cultura, as repercussões na sociedade, a exposição na 43ª Expofeira, no Salão do Design Amapaense e as inserções de notícias que pudessem abranger o ano de 2006. Os cadernos em que estavam distribuídas as matérias eram: Cidades, Política e Cenários.

Com o levantamento desse material de pesquisa procedi à análise que segue.

A palavra mídia, oriunda do termo inglês *media*, significa meio. E meio, de acordo com os dicionários, pode ter duas definições: veículo para transmissão de alguma coisa ou centro, ponto de equilíbrio entre dois extremos (FERREIRA, 2000). A partir do conceito de mídia enquanto veículo, podemos dizer que o papel dela é organizar, produzir e disseminar informações que possam servir para a compreensão e/ou transformação de determinados fatos sociais. Por outro lado, tomando como base a idéia de mídia como centro, pode-se imaginar que ela cumpre a função de difusora do equilíbrio. Assim, a mídia é um veículo, um meio, que poderia contribuir para o equilíbrio entre as diversas partes que compõem a sociedade, através da difusão da informação. Daí, que o que se pode esperar da mídia, particularmente do jornalismo, é uma contribuição para a promoção do diálogo e para a mediação de conflitos, através de procedimentos técnicos, como checagem (a chamada apuração), edição e divulgação - de fontes e informações.

Ela nos passa as informações de maneira muitas vezes multifacetada, que ocorre de acordo com a visão do receptor:

A maneira com vemos as coisas é afetada pelo que sabemos ou pelo que acreditamos. Na Idade Média, quando o homem acreditava na existência física do inferno, a visão do fogo deve ter significado algo

diferente do que significa hoje. Não obstante, a idéia que fazia do inferno devia-se muito a visão do fogo consumindo e das cinzas que permaneciam... Assim como a sua existência da dor das queimaduras (BERGER, 1999, p. 10).

Olhar é um ato de escolha. Mesmo que muitas vezes não nos demos conta de que essa “escolha” tem bases culturais. Como resultado dessa escolha, aquilo que vemos é trazido para o âmbito de nosso alcance, ainda que não necessariamente ao alcance das mãos.

Ao dar visibilidade a fatos do dia-a-dia, a mídia influencia na opinião das pessoas. No que se refere ao jornal impresso, objeto desta análise, isso acontece de maneira mais forte ainda do que em outros veículos, por tratar-se de um meio bastante acessível. Nesse caso, o texto jornalístico baseia-se em recursos lingüísticos tecnicamente trabalhados para sustentar o discurso construído. O jornal está escrito e assinado, muitas vezes pelo próprio jornalista ou pela empresa jornalística. Trabalha com fontes que, no processo de elaboração textual, tornam-se personagens, com referentes reconhecidos no mundo real. O que veremos a seguir é um conjunto de matérias sobre o assunto pesquisado e as diversas maneiras de tratar do assunto pela mídia do Amapá, em especial, o jornal *A Gazeta*.

Imagem 17: SEBRAE/AP lança campanha aos artesãos  
Fonte: Jornal *A Gazeta*, 18 de agosto de 2006, Caderno Cidades

**CULTURA AMAPAENSE**

## Projetos são apresentados a artistas de Macapá e Santana

• CLEIA LIMA  
DA REPORTAGEM LOCAL

O Sebrae apresentou ontem (17), aos artistas de Macapá e Santana os projetos elaborados para os segmentos da música, artes cênicas e artes visuais. A iniciativa é uma forma de ajudar a produção e possibilitar mais estabilidade e profissionalismo aos artistas amapaenses. O evento ocorreu no Palácio do Setentrão.

Desde o ano passado o Sebrae, o gestor do Projeto Empreendedorismo Cultural do Sebrae no Amapá, Maikon Richardson se reuniu com associações e entidades jurídicas que representam os segmentos citados para buscar uma forma de desenvolver e criar espaços para que o artista tenha sustentabilidade e possa apresentar um trabalho de qualidade para o público.

o projeto tem como objetivo promover o desenvolvimento sustentável dos artistas, por meio da capacitação técnica, gerencial, promocional

ção cultural.

Na elaboração do projeto muitos pontos foram discutidos, a exemplo de um local para apresentação, além de

mostrarem seu trabalho, incentivos para lançarem CD, com qualidade e também para participarem de feiras, além da criação do curso de música nas faculdades ou

universidade.

Na área de arte visual, a solicitação principal dos artistas foi com relação aos espaços para exposição e também um local para comercialização de seus produtos, além de cursos e ampliação da escola de Arte Cândido Portinari e participação em feiras e eventos.

O projeto visa promover a sustentabilidade financeira do artista e com ele outros que se beneficiam, como técnicos de som e luz, cinegrafistas, costureiros, garçons, recepcionistas, compositores, roteiristas, e tantas outras profissões ligadas à arte.

Os artistas interessados em participar dos projetos de cultura da Gestão Orientada para Resultados (Geor), preencherão a ficha de adesão, além de participarem das ações previstas para os próximos três anos.



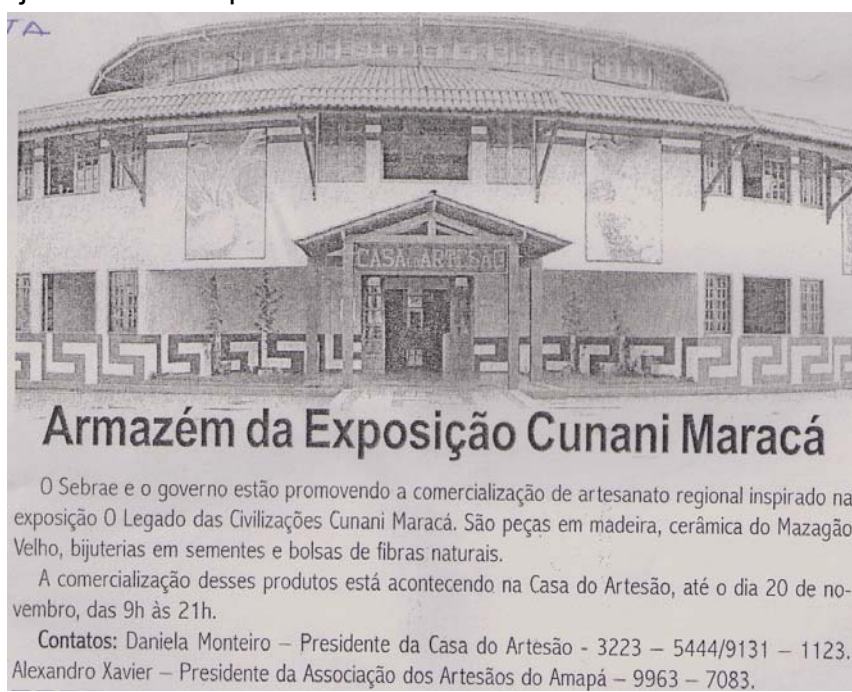
**Artistas participam da apresentação de projetos para os segmentos da música, artes cênicas e dança**

Aqui (imagem 17), vemos o lançamento dos projetos para a comunidade de Macapá e do município de Santana, dando ampla divulgação do fato político. O discurso busca um envolvimento com artistas locais, nesse caso, dos dois maiores municípios do Amapá para dar visibilidade ao projeto. O pano de fundo é a sustentabilidade financeira. O SEBRAE/AP é o gestor do projeto Empreendedorismo Cultural e, desde 2005, vem implementando parcerias com o Governo do estado do Amapá. O SEBRAE/AP participa com o treinamento de gestão, apresentação do produto, agregação de valores simbólicos aos produtos; e o GEA entra com o fomento através da Secretaria de Estado do Trabalho e Empreendedorismo (SETE), da Agência de Fomento do Estado do Amapá (AFAP) com o programa Amapá Empreendedor que é coordenado pela SETE, com juros de 1,5 % ao mês, para os artesãos associados à Casa do Artesão (Associação dos Artesãos do Amapá)

Esses discursos são construídos por profissionais (jornalistas) que projetam no trabalho a sua visão de mundo e a visão das instituições em que trabalham. A representação do fato ocorre a partir da construção de um texto jornalístico, organizado estruturalmente por respostas resultantes das seguintes perguntas: O quê? Quem? Onde? Quando? Como? E Por quê? Essas respostas ajudam a construir o chamado lide (do inglês *lead*). Sobre isso, Elcias Lustosa diz que:

A definição do modelo do lide – com seis interrogações básicas, representou uma solução inovadora para a construção de um texto de notícia padronizado e homogêneo [...]. Ele ainda é defendido por alguns autores como um recurso de grande valia para a construção de uma boa cabeça de matéria. (LUSTOSA, 1996, p.78).

O conjunto formado pelo lide e o restante do texto caracteriza a formação da notícia, isto é, “a



informação transformada em um produto de consumo” (LUSTOSA, 1996). Um veículo de comunicação oferece informações transformadas em notícias, e os textos contém algum tipo de informação, principalmente os de opinião, como editoriais. Na imagem 18, a casa do artesão é mostrada com sua arquitetura circular e pintura de grafismos Maracá. A Casa do Artesão foi inaugurada em 30/12/2005 e já antecipava a Campanha da Amapalidade, pois sua forma circular de choça, os grafismos Maracá que circundam o prédio e também sua parceria com o Governo, através dos benefícios de seus cooperados. A imagem 18 é uma notícia do Caderno Cidades, e convida o leitor à visita e reforça a parceria institucional.

Imagem 18: SEBRAE/AP E Governo do estado em parceria  
Fonte: Jornal A Gazeta, 05 de novembro de 2006, Caderno Cidades

Nesta nota do jornal fica claro o lide falado acima. O quê? Quem? Onde? Como? E por quê? São respondidos chamando para a exposição. É o momento do encontro entre a população e as peças agora transformadas em artesanato e bijuterias. A relação entre presente e passado se liga a partir de um “resgate” que busca identificar traços culturais. Presente e passado agora frente a frente.

(...) Consequentemente o medo do presente conduz a mistificação do passado. O passado não é para viver nele; trata-se na verdade, de um poço de conclusões, dele extraídas, para nosso intuito de agir. A mistificação cultural do passado acarreta uma dupla perda. As obras de arte são tornadas desnecessariamente remotas. E o passado oferece-nos menos conclusões a serem completadas pelas ações (BERGER, 1999, p. 13).

O chamado do jornal é algo que parece banal, algo corriqueiro na cidade, mas que traz um fato importante para a sociedade local. Isso equivale a dizer que a mídia absorve os fenômenos sociais, embalando-os de uma roupagem especial, tecnicamente trabalhada para agradar aos mais diferentes gostos e expectativas. O texto do jornal, assim como a imagem nele impressa e reproduzida buscam ilustrar a vida cotidiana.

A construção da representação do fato, ou seja, a forma através da qual o mundo é retratado pela mídia sofre fortes influências de quem opera com os elementos que compõe a informação. É, por isso, que veículos de comunicação, bem como os profissionais da imprensa, estão cada vez mais sob os olhares atentos de diversos organismos reguladores. No embate informação-notícia, a mídia tem explorado, muitas vezes, os dramas humanos, chegando, inclusive, a provocar acontecimentos, na tentativa de chamar ainda mais a atenção ou mesmo de arrebatando novos consumidores.

Durante o ano de 2006 o jornal *A Gazeta* divulgou informações sobre o livro e a exposição que tratava das peças arqueológicas encontradas nos sítios Maracá e Cunani. Foram inserções em diversas páginas e cadernos, sempre divulgando ou falando do assunto relacionando-o a outros, como ao empreendedorismo, fato que fica claro em algumas reportagens como na imagem 19:



Imagem 19: SEBRAE/AP lança projeto de cultura  
 Fonte: Jornal A Gazeta, 30 de abril de 2006, Caderno Política

Na imagem 19, volto ao mês de abril para delinear o percurso da construção do discurso do Empreendedorismo Cultural: agregar valor monetário a bens simbólicos. Se, na imagem 17, o SEBRAE/AP traz o lançamento dos projetos, aqui, na imagem 19, os projetos são esboçados, ou seja, é traçada a metodologia que norteará os projetos. A pretensão é grande: tornar o projeto um fato cultural com marca registrada, com contrato, termos técnicos, através de capacitação e estímulos financeiros com a parceria também do SESC Amapá.

Os discursos jornalísticos são construídos a partir do posicionamento de um veículo. Para analisar este comportamento, a teoria da Análise do Discurso aponta elementos que podem ser considerados no decorrer deste processo. Um deles é estudado por Milton José Pinto (1999), pois mais importante do que "o que se fala" é "como se fala", considerando que toda informação está relacionada a circunstâncias e contextos históricos e sociais. Assim sendo, a Análise do Discurso não se

interessa tanto pelo texto, no que diz ou mostra, já que não se preocupará com sua interpretação semântica, mas sim em “como” e “por que” o diz e mostra (Pinto, 1999, p. 23). No caso da imagem 20, o “como” está relacionado à expo-feira e às oportunidades de negócio que surgirão a partir do contato com empreendedores vindos de diferentes estados do Brasil e da Guiana Francesa; o “por que” relaciona-se às necessidades econômicas dos empreendedores do estado, além de a instituição estatal e seus parceiros demonstrar engajamento e preocupação com a geração de emprego e renda.



Imagem 20 – Chamada para os empresários amapaenses  
Fonte: Jornal A Gazeta, 29 setembro de 2006, Caderno Cidades

Nesta reportagem (Imagem20) fica clara a intenção de envolver outros segmentos no processo de construção e re-significação da identidade cultural do Amapá. Basta para isso verificar que os empresários também são chamados para se beneficiar das descobertas e da divulgação dos achados arqueológicos. A tentativa de reconhecimento da identidade Amapaense é objeto de intercâmbio com empresas nacionais e internacionais. No discurso da imagem 20 acontecerá na 43ª Expofeira Agropecuária do Amapá a exposição e da Cultura Maracá e Cunani, o que demonstra um enorme equívoco, pois as peças dos artesãos que participaram das

oficinas do SEBRAE/AP é que foram mostradas.



Imagem 21: Artesãos são chamados para participar de oficina  
Fonte: Jornal *A Gazeta*, 06 de agosto de 2006, Caderno Cenários

Nesse sentido, a imagem 21 nos revela a preparação dos artesãos para a 43ª Expofeira. As oficinas foram ministradas por designs do SEBRAE de São Paulo, para agregarem a “iconografia Maracá e Cunani” a suas peças.

Na imagem 21 os artesãos são chamados também para participar do projeto relacionado identidade cultural do Amapá. Vemos então um discurso sendo trabalhado no sentido de envolver segmentos que podem utilizar o projeto e se beneficiar com isso. Na imagem o típico momento de aprendizagem, onde uma pessoa, localizada no centro da imagem orienta através de exemplo prático os que estão a sua volta.

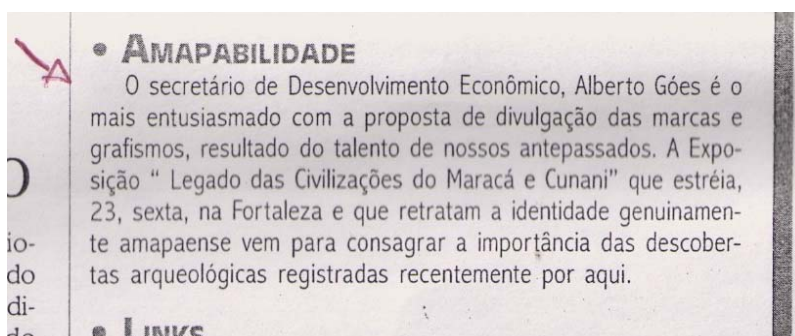


Imagem 22: Convite para Exposição “O legado Maracá e Cunani”  
Fonte: Jornal *A Gazeta*, 21 de junho de 2006, Caderno Política

A imagem 22 não apresenta uma imagem, mas apenas um pequeno texto convidando para a exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”. Uma parte do texto afirma: que as imagens Maracá e Cunani “retratam a identidade genuinamente amapaense”. Essa afirmação nos remete à compreensão das imagens “como resultado de um trabalho social de produção de sentido, pautado sobre códigos convencionalizados culturalmente” (MAUAD, 1996, p.84), o jornal passa a ser um porta-voz do governo do Amapá, fortalecendo os laços e enfatizando todas as informações que vão ao encontro do projeto de massificação da proposta institucional.

### **3.2 representação e visualidade**

A obra “Análise Automática do Discurso”, do francês Michel Pêcheux, do final da década de 60, deu início à teoria da Análise do Discurso. Uma nova forma de ver o “discurso” abriu espaço para que as Ciências Sociais se confrontassem com outras ciências, entre elas a História, a Psicanálise e a Lingüística. Essa maneira de ver o discurso de forma diversificada em suas potencialidades de sentidos é prevista em Pinto (1999, p.24), que trabalha a multiplicidade de significações do enunciado, ou seja, as “práticas sociais”, nas quais os discursos estabelecem relações com as representações sociais, gerando as idéias que um determinado grupo ou classe.

No caso deste trabalho, o sentido de representar passa pela visualidade - é seu eixo central - “As representações visuais são formas culturais de apresentar, narrar ou referir, caracterizando ou nomeando grupos de indivíduos, sujeitos, conceitos, valores e identidades” (MARTINS, 2008, s/p). As representações são construídas a fim de substituir o objeto ou ser representado e está intrinsecamente ligada à linguagem e à visualidade de determinada cultura.

# Governador diz que o Amapá merece ter sua história protegida

O governador Waldez Góes afirmou ontem que reconhece na sociedade amapaense como a melhor protetora de seus recursos naturais e bens ambientais, notadamente os monumentos arqueológicos, históricos e culturais. A manifestação foi para justificar o envio à Assembleia Legislativa, do projeto de lei que trata sobre a criação de Parques Arqueológicos no Amapá.

"Nos últimos anos, o governo tem se preocupado em desenvolver, conjuntamente com os demais poderes e a sociedade, políticas públicas de resgate da história dos nossos antepassados, restabelecendo definitivamente a necessidade de garantir para as gerações presentes e futuras o conhecimento de o que pensavam e como viviam os

primeiros amapaenses", afirma.

Waldez Góes adiantou que, além do resgate histórico, o projeto poderá servir também como um instrumento de transformação das condições de regiões do Amapá, a partir dos recursos ambientais, com a geração de renda, promoção do desenvolvimento com sustentabilidade e com inclusão social.

Waldez Góes lembra ainda, que pela Constituição, é competência da União, dos estados e dos municípios proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais e os sítios arqueológicos.

"O Amapá e seu povo merecem ter sua história registrada, protegida e restaurada e para tal, o Governo do estado busca com

esse projeto, manter sob a guarda e proteção do poder público todo esse acervo existente em seu território", frisa.

Ele destacou também a busca para estabelecer a base de uma política pública voltada a valorização do patrimônio arqueológico, consagrando os parques estaduais, definindo instrumentos de valorização dos bens culturais, assegurando o ordenamento e a gestão compartilhada

O governador aposta também que, além do resgate histórico, o projeto poderá servir como o instrumento que possibilitará a transformação das condições de várias regiões do Estado, a partir dos recursos ambientais, com geração de renda, promoção do desenvolvimento com sustentabilidade e com a inclusão social.

O governador aparece em um discurso direto (imagem 23), incisivo e político. “O Amapá e seu povo merece [sic] ter sua história registrada, protegida e restaurada e para tal o Governo do estado busca com esse projeto manter sob a guarda e proteção do poder público todo esse acervo existente em seu território” (*A Gazeta*, 2006, p. A-3). Ou seja, o Governo toma frente diante dessa fase da política amapaense. A notícia da imagem 23 deixa claro que é dever institucional estar adiante com a preocupação relativa aos bens artístico-culturais, dever tanto Federal, quanto Estadual e, valendo-se das PPP's, a iniciativa privada também participa dessa preocupação. Muito mais que a proteção e restauração dessa história, também está em jogo *como* o povo amapaense será representado, *como* a cultura amapaense deverá *ser vista* pelos demais.

Essa dinâmica social pela qual passa não só a imprensa, como também a sociedade, permite afirmar que os discursos se transformam e se moldam de acordo com a circunstância no momento da produção do enunciado (LIMA & SOUZA, 2006). Para Bakhtin (1986), a língua é um elo de interação social entre o sujeito do enunciado e o destinatário. Esse contato lhe permite desenvolver o papel de ser um signo decodificador da realidade e não somente um instrumento de comunicação. Cada um desses elementos interfere no processo de formação do outro.

Sendo a linguagem um código que é decifrado por seus decodificadores, ela passa a ser utilizada para o entendimento da informação jornalística, no tempo ideal para atingir o objetivo de influenciar os leitores. Com isso é propício chamar para a necessidade do resgate cultural dos amapaenses. Através de um discurso direto ao destinatário, um incentivo a mais para ser convencido do trabalho realizado pelas instituições na busca pela aceitação das imagens Maracá e Cunani agora vistas de outra maneira. Considerando que a produção do sentido discursivo depende do contexto, neste caso, o sujeito está inserido nos processos sociais e, portanto, não está imune à influência de suas expressões e formas de linguagem.

## Um marco na história amapaense exposto na 43ª Expofeira

Depois da primeira exposição das Civilizações Maracá e Cunani, ocorrido na Fortaleza de São José de Macapá, no mês de julho, o resgate da cultura amapaense e a busca pela própria identidade, relatada no livro: "O Legado das Civilizações Maracá e Cunani - o Amapá revelando sua identidade", não poderia ficar de fora da 43ª Expofeira e Equinócio 2006.

Desde o início do maior evento agropecuário promovido no Estado, urnas antropomorfas e isomorfas, produtos artesanais feitos de cerâmica, fibra e sementes, além de artefatos de madeira estão sendo expostos no shopping institucional da feira. A idéia é possibilitar aos visitantes do evento conhecer de perto as potencialidades da cultura das civilizações Maracá e Cunani.

A busca por uma identidade que sirva como referência fez com que o Governo do Amapá e empresa de empreendedorismo, como o Sebrae, se voltarem ao passado e trouxessem para o conhecimento do povo amapaense

duas civilizações, Cunani e Maracá, as mais antigas já pesquisadas na região que compreende o estado do Amapá. A civilização Cunani compreende o município de Calçoene, partes de Amapá e Oiapoque. Já a civilização Maracá habitava a região de

Mazagão.

A expectativa de acordo com a gestora do projeto Iconografia Maracá e Cunani, Neuzete Marques é que as pessoas entendam o propósito do Sebrae e visitem a exposição, observando o potencial que hoje as culturas

demonstram, principalmente para agregar a identidade no Estado do Amapá.

Os visitantes têm mostrado que são sensíveis e dispostos a conhecer essas culturas, principalmente os estrangeiros. A exposição iniciada no último dia 14 deste mês permanece até o dia 24 de outubro, data de encerramento da Expofeira.

O secretário especial de desenvolvimento econômico, Alberto Góes define a exposição como um resgate das referências do passado, uma forma de diferenciar o Amapá de outras culturas, de lhe dar um ponto de referência, uma origem, as raízes do povo amapaense. Ele acredita também no crescimento econômico do Estado por meio dessa identidade.

A curiosidade de saber e conhecer quem foram esses povos que já habitaram nossa terra, faz dessas regiões pontos de procura para o turismo no Amapá. Mas a princípio, o governo assim como arqueólogos e técnicos culturais apostam na educação histórica local. (CL)



As peças mostram um pouco da cultura dessas duas civilizações

Imagem 24: 43ª Expofeira e Equinócio 2006

Fonte: Jornal A Gazeta, 21 de outubro de 2006, Caderno Política

O Jornal, então, massifica a informação sobre o que deve ser entendido como legado cultural. Um retorno ao passado para que haja um reencontro com a percepção do presente e a produção cultural do passado. A imagem 24 mostra os *stands* de exposição das peças produzidas pelos artesãos e, apela para a sensibilidade dos visitantes, para que eles estejam em busca do conhecimento sobre essas imagens e esses povos.

É o sujeito o objeto da Análise do Discurso, pois dele provem os discursos, mesmo que este não tenha o poder de decisão, não tenha o poder de escolha sobre as estratégias de discussão, pois não é o centro do discurso. Ele atua como quem imagina ter autonomia sobre o que pronuncia, mas o inconsciente e as ideologias é que determinam seus discursos (LIMA & SOUZA, 2006).

## Continua exposição das Civilizações Maracá e Cunani

Voltar ao passado para mostrar à sociedade amapaense peças das duas civilizações mais antigas já pesquisadas na região que compreende o Estado do Amapá. Cunani, que abrange o município de Calçoene, partes do Amapá, Oiapoque, e Maracá, que habitava a região de Mazagão. Esta é a finalidade da exposição promovida pelo Sebrae e Governo do Estado, que até o dia 20 deste mês continua com a exposição, na Casa do Artesão.

Inspirado na exposição: O Legado das Civilizações Maracá e Cunani, a idéia é apresentar aos visitantes e principalmente aos turistas, a variação de riquezas contidas nos objetos em madeira, cerâmica, bijuterias em sementes e bolsas de fibras naturais.

Após a primeira exposição das Civilizações, ocorrida na Fortaleza de São José de Ma-



*As peças estarão sendo expostas até o dia 20 deste mês*

capá, a intenção do projeto é a identificação do resgate da cultura amapaense e a busca pela própria identidade da história do Amapá.

A idéia é resgatar uma identidade que sirva como

referência para os amapaenses. Além de aguçar a curiosidade em saber e conhecer quem foram esses povos, que já habitaram a região no Amapá. A princípio, o governo assim como arqueólogos

e técnicos culturais apostaram na educação histórica local.

Para a coordenadora do projeto, Nívia de Oliveira, o trabalho é resultado de um estudo promovido pelo Sebrae em parceria com o Governo do Estado, tem a finalidade, a exemplo do Estado do Pará - que tem o marajoara como referência, fazer com que a população amapaense se aproprie da identidade e reconheça a marca Maracá e Cunani como a referência da cultura amapaense.

"A princípio o que queremos era resgatar a iconografia dessas duas civilizações e junto com esse resgate, o simbolismo utilizado nas duas civilizações Maracá e Cunani e a partir daí possibilitar aos artesãos extrair grafismos de produto com a cara do Amapá", explicou Nívia Oliveira. (CL)

Imagem 25: a volta ao passado toma rumo no discurso em forma de Exposição

Fonte: Jornal A Gazeta, 05 de novembro de 2006, Caderno Política

Os discursos construídos para os sujeitos obedecem as estratégias de impregnação de sentidos e lhes transmitem a ilusão de que são eles próprios os construtores desses discursos. Não existe neutralidade nos discursos sejam eles orais, escritos ou visuais, pois o sujeito (tanto emissor quanto destinatário) estará invariavelmente, comprometido com alguma questão que envolva a situação em foco. E, dessa forma acabarão por revelar, sua origem, seus interesses, as cores de que gosta ou ainda aquilo que repele.

Na imagem 25 é possível visualizar que junto aos elementos expostos estão modelos profissionais vestidos e maquiados no que se pode chamar de visualidade Maracá e Cunani, digo visualidade porque essa forma de vestimenta fez parte de um desfile onde as bijuterias foram apresentadas no Equinócio 2006<sup>20</sup>. A Fotografia que ilustra a matéria (imagem 25), não é da exposição anunciada, mas do Salão do Design Amapaense, realizado durante a 43<sup>a</sup> Expofeira, no mês de outubro.

<sup>20</sup> O Equinócio é uma feira de negócios que no ano de 2006 aconteceu concomitantemente com a 43<sup>a</sup> Expofeira Agropecuária do Amapá e o Salão do Design Amapaense no espaço do Parque de Exposições localizado em Fazendinha (distrito de Macapá).

A superexposição de imagens ajuda no convencimento, pois quanto mais se repetir a informação, maior será o entendimento favorável. Seguindo essa mesma linha de raciocínio ao expor de forma crua as manifestações dos enunciados, pode-se supor que os sujeitos já nascem dentro de um contexto onde a repetição é estratégia para tornar ordinário, cotidiano, comum aquilo que se quer massificar.

A superexposição então toma forma de discurso e o que resta à população é recebê-la como algo já instituído e estabelecido pelos poderes constituídos da sociedade amapaense, por fim, afirmando-se como identidade Legitimadora.

Como foi visto neste capítulo, as notícias presentes no jornal “*A Gazeta*”, em meses e cadernos diferentes trabalharam para convencer o leitor, através da freqüência do discurso da amapalidade, “informando” ao leitor que ele também faz parte desse “legado das civilizações Maracá e Cunani”.

## CAPÍTULO 4

---

### 4 O jeito de ser do povo daqui<sup>21</sup>

#### 4.1 Imagens Maracá e Cunani: Comparações a análise

A cultura visual entende a imagem como uma representação carregada de sentidos para a qual converge “uma série de propostas intelectuais em termos das práticas culturais relacionadas ao olhar e às maneiras culturais de olhar a vida contemporânea” (HERNANDEZ, 2007, p. 22). Com esse esclarecimento inicio este capítulo a fim de compreender que maneiras de olhar instigaram as instituições envolvidas na Campanha da Amapalidade a iniciá-la. Pois, a “demanda de imagens” é tão absoluta na sociedade ocidental que uma casa que não possua televisão (de preferência a cores) se qualifica normalmente de ‘desfavorecida” (GOMBRICH, 1999, p.7- *tradução nossa*). Isso exemplifica como as imagens invadem cotidianamente os espaços cumprindo diversas funções e, atendendo às expectativas daqueles que as recebem e daqueles que as produzem, mas não sem contaminações dos caminhos já trilhados.

Para a Cultura Visual as práticas cotidianas atuais permitem refletir sobre as práticas cotidianas do passado. A imagem possui discursos múltiplos e abrangentes, porém seu entendimento também está condicionado a um aprender a ver. O ser humano desde épocas remotas sempre produziu e observou↔participou↔fruiu imagens e mesmo com o advento da linguagem escrita elas continuaram revelando-se como portadoras de relações sociais complexas. Aqui, torna-se conveniente a comparação entre as imagens das cerâmicas Maracá e Cunani presentes na publicação do SEBRAE/AP (2006) “O Legado das Civilizações Maracá e Cunani: o Amapá Revelando sua Identidade” (mais precisamente o último capítulo - Caminhos das formas: como usar a iconografia) com a produção dos artesão para o Salão do Design Amapaense (na 43ª Expofeira - 2006) .

O título do capítulo VI já nos revela que a intenção é montar uma “receita” para ser seguida e na parte “como usar a iconografia” (SEBRAE/AP, 2006, p. 98)

---

21 Trecho de música “Jeito Tucuju”, Joãozinho Gomes, AP.

aparece a explicação: “ a partir da escolha de uma peça de referência, a forma mais simples de se trabalhar é transpor o grafismo da superfície planificada da urna para outra superfície” (p. 98) e assim em todo esse último capítulo as formas práticas de trabalho são apresentadas como espelhamento, combinação de grafismos, positivo e negativo, deslocamento e rotação, mudança de escala, enfim as possibilidades de trabalho são apresentadas para os artesãos.

As imagens Maracá e Cunani apresentadas no livro do SEBRAE/AP (2006) demonstram a higienização das peças arqueológicas que se encontravam no Museu Joaquim Caetano, em Macapá, e na reserva técnica do IEPA, através de um fundo azul e iluminação especial. É possível ver na imagem 26, um prato Cunani em primeiro plano e uma bandeja Cunani em segundo plano, a iluminação favorece ambas as peças mesmo que existam dois planos na imagem. A borda da imagem foi tratada como se fosse uma moldura com arabescos, conferindo um aspecto de nobreza e remetendo ao tradicionalismo. Esta moldura (imagens 26, 28, 33 e 35) está presente nas imagens Maracá e Cunani, inclusive nos mapas e gráficos da publicação do SEBRAE/AP (2006) fazendo parte da programação visual do livro, mas não em outras imagens trazidas para análise neste capítulo, pois as comparações propostas são entre as peças produzidas pelos artesãos e expostas no Salão do Design Amapaense, da exposição na 43ª Expofeira Agropecuária e no Equinócio 2006, que ocorreu dentro da 43ª Expofeira, além de outras imagens do capítulo VI da publicação do SEBRAE/AP.

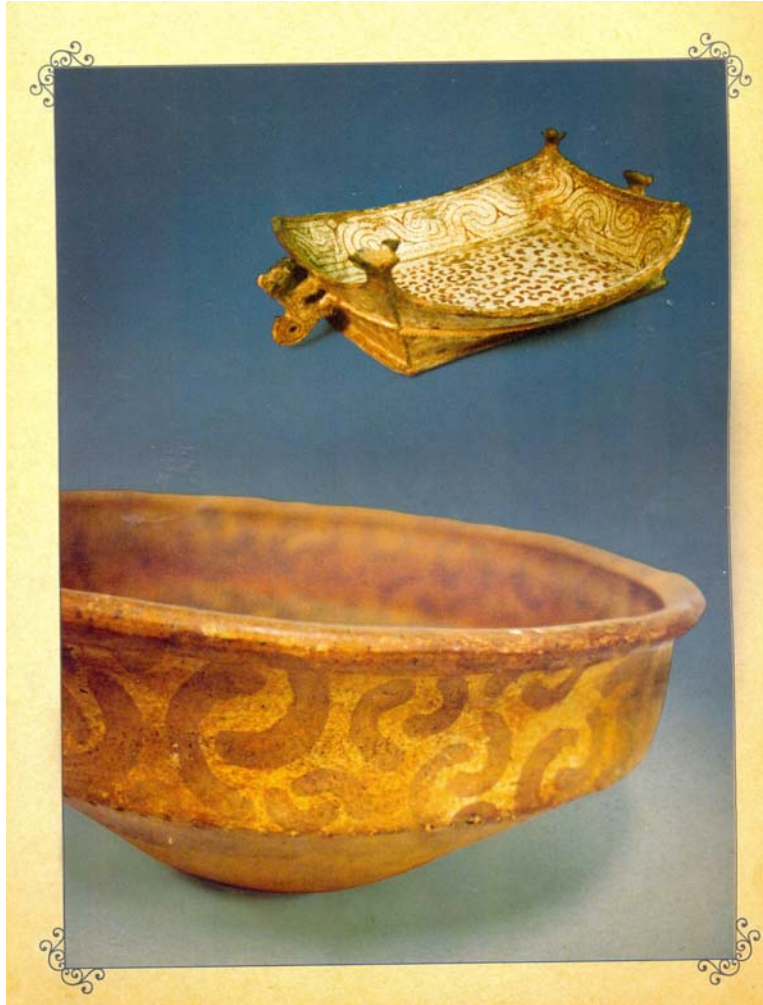


Imagem 26: Prato e bandeja Cunani  
Fonte: SEBRAE/AP, 2006, p.29

As peças são decoradas com os grafismos característicos da cerâmica Cunani: formas virgulares, volutas pintadas, obedecendo à tradição policroma e com aplicações zoomorfas. Estas peças (imagem 26) foram produzidas para serem expostas na exposição que ocorreu em junho/julho de 2006 na Fortaleza de São José de Macapá (O Legado das Civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade) e para a publicação do SEBRAE/AP (2006). De modo que ao produzir peças com a finalidade da exposição e não utilizar os achados arqueológicos da cerâmica Maracá e Cunani, a intenção institucional é simular uma realidade para atender um interesse seu. Pois ao escolher usar réplicas acaba retirando das peças sua carga temporal, higienizando-as visualmente e assim podendo construir um discurso em conformidade com sua vontade.



Imagem 27: grafismo Cunani em peça do artesão Tony, exposta na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá  
 Fonte: Dados da pesquisa (arquivo pessoal, 2006)

Na imagem 27 o grafismo encontrado na borda da bandeja Cunani na imagem 26 é totalmente reproduzida nesta peça do artesão Tony, que a apresenta em uma placa de cerâmica aplicada a uma tela vermelha, sendo este um artigo decorativo. Encontramos essa receita na página 108 da publicação SEBRAE/AP (2006); diz: “O rico e sinuoso grafismo da face frontal desta peça original [?], pode dar origem a um recorte a partir de seu próprio eixo de simetria. No exemplo o recorte é apresentado em negativo”. A proposição da publicação é levada a termo como podemos ver na imagem 27. Neste trecho aparece a palavra original se referindo à peça, que conforme nos foi informado pelo artesão Alexandro Xavier, todas as peças foram reproduzidas, portanto não se trata de peças originais.

Outro exemplo é imagem 28, uma urna funerária Maracá, alongada e em forma mais tubular que outros exemplos dessa cerâmica, representam uma figura

antropomorfa feminina sentada em um banco zoomorfo, aqui o que seria a canela aparece bastante alargada. Possuindo furos nas articulações dos joelhos e cotovelos, novamente o ambiente profundo em degradê de azul (uma das cores do Governo) transmite a sensação de tranqüilidade, a borda da imagem na publicação do SEBRAE/AP também remete a uma borda considerada clássica. De acordo com a publicação do SEBRAE/AP “os membros superiores e inferiores são aplicados no tronco apresentam-se flexionados” (2006, p.56) em posição ereta e imponente.



Imagem 28: Urna antropomorfa Maracá  
Fonte: SEBRAE/AP, 2006, p. 57

Na imagem 29 existe uma indicação de como trabalhar com as imagens pintadas nos pratos Cunani, a imagem isola o anfíbio representado no prato, e o torna bidimensional, para ser utilizado através de pirografia em bijuterias, o desenho passa a ser repetido. Ao comparar imagem 29 com a imagem 30, pode-se observar que o sentido de repetição foi assimilado pelo artesão, que apenas reproduziu a imagem, isolada por SEBRAE/AP (2006). A novidade na imagem 29 é o trabalho

com a cerâmica em forma de placa e a ela adicionada uma tela para ser colocada na parede. Este trabalho foi produzido por um artesão e exposto na 43ª Expofeira Agropecuária do Amapá, em 2006.

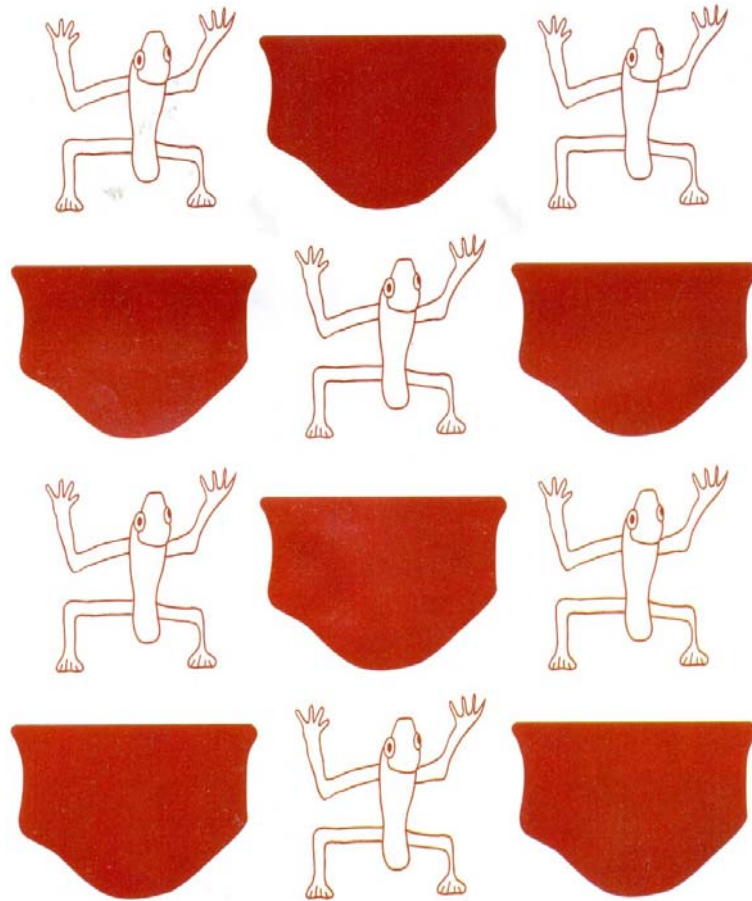


Imagem 29: Negativo de pratos Cunani  
Fonte: SEBRAE/AP, 2006, p. 100



A imagem 29 representa a receita da publicação SEBRAE/AP que segue: “gera-se uma padronização a partir da observação do vaso com um elemento gráfico figurativo”. Imagem 30: Quadro com motivo Cunani, 43ª Expofeira Agropecuária do Amapá, 2006, artista Tony. Fonte: Dados da Pesquisa (arquivo pessoal, 2006) 106, p. 100). A imagem 30 por sua vez, traz o elemento gráfico figurativo (a rã), representado em traço, ou seja, o artesão isolou a rã e a reproduziu.

Na imagem 31 a bandeja em madeira apresenta perfis de urnas Maracá conforme receita apresentada no livro do SEBRAE/AP e na imagem 31 o espelhamento dos perfis demonstra a obediência ao manual prático que consta no capítulo VI do livro do SEBRAE/AP.



Imagem 31: Bandeja em Madeira com motivos Maracá, exposta na 43ª Expofeira em 2006 no Salão do Design e no Equinócio 2006. Fonte: Dados da pesquisa (Arquivo pessoal, 2006).



Imagem 32: negativo e espelhamento de perfis Maracá.  
Fonte: SEBRAE/AP, 2006, p.99.

Na imagem 33 a urna funerária antropomorfa Maracá é apresentada em vários ângulos, privilegiando a visualização dos grafismos ao longo da peça, a cabeça – que também é a tampa da peça – foi fotografada detalhadamente, tanto

frontal como de perfil.



Imagem 33: Urna funerária Maracá  
Fonte: SEBRAE/AP, 2006, p.60

A imagem 34 apresenta uma jóia feita com ouro e tucumã, uma semente bastante utilizada para fazer anéis e bijuterias. A jóia apresentada é feita com motivos de urna funerária Maracá. Apresenta justamente o que representaria a

cabeça do indivíduo na urna antropomorfa. Observe que a imagem 33 relaciona-se com imagem 34, pois a cabeça da urna é repetida quase completamente na jóia. As cores são marcantes na peça da imagem 33, e ao olharmos a figura de perfil podemos observar a complexidade do equilíbrio conseguido, pois o banco funde-se a figura humana.



Imagem 34: Jóia em ouro e tucumã, 43<sup>a</sup> Expofeira, 2006  
Fonte: Dados da pesquisa (Arquivo pessoal, 2006)

Na figura 35 é mostrada uma urna zoomorfa Maracá, com um animal quadrúpede que emerge da direita para a esquerda e apresenta o fundo azul em degradê; para tampar esta urna era utilizada uma tampa solta, provavelmente presa por fibras. A utilização desta urna era em rituais funerários. A imagem 36 é uma representação da urna zoomorfa (imagem 35), apenas modificada em escala e função, pois a imagem da urna funerária também possui uma perfuração na parte superior da peça, porém essa perfuração não aparece na fotografia da publicação do SEBRAE/AP (2006).

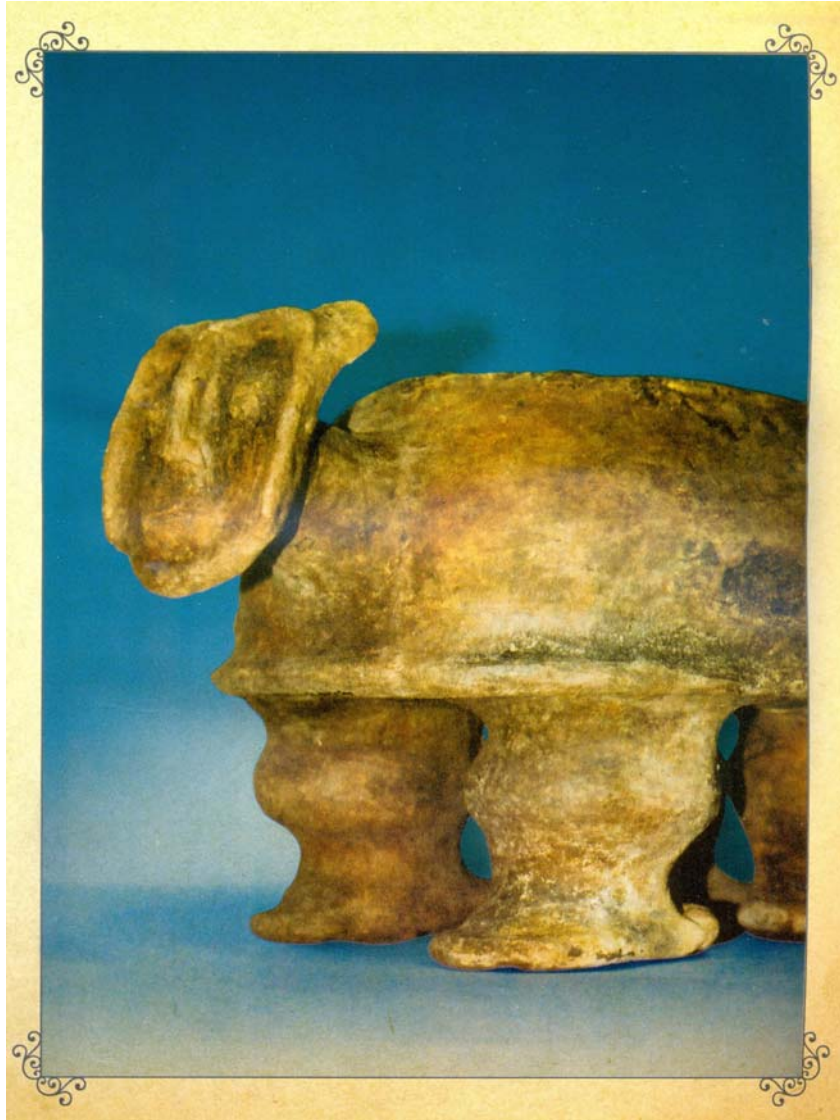


Imagem 35: urna zoomorfa Maracá  
Fonte: SEBRAE/AP, 2006, p. 65

A imagem 36 mostra um “porta-treco” em cerâmica. Essa peça foi apresentada no Salão do Design Amapaense, dentro do Equinócio 2006. É simplesmente uma reprodução da peça apresentada na imagem 35, com algumas modificações como trabalho de alisamento em torno.

O livro do SEBRAE/AP em seis capítulos contempla: no primeiro “As origens do povoamento amazônico”, no segundo “Os sítios arqueológicos de Cunani”, no terceiro capítulo “Os sítios arqueológicos de Maracá”, no quarto capítulo a “Simbologia das formas e grafismos”, no quinto capítulo “Artesanato, cultura e identidade” e no sexto “Caminhos das formas: como usar a iconografia”.

O capítulo I contextualiza os achados arqueológicos no Brasil, no Amapá e demonstra as teorias de povoamento da Amazônia, obedecendo aos autores de

referência dentro da área da arqueologia e história. No discurso do livro, no primeiro capítulo, aparece a afirmação de que “todas as fases parecem ter sido contemporâneas em determinado período e geograficamente contíguas” (2006, p.17). O que nos dá uma dimensão mais abrangente sobre a questão da identidade, pois não trata a identidade de forma tão limitada nem as imagens Maracá e Cunani como apartadas entre si. Mas como processos imagéticos que foram sendo construídos às vezes com contato mais próximo com outros povos às vezes mais afastados.

No Capítulo II os locais dos achados das cerâmicas Cunani, as divisões de categoria com análise das peças e, por fim, os vasos antropomorfos são apresentados ao leitor.



Imagem 36: Artesanato em cerâmica com motivo Maracá.  
43ª Expofeira Agropecuária do Amapá. Salão do Design, 2006  
Fonte: Dados da pesquisa (Arquivo pessoal, 2006)

No capítulo III os sítios arqueológicos Maracá, sua localização, análise, técnicas empregadas, significados, os motivos decorativos, tendo uma atenção especial às urnas antropomorfos e às zoomorfos, além de discorrer também sobre as peças utilitárias. Até aqui os autores apenas apresentam seu objeto de estudo.

O capítulo IV apresenta nessa publicação, o universo mítico e simbólico interpretado pelos autores, com a mística das formas, grafismos, dos objetos utilizados, sua relação com o corpo, com a vida e o seu conhecimento de mundo. Do quarto capítulo em diante as inferências sobre a simbologia Maracá e Cunani como sendo simbologias universais são expostas e inicia comparações como a caverna

sendo uma catedral e as urnas como elementos carregados de valor espiritual.

O capítulo V faz um passeio pela produção artesanal do Amapá, enfatizando a “vocação natural” dos artesãos locais para trabalharem com cerâmica, sementes, fibras e madeira. Como se esses materiais não ocorressem em outros locais do Brasil. O diferencial, segundo a publicação seria justamente a proposta de dar uma identidade local às peças produzidas pelos artesãos.

No capítulo VI o caminho das formas é ensinado, é aqui que se localiza o maior ponto de crítica dessa publicação: o manual, a receita pronta para ser utilizada. Isso já foi demonstrado nas comparações presentes nas figuras 26 a 35, neste quarto capítulo.

Todas as imagens apresentadas em SEBREA/AP (2006) são réplicas produzidas pelo artesão Alexandro Xavier obedecendo ao resultado das pesquisas sobre a composição da massa, queima e pintura das peças. São peças especialmente fabricadas para serem fotografadas e apresentadas ao público na exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”. As peças encontradas pelos pesquisadores foram retiradas de seu lugar de depósito, na maioria dos casos em pequenos pedaços, pois não resistiram à ação do tempo e ao processo de escavação e transporte (imagem 37).



Imagem 37: visão das peças arqueológicas no laboratório do IEPA  
Fonte: CABRAL & SALDANHA, 2008, p. 69

Dessa foram, ao disseminar imagens que “substituem” as peças originalmente encontradas pelos pesquisadores, cria-se um imaginário higienizado sobre a cerâmica Maracá e Cunani. Esse imaginário acaba sendo apartado das possibilidades de reflexão sobre o processo de resgate arqueológico, sobre o trabalho dos outros pesquisadores e sobre as informações derivadas dos objetos em si e produzindo interpretações distorcidas no que se refere à identidade. O perigo dos manuais é a não reflexão sobre aquilo que se está reproduzindo, sobre seu impacto, suas implicações e sobre quais os interesses que regem essa repetição e perpetuação de imagens carregadas de sentido legitimador.

O próprio texto adverte sobre sua universalidade, afirmando que “o conteúdo das visões difere para cada indivíduo e para cada cultura” (SEBRAE/AP, 2006, p. 75). Uma das contradições está em justamente tentar disseminar extensivamente as imagens Maracá e Cunani através da imprensa, das instituições estatais ou privadas, dos artesãos, dos empresários, justificando como um sentido universalista e legitimador do pensamento governamental. Porém a contradição aparece quanto ao mostrar-se diferente – através das imagens que representam a amapalidade e ao mesmo tempo, ser universalista, uma vez que estas imagens simbólicas estariam presentes no imaginário coletivo não apenas do Amapá.

Mas, o que diferencia a publicação do SEBRAE/AP (2006) de outros manuais e receituários de caráter notadamente modernista? Não existe diferença. A questão colocada é em como a instituição GEA e seus parceiros se utilizam desse material para difundir o sentimento de pertencimento à população amapaense. A publicação do SEBRAE é mais um elemento (talvez o mais pedagógico) entre as várias estratégias pensadas e executadas com a finalidade de levar a cabo o sentimento de amapalidade. A publicação “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade” não pode ser desprezada por trazer um receituário, pois é possível transgredir esse formato a partir da resignificação da metodologia a apresentada. Como resignificar? Trazendo possibilidades de discussão dos itens apresentados, sobretudo nos capítulos IV, V e VI.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

### **Esse rio é minha rua... <sup>22</sup>**

Ao iniciar esta pesquisa - posso dizer que o fiz antes mesmo de pensar que ela seria uma dissertação - apenas me movia a curiosidade. Curiosidade por saber o que motivava as instituições amapaenses para tão vorazmente tentar “resgatar” a identidade local. Conforme essa pesquisa foi ganhando corpo percebi que era eu que buscava também saber de minhas origens. E fui buscando... Descobri, por exemplo, que eu sou descendente daqueles povos que foram assimilados, pois os indígenas que fugiam ou se desviavam de seus parentes acabavam vivendo como ribeirinhos. Ribeirinho, na região amazônica é a população também chamada de cabocla e que mora em casas palafíticas à beira dos rios da região. Embora eu tenha nascido e vivido em Belém, capital do Pará, meus pais e meus avós moraram grande parte de suas vidas às margens do rio Mojú (minha mãe) ou às margens do rio Mamangá – próximo do município de Igarapé Miri (meu pai). Sempre tive a curiosidade por saber como aquelas pessoas puderam ir viver em paragens tão afastadas de vizinhança ou cidade. Para mim era um tanto difícil compreender que elas eram vítimas da colonização, descendentes de pessoas que tiveram que abandonar o litoral da região Amazônica para esconderem-se nas matas e à beira

<sup>22</sup> Trecho de carimbó ( música cabocla do estado do Pará ). Domínio público.

de rios mais distantes e com acesso mais complicado.

Compreender esse deslocamento me permitiu visualizar que as imagens da cerâmica Maracá e da cerâmica Cunani, no sentido pessoal, representavam essa busca por um conhecimento mais íntimo, pois os sítios estão localizados próximo de rios. As residências palafíticas, os trançados em fibras e sementes além dos utensílios em cerâmica, que tanto fizeram parte de minha infância quando eu ia visitar meu pai em sua casa no interior à beira do rio Mamangá, são cada vez mais presentes.

Como caminho das águas, as ocupações dos ameríndios (ROSTAIN, 1994), também estavam nesses cursos fosse pelo acesso, ou pela praticidade de ter a vida cotidiana facilitada. As produções da visualidade<sup>23</sup> Maracá e Cunani estavam vinculadas a sentidos cotidianos como a coleta de frutos, a caça de pequenos animais, o armazenamento de líquidos, os rituais funerários e cerimoniais.

Assim, 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>24</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 mostradas no quarto capítulo desta dissertação 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 repetindo-as.

O termo civilizações também foi algo que me instigou não apenas neste capítulo quanto em todo o texto, principalmente no título da publicação do SEBRAE/AP; e durante as pesquisas bibliográficas que realizei, em momento algum\_ salvo na publicação do SEBRAE/AP\_ aparece a palavra civilização. As palavras que servem para definir os produtores da cerâmica Maracá e da cerâmica

---

23 Conjunto de elementos visuais de determinada cultura sendo um conceito dentro da Cultura Visual que pode ser definido “como o estudo das construções culturais da experiência visual na vida cotidiana, assim como nas mídias, representações e artes visuais” (KNASSUS,2006,p. 108)

24 “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)

Cunani são – de acordo com os autores estudados: ameríndios, caçadores/coletores (ROSTAIN, 1994), povos ceramistas (NUNES FILHO, 2005), grupos humanos caçadores-ceramistas (PARDI & SILVEIRA, 2005), índios (GOELDI, 1905). Essa observação foi feita para demonstrar como as instituições pretendem, ao trabalhar com identidade, aumentar-lhe a autoestima com um passado glorioso, pois ao falar em Civilização o conceito encontrado no dicionário (FERREIRA, 2000) remete a uma idéia de evolução do mais alto grau, e em Terry Eagleton (2005, p.20) denota “artes, vida urbana, política cívica, tecnologias complexas” sendo invariavelmente descritiva e normativa. Isso acontece por que nos termos presentes na publicação do SEBRAE/AP a noção de cultura e civilização ocorre em separado, mas em Eagleton (2005, p. 21) “A cultura vai de mãos dadas com o intercuro social” e esse intercuro coloca os indivíduos em situações e relações cada vez mais complexas. O que ocorre é que em grupos populacionais menores ou constituídos essencialmente por parentes, a complexidade das relações está longe de ser o elemento motivador de desavenças que exijam regras mais estreitas. Já em se tratando de grupos maiores ou ainda de grupos sem parentesco ou e sem interesses semelhantes ou se produz regras para a convivência ou as guerras serão constantes.

As imagens que pretendem retratar uma cultura são elas mesmas ficções, assim como a identidade também é uma ficção (BAUMAN, 2005) no sentido que são construções de realidades, recortes e recortes possuem bordas, bordas são delimitações, ocultam aquilo que foi excluído. Essa ocultação também revela interesses. Aqui, trato das imagens Maracá e Cunani que foram recortadas pelas instituições e que longe de qualquer inocência possuem a devida dimensão de que esses recortes produzem identidade. A produção de identidade é evidenciada pela diferença e a “produção da diferença [...] só pode ser concebida como um processo relativamente complexo que mobiliza pelo menos dois planos” (LANDOWISKI, 2002, p.41): os níveis são biológicos (de natureza, genético) e/ou social (herança cultural). Esses dois marcos da diferença são somados para evidenciar o *outro*. Ao me referir ao *outro* estou me dirigindo a todos aqueles que não fazem parte do estado do Amapá, seja no plano biológico ou no plano social. Marcar essa diferença significa SER amapaense – ao menos na intenção institucional.

Essas imagens são inseridas na vida cotidiana através da massificação da imprensa local (conforme capítulo 3 desta dissertação), das exposições em diversos locais, das publicações do SEBRAE/AP como a revista *Casa da Amapalidade*, de

eventos como o Aldeia - SESC, como o Decreto Estadual n/1508/2005, que cria e regulamenta o programa estadual de preservação do patrimônio arqueológico com gerência do IEPA, das aulas dos professores da rede pública e das peças dos artesãos. Enfim, a identidade é construída paulatinamente através desses exemplos práticos, a que são expostos os indivíduos do Amapá. Pois, a “vida cotidiana divide-se em setores que são empreendidos rotineiramente e outros que se apresentam a mim com problemas desta ou daquela espécie” (BERGUER & LUCKMANN, 1985, p.41) e os setores da vida cotidiana do amapaense foram invadidos com as imagens Maracá e Cunani. As pessoas se movimentam na vida cotidiana através da linguagem, seja ela visual, escrita ou oral apontando sempre de volta para o momento presente e a temporalidade é agenciadora da consciência da realidade<sup>25</sup>. Desse modo, as produções que apresentam as imagens aqui em estudo produzem um senso de realidade que vai das imagens, passa pelas representações que são impregnadas a elas, voltam para o indivíduo que reordena essas informações em seu cotidiano e retornam para as imagens. Na imagem 38 o cotidiano é invadido pelas representações do sentido de ser amapaense; um sentido construído nos momentos de diversão, como a apresentação dos Aviões do Forró e a banda Babado Novo, nos momentos em que se lê o jornal, nas exposições dos artesãos, nas exposições itinerantes das réplicas do SEBRAE. A identidade é construída a partir da diversidade do mundo das imagens.

---

25 O conceito de realidade aqui empregado é a realidade sociológica ou seja a definição de “uma qualidade pertencente a fenômenos que reconhecemos terem um ser independente de nossa própria volição” (BERGER & LUCKMANN., 1985,p.11)



Imagem 38: propaganda do Maracá Fest, 2006  
 Fonte: Jornal A Gazeta, 25/09/2006, caderno de esportes

É importante ressaltar que esta propaganda (imagem 38) do “Maracá Fest Music 2006” foi exposta durante um longo período, pois desde setembro já vinha sendo publicada no Jornal “A Gazeta” e na mídia televisiva. O Maracá Fest reuniu, em novembro de 2006, as bandas Babado Novo (25/11/2006), Aviões do Forró (25/11/2006) e levou para o Sambódromo cerca mais de 20<sup>26</sup> mil pessoas por show; sendo um evento de grandes proporções.

Ao trazer a imagem 38 tenciono para a observação da silhueta de uma urna Maracá, que de acordo com a proposta institucional e das argumentações propostas nesta pesquisa, como mais um mecanismo de impregnação de sentidos, de exploração dos bens simbólicos e como a divulgação massiva do projeto do Sentimento de Amapalidade. Ao detectar que as imagens Maracá e Cunani foram expostas de maneira frequente e por isso cotidianamente, fazendo parte da vida das pessoas tanto na cidade de Macapá como no estado do Amapá, não posso deixar de entendê-las como estratégias válidas e eficientes na construção da Identidade Legitimadora (CASTELLS, 2000), uma vez que estão envolvidas no dia a dia dos

<sup>26</sup> De acordo com o Portal na Balada ([www.portalnabalada.com/eventos/maracafest](http://www.portalnabalada.com/eventos/maracafest)). Acesso em março de 2009

sujeitos.

Observando o que Terry Eagleton (2005) expõe sobre a cultura podemos ainda entender como a partir de determinados pontos muito específicos, as diferentes idéias de cultura foram sendo modificadas, demonstrando que esse conceito acompanha as mudanças das diversas sociedades, mas que ainda permanecem tipologias hegemônicas que induzem a um entendimento de cultura como valoração entre: alto/baixo, bom/ruim, popular/erudita e outros binômios bastante utilizados. “(...) os grafismos que decoram as urnas analisadas [Maracá e Cunani] são também expressões artísticas. Como tal, sintetizam uma experiência, visão e apreensão da realidade, de maneira controlada, a partir de um impacto qualitativo provocado no artista” (SEBRAE, 2006, p. 75). Essa divisão maniqueísta de ser humano centrado, controlado e com posições bastante definidas, que coloca as imagens no campo do qualitativo é uma herança cartesiana que através da Cultura Visual pode ser repensada, se tornando no que Stuart Hall (2003) chama de “múltiplas identidades”, ou seja, para entender o ser humano contemporâneo é necessário analisar as relações que se estabelecem ao seu redor no momento contemporâneo.

A Cultura Visual trabalha com epistemologias de fronteira e, em decorrência, gera situações de muita instabilidade, cria dinâmicas e trânsitos que não tem como ser demarcados ou previstos. Por essa razão, ao tentar delimitar a identidade amapaense, acaba-se negligenciando as dinâmicas contemporâneas sobre identidade, compreensão de cultura e tenta inaugurar *habitus*<sup>27</sup>. Pela prática social, pelas experiências e relações que trava com outros indivíduos e com o meio em que vive; o ser humano interioriza a história social de todos os outros humanos seres, ou as estruturas já constituídas da sociedade da qual faz parte. Essa história social interiorizada orienta a prática desse retransmissor que segue reproduzindo e construindo essa mesma história por meio do *habitus* adquirido. Partindo dessa visão as imagens são portadoras de significados socialmente construídos. As imagens da cerâmica Maracá e da cerâmica Cunani participam dessa tentativa de reordenar o *habitus* identitário amapaense.

O *habitus* identitário passa a ser o que o poder legitimador ordena e constrói como verdadeiro e válido. Se para a Cultura Visual o embate e a instabilidade são as

---

27 A noção de *habitus* é formada pela história de vida dos indivíduos e da coletividade (BOURDIEU, 1983, 2004).

condições ideais para se trabalhar a compreensão das diferenças, na reconstrução desse *habitus* identitário legitimador amapaense a unicidade é a palavra de ordem, que sustenta essa construção e que justifica a utilização das imagens Maracá e Cunani como portadoras de todo um imaginário glorioso para o passado do povo amapaense.

Desse modo, o *habitus* legitimado pela mídia impressa, pelos empresários (tanto industriais como artesanais), pelas secretarias do Governo do estado do Amapá torna-se cada vez mais o registro físico e material da Campanha da Amapalidade.

## **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.

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

BERGER, Jonh. **Modos de ver**. Tradução Lucia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BERGER, Peter L. e LUCKMANN, T. **A construção social de realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985.

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

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. São Paulo: Bertrand Brasil, 2004.

\_\_\_\_\_. **Bourdieu: sociologia**. São Paulo, Ática, 1983. (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

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).

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

BRANDÃO, Helena H. N. **Subjetividade, argumentação, polifonia: propaganda da Petrobrás**. São Paulo: Unesp, 1998.

\_\_\_\_\_. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Editora da Unicamp, 2004.

INSTITUTO DE PESQUISAS CIENTÍFICAS E TECNOLÓGICAS DO ESTADO DO AMAPÁ. Gerência de pesquisa arqueológica. CABRAL, Mariana P. e SALDANHA, João D. de M. Projeto de Investigação Arqueológica na Bacia do rio Calçoene e seu entorno – Amapá. **Relatório final**. IPHAN n. 27- 08/02/06. Macapá, março de 2008. 107 p.

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

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

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COSTA, M. V. Pesquisa-ação, pesquisa participativa e política cultural da identidade. *In*: COSTA, M. V. (org.). **Caminhos investigativos II – outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2002, p. 93-117.

EAGLETON, T. Versões de Cultura. *In*: EAGLETON, T. **A idéia de cultura**. São Paulo: Editora UNESP, 2005, p. 09-50.

FERREIRA, Aurélio B. de H. **Mini Aurélio século XXI escolar: o minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: nova Fronteira, 2000.

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

GOELDI, Emílio. **Excavações archeológicas em 1895 - Executadas pelo museu**

Paraense Emílio Goeldi no litoral da Guyana brasileira entre Oyapock e Amazonas. Pará: estabelecimento Graphico Wiegand, 1905.

GOMBRICH, E. H. **Los usos delas imágenes**: Estúdios sobre la función social del arte y la comunicación visual. México: Fondo de cultura económica, 1999.

GUAPINDAIA, Vera Lúcia & MACHADO, Ana Lúcia da Costa. O Potencial arqueológico da região do rio Maracá/Igarapé do lago (AP). In: **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**. Série Antropológica, 1997. Vol13 n°01. p.67-102

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

\_\_\_\_\_. Quem precisa da identidade? In: SILVA, T. T. (org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 103-131.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Catadores da cultura visual** - proposta para uma nova narrativa educacional. Porto Alegre: Editora Mediação, 2007. (Educação - arte nº 7).

HORKHEIMER, M. e ADORNO, T. W. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. Guido A. de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, T. T. da. (Org). **Alienígenas na sala de aula**: Uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 105-139.

REVISTA ARTECULTURA. KNAUSS, Paulo. **O desafio de fazer história com imagens**: arte cultura visual. Uberlândia, v.8, n.12, p.97-115, jan-jun, 2006.

LANDOWISKI, Eric. **Presenças do outro**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LIMA, Cecília. Workshop pretende massificar cultura das civilizações. Jornal **A Gazeta**, Macapá, 22 set. 2006. Cad. Cotidiano

LIMA, Noely & SOUZA, Aretha. **O discurso anti-referendo de Veja**: a cobertura jornalística da revista na terceira consulta popular brasileira. 2006. (Monografia de conclusão de curso) – Curso de Jornalismo – Universidade Federal do Pará. Belém, 2006.102 p.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1996.

MAUAD, Ana Maria. Através da imagem: Fotografia e história – interfaces. In: **Revista Tempo**. Rio de Janeiro, Vol. 1, n° 2, 1996.

MARTINS, Raimundo. **Cultura visual**: Imagens, subjetividade e cotidiano. UNB, 2008.

Disponível em < <http://www.cust.educ.ubc.ca/wsites/dias/unb/vis/gradua%trans%c3o/DISCIPLINAS/stcha%204/trans%20textos/raimundomartins.pdf>.> acesso em 20/04/2008.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MELO, Ziulana. Maracá e Cunani na Fortaleza. **Diário do Amapá**. Macapá, 05 jul. 2006. Vitrine, p.08-A.

MITCHELL, W. J. T. Mostrando el ver: Uma critica dela cultura visual. En: **Estudios visuales 1**. Murcia: Centro de Documentación e Estúdios Avanzados de Arte Contemporâneo, Nov. 2003, p.17-40.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa, características, uso e possibilidades**. Cadernos de pesquisa em administração. São Paulo, Vol. 1, nº 3, 2º Sem. 1996.

NUNES FILHO, Edinaldo Pinheiro. **Pesquisa arqueológica no Amapá**. 2ª edição Macapá: B – Aba, 2005.

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.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

ROSTAIN, Stéphen. **L'Occupation amérindienne ancien du litoral de Guyane**.Thèse de doctorat.U.F.R. D'art et D'archeologie, Centre de recherche em archeologie precolombienne. Universite de Paris I- Pantheon/Sorbone, 1994. 938p.

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.

SUPERTI, Eliane, et al. Fragmentos Identitários. Anais da SBPC. **58ª REUNIÃO ANUAL da. SBPC**, Florianópolis, jul. 2006. Acesso em 21/04/2007. Disponível em:<

<http://www.sbpcnet.org.br/livro/58ra/senior/index.html>>

## REFERÊNCIAS VISUAIS

- Imagem 01:** Mapa com as fases arqueológicas encontradas no Amapá.....p.21  
 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, ilustração, color, p.28.
- Imagem 02 e 03:** Etapas de produção da cerâmica..... p. 23  
 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, ilustração, p. 24.
- Imagem 04:** Cerâmica doméstica inciso ponteadada..... p.26  
 ROSTAIN, Stéphen. **L’Occupation amérindienne ancien du litoral de Guyane.** Thèse de doctorat. U.F.R. D’art et D’archeologie, Centre de recherche em archeologie precolombienne. Universite de Paris I- Pantheon/Sorbone, 1994. 938p. (anexos)
- Imagem 05:** Urnas funerárias da tradição Policroma, utilizadas para enterramento secundário..... p. 28  
 ROSTAIN, Stéphen. **L’Occupation amérindienne ancien du litoral de Guyane.** Thèse de doctorat. U.F.R. D’art et D’archeologie, Centre de recherche em archeologie precolombienne. Universite de Paris I- Pantheon/Sorbone, 1994. 938p. Ilustração (anexos).
- Imagem 06:** Perfil de caverna onde urnas Maracá foram encontradas..... p.30  
 ROSTAIN, Stéphen. **L’Occupation amérindienne ancien du litoral de Guyane.** Thèse de doctorat. U.F.R. D’art et D’archeologie, Centre de recherche em archeologie precolombienne. Universite de Paris I- Pantheon/Sorbone, 1994. 938p. Ilustração (anexos).
- Imagem 07:** Sítio – cemitério com urnas funerárias Maracá. ....p.32  
 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, fotografia, color p.48.
- Imagem 08:** Recorte com vista superior e lateral dos poços artificiais da cerâmica Cunani..... p.33  
 ROSTAIN, Stéphen. **L’Occupation amérindienne ancien du litoral de Guyane.** Thèse de doctorat. U.F.R. D’art et D’archeologie, Centre de recherche em archeologie precolombienne. Universite de Paris I- Pantheon/Sorbone, 1994. 938p. Ilustração (anexos).
- Imagem 09:** Exposição equinócio 2006 na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá

p.39

LEAL, Lídia. **Exposição Equinócio 2006 na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá**. Arquivo pessoal. Macapá/AP, set. 2006, fotografia digital, color.

**Imagem 10:** entrada da exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade” , 2006 ..... p.47  
LEAL, Lídia. **Exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade”**. Arquivo pessoal. Macapá/AP, jun. 2006, fotografia digital, color.

**Imagem 11:** Panfleto de apresentação da exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade”.....p.49  
GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ. **Exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”**. Programa. Macapá/AP, Jun. 2006, impresso, color.

**Imagem 12:** Apresentação do panfleto da exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade”. ..... p.50  
GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ. **Exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”**. Programa. Macapá/AP, Jun. 2006, impresso, color.

**Imagem 13:** Catálogo das peças artesanais da exposição “O Legado das civilizações Maracá e Cunani: O Amapá revelando sua identidade”..... p.51  
GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ. **Exposição “O legado das civilizações Maracá e Cunani: o Amapá revelando sua identidade”**. Programa. Macapá/AP, Jun. 2006, impresso, color.

**Imagem 14:** Panfleto da campanha eleitoral 2006.....p. 56  
GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ. **Panfleto de Campanha Eleitoral**. Macapá/AP, 2006, impresso, color.

**Imagem 15:** Programa impresso do III Adeia SESC – Povos da floresta.....p. 58  
SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO (SESC). III Aldeia SESC – Povos da Floresta. **Programa**. Macapá/AP, ago. 2008, impresso, color.

**Imagem 16:** capa da Revista *Casa da Amapalidade*.....p.59  
SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO AMAPÁ & GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ. **Revista Casa da Amapalidade**. Edição Especial. Macapá/AP, set. 2008, impresso, color.

**Imagem 17:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta*.....p.64  
ELIAS, Joel. Projetos são apresentados a artistas de Macapá e Santana. **A Gazeta**. Macapá, 18/08/2006, Caderno Cidades, impresso, P&b.

**Imagem 18:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta*.....p.65  
LIMA, Cléia. Continua exposição das civilizações Maracá e Cunani. **A GAZETA**. Macapá, 05/11/2006, Caderno Política, impresso, P &b.

- Imagem 19:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta*.....p. 67  
A GAZETA. SEBRAE inicia estruturação de projetos de cultura. **A GAZETA**. Macapá, 30/04/2006. Bastidores p. F-2, impresso, P &b.
- Imagem 20:** imagem de notícia do jornal *A Gazeta* ..... p.68  
KUBOTA, Lorena. Bons negócios para os empresários da Amazônia legal. **A GAZETA**. Macapá, 29/09/2006. Caderno Cidades, impresso, P &b.
- Imagem 21:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta* ..... p.69  
A GAZETA. Artesãos participam de oficinas de design de fibras e sementes. **A GAZETA**. Macapá, 06/08/2006, Caderno Cenários, impresso, P &b.
- Imagem 22:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta* .....p.69  
ELIAS, Joel. Amapalidade. **A GAZETA**. Macapá, 21/06/2006, caderno Política, impresso, P &b.
- Imagem 23:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta* .....p.71  
ELIAS, Joel. Governador diz que o Amapá merece ter sua história protegida. **A GAZETA** Macapá, 30/07/2006. Caderno Política, p. A3, impresso, P &b.
- Imagem 24:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta* ..... p.72  
LIMA, Cléia. Um marco na história amapaense exposto na 43ª expofeira. **A GAZETA**. Macapá, 20/10/2006. Caderno Política, impresso, P &b.
- Imagem 25:** Imagem de notícia do jornal *A Gazeta* ..... p.73  
LIMA, Cléia. Continua exposição das civilizações Maracá e Cunani. **A GAZETA**. Macapá, 05/11/2006. Caderno Política, impresso, P &b.
- Imagem 26:** Prato e Bandeja Cunani..... p.77  
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, p.29. fotografia,color.
- Imagem 27:** Grafismo Cunani feito pelo artesão Tony..... p.78  
LEAL, Lídia. **Grafismo Cunani na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá**. Arquivo pessoal. Macapá/Ap set. 2006, fotografia digital,color.
- Imagem 28:** Urna antropomorfa Maracá ..... p.79  
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, p.57, fotografia, color.
- Imagem 29:** Negativos de prato Cunani ..... p.80  
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, p.100, ilustração, color.

**Imagem 30:** Quadro com motivo Cunani feita pelo artesão Tony ..... p.81  
LEAL, Lídia. **Grafismo Cunani na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá.** Arquivo pessoal. Macapá/Ap set. 2006, fotografia digital, color.

**Imagem 31:** Bandeja em madeira com motivo Maracá ..... p.82  
LEAL, Lídia. **Artesanato em madeira – Salão do Design na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá.** Arquivo pessoal. Macapá/Ap set. 2006, fotografia digital, color.

**Imagem 32:** Negativo e espelhamento de perfis Maracá ..... p.82  
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, p.99. ilustração, color.

**Imagem 33:** Urna Funerária Maracá..... p.83  
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, p.60, fotografia, color.

**Imagem 34:** Jóia em ouro e tucumã..... p.84  
LEAL, Lídia. **Jóia em ouro e Tucumã exposto na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá.** Arquivo pessoal. Macapá/Ap set. 2006, fotografia digital, color.

**Imagem 35:** Urna zoomorfa Maracá..... p. 85  
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, p. 65, fotografia, color.

**Imagem 36:** Artesanato em cerâmica com motivo Maracá..... p.86  
LEAL, Lídia. **Artesanato em cerâmica – Salão do Design na 43ª Expofeira agropecuária do Amapá.** Arquivo pessoal. Macapá/Ap set. 2006, fotografia digital.

**Imagem 37:** Reserva técnica do IEPA..... p. 87  
INSTITUTO DE PESQUISAS CIENTÍFICAS E TECNOLÓGICAS DO ESTADO DO AMAPÁ. Gerência de pesquisa arqueológica. CABRAL, Mariana P. e SALDANHA, João D. de M. Prjeto de Investigação Arqueológica na Bacia do rio Calçoene e seu entorno – Amapá.. **Relatório final.** IPHAN n. 27- 08/02/06. Macapá, março de 2008.107 p. Fotografia digital, color.

**Imagem 38:** Propaganda no jornal *A Gazeta* ..... p.92  
A GAZETA. Propaganda do Maracá Fest. **A GAZETA.** Macapá, 25/09/2006, Cad. de Esportes. Impresso P&B.