



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS V
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

ISABELLA MAIA DE ALBUQUERQUE

**A LUTA PELA REPRESENTATIVIDADE DO ESTADO ACREANO NO
COMÉRCIO INTERNACIONAL E NA GEOPOLÍTICA AMAZÔNICA: UMA
ANÁLISE DA MARCA “ACRE MADE IN AMAZONIA”**

JOÃO PESSOA

2024

ISABELLA MAIA DE ALBUQUERQUE

**A LUTA PELA REPRESENTATIVIDADE DO ESTADO ACREANO NO
COMÉRCIO INTERNACIONAL E NA GEOPOLÍTICA AMAZÔNICA: UMA
ANÁLISE DA MARCA “ACRE MADE IN AMAZONIA”**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador (a): Prof^a. Dra. Lucila Gabriella Maciel Carneiro Vilhena

JOÃO PESSOA

2024

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A345I Albuquerque, Isabella Maia de.

A luta pela representatividade do estado acreano no comércio internacional e na geopolítica amazônica [manuscrito] : uma análise da marca "Acre Made in Amazonia" / Isabella Maia de Albuquerque. - 2024.

40 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Profa. Dra. Lucila Gabriella Maciel Carneiro Vilhena, Coordenação do Curso de Relações Internacionais - CCBSA. "

1. Acre. 2. Acre Made in Amazonia. 3. Geopolítica Amazônica. 4. Exportação. I. Título

21. ed. CDD 320.12

ISABELLA MAIA DE ALBUQUERQUE

**A LUTA PELA REPRESENTATIVIDADE DO ESTADO ACREANO NO
COMÉRCIO INTERNACIONAL E NA GEOPOLÍTICA AMAZÔNICA: UMA
ANÁLISE DA MARCA “ACRE MADE IN AMAZONIA”**

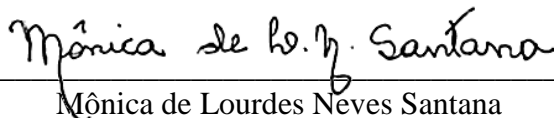
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Relações Internacionais da
Universidade Estadual da Paraíba como
requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Relações Internacionais.

Aprovado em: 26/06/2024.

BANCA EXAMINADORA



Lucila Gabriella Maciel Carneiro Vilhena (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Mônica de Lourdes Neves Santana
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Bernardo Salgado Rodrigues
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, Adriete Maia e Henryo Silva, que me criaram com muito amor, se esforçando e dedicando ao máximo para que eu pudesse ter a melhor educação e qualidade de vida possível, vocês são meu mundo. Dedico também ao meu irmão, Gabriel Maia, pessoa em quem sempre cresci me espelhando e admiro até hoje. Dedico este trabalho a minha avó materna, Hildete Maia e meus avós paternos, Rita e Plácido, que enfrentaram todos os tipos de adversidades na vida em prol da família, afinal, se eu estou me tornando uma internacionalista hoje, com certeza é fruto da superação individual de cada um sobre todas as dificuldades que a vida trouxe para eles, por isso os admiro muito. Dedico esse trabalho ao Nicolas Andreola, que me acompanhou por mais da metade da minha trajetória acadêmica, sempre me apoiando, escutando e aconselhando sobre todos os problemas os quais tive que enfrentar dentro e fora da faculdade, além de me ensinar a importância do companheirismo, carinho, paciência e diálogo dentro de um relacionamento que me fizeram crescer como pessoa. Dedico esse trabalho também à Maria Eduarda de Lima, que sempre fez questão durante toda a graduação de me auxiliar, fazer companhia e criar memórias comigo. A faculdade se tornou um ambiente mais agradável com você por perto. Quero agradecer imensamente a todas as pessoas que citei e também a todos aqueles os quais cruzei, que me permitiram ser a pessoa que sou hoje e que me deram suporte em toda essa jornada. Amo todos vocês!

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 TEORIA GEOPOLÍTICA BRASILEIRA	8
3 HISTÓRIA DO ESTADO ACREANO: A ELEVAÇÃO DO ACRE ESTRANGEIRO PARA O ACRE BRASILEIRO	14
3.1 A “invenção do Acre” e o amazonismo acreano: formação de uma identidade forjada	18
4 A EVOLUÇÃO DO ACRE DENTRO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL E SEU PERFIL ATUAL COMO REGIÃO EXPORTADORA	22
4.1 Um perfil exportador definido pela borracha acreana e suas nuances	22
4.2. Características do Acre exportador no século XXI	25
5 A CRIAÇÃO E O HISTÓRICO DA MARCA “ACRE MADE IN AMAZONIA”	27
5.1 Entrevista com pessoas participantes na evolução da marca	32
6 OS IMPACTOS E RESULTADOS DA MARCA	34
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38

A luta pela representatividade do estado acreano no comércio internacional e na geopolítica amazônica: uma análise da marca "Acre Made in Amazonia"

Isabella Maia

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Relações Internacionais busca dar visibilidade a luta pela representatividade do estado do Acre por uma participação maior na geopolítica amazônica como uma região pertencente deste importante território para o sistema internacional com um grande potencial de exportação e participação no comércio internacional. A pesquisa inicialmente explora o conceito de geopolítica e, a partir disso, desenvolve a compreensão da história do Acre e suas características como região exportadora desde sua época como território estrangeiro até os dias atuais. O trabalho também examina o papel da marca “Acre Made in Amazonia” como um projeto de importância para reverter esse cenário de apagamento do estado acreano, utilizando-o como exemplo de política pública de incentivo à exportação e mostrando seu processo de criação e resultados.

Palavras-chave: Acre, Acre Made in Amazonia, Geopolítica Amazônica, Exportação.

ABSTRACT

This Undergraduate Thesis in International Relations seeks to give visibility to the struggle for representation of the state of Acre for greater participation in the Amazonian geopolitics as a region belonging to this important territory for the international system with great potential for exports and participation in international trade. The research initially explores the concept of geopolitics and, from there, develops a comprehension of Acre's history and its characteristics as an exporting region from its time as a foreign territory to the present day. The study also examines the role of the Acre Made in Amazonia brand as an important project for reversing this scenario of the marginalization of the state of Acre, using it as an example of public policy to encourage exports and showing its creation process and results.

Keywords: Acre, Acre Made in Amazonia, Geopolitics of the Amazon, Exportation

1 INTRODUÇÃO

Em 14 de novembro de 2018 foi instituída a marca “Acre Made in Amazonia” com a lei nº 3411, a fim de destacar produtos e serviços de pessoas físicas ou jurídicas, com os valores de: respeito à floresta e ao meio ambiente; inovação social e valorização cultural; e promoção do desenvolvimento econômico (ACRE, 2018). Para compreender a importância de tal projeto para o estado e a sua construção, é necessário passar pelo passado histórico da região e pela geopolítica amazônica.

Em meados de 1877, o território do Acre, que até então era pertencente à Bolívia e habitado apenas por indígenas, passou por mudanças devido aos brasileiros provenientes do Nordeste que começaram a ocupar a região por conta do ciclo da borracha. Com isso, o Brasil e a Bolívia tiveram de assinar tratados, como o Tratado de Ayacucho, e quase entraram em guerra por causa dos conflitos territoriais, porém, somente com o Tratado de Petrópolis (1903), um acordo diplomático o qual foi realizada uma permuta de territórios entre os países, que o Acre tornou-se brasileiro (CARMELINO; SILVEIRA, 2016). Contudo, o território em questão foi elevado à estado somente em 15 de junho de 1962, através da lei 4.070, sancionada pelo Presidente da República na época, João Goulart (CARMELINO; SILVEIRA, 2016).

A partir da década de 1980, o Brasil começou a implementar medidas de livre comércio, juntamente com a ascensão da globalização e criação de blocos econômicos (TREVISAN; et al, 2019). Com as exportações sendo um quesito importante no desenvolvimento econômico de uma região, o Acre, mesmo sendo um estado considerado recente, possui um papel essencial - em especial na exportação de alimentos, fumos e bebidas (TREVISAN; et al, 2019). Em 2016, os principais setores de produtos exportados pelo Acre foram alimentos/fumo/bebidas (51,9%), madeira (29,1%), metais comuns (8,6%) e máquinas e equipamentos (3,9%) (TREVISAN; et al, 2019).

O Acre é um dos nove estados brasileiros que se encontram dentro da floresta amazônica, região dotada de recursos naturais diversos e considerada “pulmão do mundo”, e por sua tamanha importância, o controle das suas terras e exploração assume uma dupla valoração no plano nacional e internacional (FREITAS, 2004). Dessa forma, surgem ideologias opostas em relação a gestão desse “patrimônio da humanidade”: de um lado, aplica-se a questão da soberania nacional, de outro, é defendida a internacionalização da região (FREITAS, 2004). Portanto, o estado acreano, por estar inserido dentro desse contexto, é um agente importante para a questão da gestão da Amazônia.

A “invenção do Acre” denota a condição de um estado que foi anexado e incorporado ao país de forma a apagar a participação indígena na construção da história regional (PIMENTA, 2015). É visto na análise do documentário “O Acre existe”, realizada por Campos e Mendes (2017), que a visão externa quanto a Amazônia “perfaz o pensamento de dominação e exploração” (CAMPOS; MENDES, 2017, p. 7), o que traz ideias vinculadas ao mistério, o desconhecido e o subdesenvolvimento acerca da cultura amazônica, em especial do estado do Acre.

Deste modo, emerge um movimento contrário a essas percepções de forma a (re)introduzir uma identidade advinda dos indígenas e seringueiros da região, chamada de “acrianidade” (PIMENTA, 2015). A valorização da cultura amazônica acreana é essencial para o crescimento econômico do estado pelo seu potencial dentro do comércio internacional de forma sustentável e com esse intuito, o Governo do Acre realiza uma série de projetos, entre eles, o “Acre Made in Amazonia”.

A “Acre Made in Amazonia” surgiu no projeto Acre Design em 2012 e foi desenvolvida ao longo dos anos para ser uma “ferramenta de identificação da proveniência acreana-amazônica, tornando-os reconhecíveis com diferencial comparativo, e competitivo de qualidade e sustentabilidade socioambiental, fortalecendo os negócios e a economia acreana” (ANAC, 2023). Levando em consideração todo o contexto histórico, geopolítico, econômico e de identidade, é possível observar como tais questões culminam no propósito de existência da marca, assim, o artigo pretende conectar todas as ramificações temáticas que a envolvem, para que se resulte em uma análise da sua importância e eficiência.

Em virtude disso, essa pesquisa pretende compreender as questões: Qual é e como é realizada a luta por uma maior representatividade do Acre, tanto nacional quanto internacionalmente, que vêm sendo travada desde antes de sua anexação ao Brasil até os dias atuais e qual a importância da marca “Acre Made in Amazonia” para o enriquecimento dessa questão?

Visando elucidar a questão suscitada na problemática, foi levantada a hipótese de que iniciativas como a “Acre Made in Amazonia” são essenciais para o crescimento econômico e comercial da região norte do Brasil, em especial o Acre, de forma a remediar a marginalização da cultura amazônica, trazendo maior visibilidade e qualidade de vida para a população ao disseminar o conhecimento acerca das nuances do “amazonismo acriano” (PIMENTA, 2015) e sua história. A construção da imagem do Acre como um estado esquecido e sem importância por estar longe dos centros urbanos, não ter pontos turísticos conhecidos pela população geral e não ser muito noticiado pela mídia traz como consequência a sua marginalização a ponto de

a sua existência ser questionada de forma satírica em diversos meios de comunicação (CARMELINO; SILVEIRA, 2016).

Com isso, a proposta do artigo foi pensada de forma a compreender esse contexto de esquecimento sofrido pelo estado a partir do projeto “Acre Made in Amazonia”, que possui o objetivo de incentivar a economia criativa local baseada na sustentabilidade (CHIARA; SIMONELLI; AURICCHIO, 2016), ao analisar como se deu a marca, sua construção de imagem, além de seus impactos e resultados. Acredita-se que o descaso com a região deve ser erradicado e iniciativas do governo para a sua prosperidade econômica são essenciais e totalmente válidas, uma vez que o estado se localiza dentro de uma região tão rica em recursos e diversa culturalmente. Além disso, o artigo busca entender a história do Acre, a formação da identidade da população e características gerais.

Esta pesquisa está amparada em uma revisão bibliográfica de livros, sites, periódicos e portais de notícias, os quais serão priorizados os estudos realizados dentro da área das Ciências Sociais aplicadas e Ciências Humanas, com enfoque no viés histórico, geopolítico e internacionalista. Destarte, o artigo será composto majoritariamente por dados qualitativos, com a realização de entrevistas autônomas, com indivíduos que participaram do projeto em questão, e análises de documentos, buscando conectar a bibliografia estudada com a análise proposta. Para isso, o método utilizado será o dedutivo, a partir da análise da bibliografia já existente será feita a pesquisa para a compreensão do contexto, e o exploratório para as conclusões acerca da marca em si.

Este artigo será organizado em sete seções, sendo a primeira e a última correspondentes às considerações iniciais e finais, respectivamente. A segunda seção dissertará sobre a teoria geopolítica brasileira, em especial da Amazônia. A terceira seção tratará da história do estado acreano. A quarta seção abordará sobre a evolução do Acre dentro do comércio internacional e seu perfil atual como região exportadora. A quinta seção irá explicar sobre a criação e o histórico da marca “Acre Made in Amazonia”, observando as questões culturais e de identidade acreana. Por último, será avaliado os impactos e resultados da marca.

2 TEORIA GEOPOLÍTICA BRASILEIRA

Os atores inseridos dentro do sistema internacional atuarem de forma anárquica é uma premissa comumente aceita na teoria das Relações Internacionais. Waltz, importante teórico do neorealismo nas RI, traz uma nova perspectiva ao argumentar que, em um sistema anárquico, onde não há uma autoridade central superior aos Estados, o comportamento destes é moldado

principalmente pela busca pela segurança. Waltz postula que os agentes tendem a se comportar de maneira racional e a buscar o máximo de segurança possível em meio a constrangimentos e limitações dentro do Sistema Internacional através da socialização e da competição (RICARDO, 2019).

A geopolítica é um dos fatores de maior influência nesse comportamento competitivo entre os Estados, contudo, definir a sua conceituação é uma tarefa difícil, pois a homogeneização da mesma é impedida por sua própria natureza. A geopolítica só pode ser considerada se levar em consideração que os diferentes interesses nacionais no Sistema Internacional são assimétricos, hierárquicos e competitivos, e, concomitantemente, diferentes visões geopolíticas são desenvolvidas a fim de estabelecer relações causais em distintos espaços e tempos (RODRIGUES, 2022). Ela oferece uma visão específica de mundo, que são distintas entre si, relacionadas com as condições materiais e históricas, dinâmicas e versáteis. Antes de sequer procurar definir o que é geopolítica, é importante ressaltar que a própria geografia é um saber político e estratégico, com o fim de pensar o espaço com a finalidade de agir de forma eficaz (RODRIGUES, 2022).

A fim de obter uma definição relativamente homogênea acerca do debate sobre o que é a geopolítica, é necessário analisar a visão de diversos autores a partir da Tabela 01.

Tabela 01 - Conceituação da Geopolítica

CONCEITUAÇÃO DE GEOPOLÍTICA	
Autor	Conceito
Rudolf Kjellén (1864 - 1922) e Everardo Backheuser (1879 - 1951)	"é o estudo do Estado como organismo geográfico, isto é, como fenômeno localizado em certo espaço da Terra, logo do Estado como país, como território, como região, ou, mais caracteristicamente, como Reich" (KJELLEN apud BACKHEUSER, 1952, p. 56)
Everardo Backheuser (1879 - 1951)	"é o estudo dos processos políticos que ocorrem em dependência do solo dos Estados" (BACKHEUSER, 1952, p. 67)
Vicens Vives (1910 - 1960)	"geopolítica es la doctrina del espacio vital" (VIVES, 1950, p. 79)

Yves Lacoste (1929 -)	"os raciocínios geopolíticos, isto é, tudo aquilo que mostra a complexidade das relações entre aquilo que sobrevém da política e as configurações geográficas" (LACOSTE, 2012, p. 218)
John Child (1940 -)	"geopolitics can be defined as the science of the relation of politics to geography [...] which includes the relationship between geography and military strategy, national development, expansion, and imperialism" (CHILD, 1979, p. 89)
Philip Kelly (1970 -)	"is the impact on foreign security policies of certain geographic features [...] might also be described as the relationship between power politics and geography" (KELLY, 1997, pp. 4-5)
Roberto Machado Mafra	"geopolítica é a influência dos fatores e condições geográficas na identificação e na fixação dos Objetivos do Estado, ou seja, na sua Política" (MAFRA, 2006, p. 26)
Robert D. Kaplan (1957 -)	"a geopolítica é a influência da geografia sobre as divisões humanas" (KAPLAN, 2013, p. 62)
José Luis da Costa Fiori	"a geopolítica é um conhecimento estratégico e normativo que avalia e redesenha a própria geografia a partir de algum projeto de poder específico, defensivo ou expansivo." (FIORI, 2014, p. 141)

Fonte: Elaboração própria com base no artigo de Bernardo Salgado Rodrigues (2022).

Em suma, é possível observar que a geopolítica é considerada um método de estudo dinâmico da influência de fatores geográficos no desenvolvimento dos Estados com a finalidade de orientar suas políticas internas e externas ao explicar e sinalizar o comportamento político internacional, em especial nos termos de variáveis espaciais (RODRIGUES, 2022). Cabe destacar que a geopolítica é pertencente a estratégias específicas dos países centrais de acordo com os seus interesses no SI, logo, ela não é universal e aplicável a qualquer Estado nacional, mas sim relativa e específica, variando de acordo com os contextos políticos, territoriais e históricos. Rodrigues ressalta que a geopolítica reflete a influência geográfica sobre a projeção de poder, assim "existem inúmeras geopolíticas de acordos com os distintos projetos estatais em disputa sob condições geográficas singulares" (RODRIGUES, 2022, p. 8), portanto, o saber geopolítico é manipulável de acordo com o objetivo de determinado Estado ou conjunto de Estados.

Uma vez compreendido o que é geopolítica, é possível estudar as teorias elaboradas pelos pensadores geopolíticos, em especial nesse artigo os pensadores clássicos da geopolítica

brasileira para enriquecer a temática da Amazônia. O Brasil foi um dos pioneiros no sistema internacional a realizar estudos geopolíticos, formando uma escola no século XX que era influenciada pelos geopolíticos clássicos e marcada pela hegemonia do pensamento militar e suas instituições (RODRIGUES, 2022).

O primeiro autor a ser destacado é Mario Travassos, teórico tido por alguns autores como inspirador dos programas de Getúlio Vargas, ele constata a existência de quatro regiões: a do Brasil Amazônico e a do Brasil Platino, que convergem para o centro geográfico do continente, e a Vertente Oriental dos Planaltos e o Nordeste Subequatorial, no qual o prolongamento forma o que denomina de “Brasil Longitudinal”, cujo papel seria ligar as duas primeiras regiões através da justaposição e combinação de transportes marítimos, fluviais e terrestres (RODRIGUES, 2022). Mello (1997, p. 86) resume as diretrizes de Travassos para a consecução do "destino geopolítico" brasileiro no continente sul-americano como a supremacia da vertente atlântica e da Bacia Amazônica; controle do triângulo estratégico boliviano e do *heartland* continental, ou seja, o “coração da terra”, que seria uma localização estratégica (no caso, um continente) central nas questões políticas e econômicas mundiais; neutralização da bacia do Prata e influência sobre os países mediterrâneos; fortalecimento do Brasil Longitudinal e projeção continental do país (FREITAS, 2004).

Em seguida, explora-se as ideias de Golbery do Couto e Silva, considerado um dos primeiros geopolíticos brasileiros a converter, de forma claramente concebida, as ideias políticas em política governamental (FREITAS, 2004). O autor procura contribuir para moldar uma consciência nacional em torno do que se chama de objetivos permanentes, em outras palavras para contribuir para a formação de uma estratégia nacional de longo prazo para além das conjunturas políticas (RODRIGUES, 2022). A geopolítica golberiana formaliza sugestões e propostas à pragmática estadista com o fim de colocar o enfoque do Brasil como “umbigo do mundo”, de forma semelhante ao *heartland* de Travassos.

Enriquecendo a geopolítica brasileira, Carlos de Meira Mattos define cinco características comuns a partir do conceito de potência mundial: dimensão geográfica, população, posse de recursos naturais, capacidade tecnológica e científica e coesão interna, atributos todos presentes no Brasil, assim, a partir desse pensamento, o autor afirma que o país deveria integrar o seu próprio *heartland* e desempenhar seu papel na defesa do continente americano (RODRIGUES, 2022).

Mattos explora a ideia de continentalização da *heartland* sul-americana com a utilização de tecnologias modernas dos transportes e comunicações, assim, com essa junção de polos desenvolvidos, seria formado uma “unidade econômica motriz”, impulsionando o progresso

local e alargamento da fronteira econômica da Pan-Amazônia de forma a ampliar o regional dos países amazônicos que consiste numa vontade política em termos de cooperação sul-americana (RODRIGUES, 2022). O autor defende também que é necessário habilidade para vencer os múltiplos estímulos colocados pelo imenso desafio da continentalização das estratégias desenvolvimentistas que dependerá a ascensão do Brasil à categoria de potência mundial (RODRIGUES, 2022).

Precursora dos preceitos de “integrar para não entregar” e “preservar quando possível, mas não conservar”, Therezinha de Castro afirma que o Brasil se encontra em um estágio de “adolescência político-estratégica” e que possui potencial para protagonizar a Nova Ordem Internacional (FREITAS, 2004). A autora também cria a Teoria da Defrontação, defendendo a determinação dos limites dos países da América do Sul, em uma futura divisão da Antártica, visando o desenvolvimento nacional e uma posição estratégica.

A autora enxerga a Amazônia de forma a considerar o seu desenvolvimento sempre com desconfiança com a cobiça internacional pelo território e suas riquezas: "de um lado, o princípio da soberania nacional e, do outro, a crescente afirmação de uma responsabilidade mundial quanto à gestão desse patrimônio da humanidade". (FREITAS, 2004, p. 96). Freitas (2004) também acrescenta sobre esse pensamento de Castro:

“Se no passado o enfoque brasileiro privilegiou a região platina, a transformação qualitativa da natureza das relações internacionais contemporâneas impõe uma convergência de ação na Amazônia. A aliança entre a visão geopolítica da relação de poderes e a definição de diretrizes geoestratégicas potencialmente aplicadas afigura-se como método operativo e modelo auxiliar dessa ampla estratégia nacional de ocupação, valorização e transformação da zona geopolítica neutra marginalizada em ecúmeno estatal, tendo sempre subjacente o eterno princípio de integrar para não entregar” (FREITAS, 2004, p. 103)

Bertha Becker, por fim, é considerada a “cientista da Amazônia” e possui a região amazônica como seu objeto principal de pesquisa, é tida como a primeira geopolítica fora do vínculo militar, propondo assim, uma reflexão crítica e o resgate nas universidades desse campo da geografia (RODRIGUES, 2022). Sua principal contribuição foi a sua teoria da coerção velada, fundamental para a compreensão dos anseios geopolíticos das grandes potências na região, além disso, defende a ideia do desenvolvimento da Amazônia através da ciência e tecnologia com o aproveitamento sustentável de seus recursos naturais. Para a defesa da preservação da floresta articulada com uma produção de valor, ela traz o conceito de macrozoneamento, onde é necessário pensar diferentes estratégias para áreas que foram ocupadas de forma distinta ao longo dos últimos cinquenta anos de exploração da região (RODRIGUES, 2022).

Os conceitos dos clássicos vistos anteriormente aprofundam a visão acerca da geopolítica da Amazônia atual, sendo uma região considerada como um espaço vital na luta pelos recursos estratégicos do século XXI, juntamente com a Ásia Central e a bacia do mar Cáspio (AMIN, 2015). Hoje em dia, os países ricos em recursos naturais buscam estabelecer o surgimento de uma abordagem geopolítica na qual a nova ordem internacional, voltada para os recursos naturais, determine a regionalização dos padrões produtivos internacionais no século XXI, e a região amazônica possui potencial para tal projeção de poder como foi defendido por Therezinha de Carvalho. Por isso também os Estados Unidos possui uma visão sobre a importância econômica da América do Sul fortemente influenciada pelo potencial da Bacia Amazônica (AMIN, 2015).

Há muitas décadas em que a Amazônia é cobiçada por grandes atores internacionais devido a sua grandiosidade territorial rica em recursos naturais e diversa em biodiversidade, além de sua potencialidade do estoque de recursos estratégicos necessários para a geração das inovações tecnológicas e o seu grande potencial hídrico. Conseqüentemente, há uma crescente preocupação relativa ao desenvolvimento sustentável e preservação do meio ambiente na região amazônica, não obstante, vem sendo feita a realização de convenções, pactos e declarações internacionais referentes ao tema, como a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente (Rio-92) e a Comissão Mundial para o Ambiente e o Desenvolvimento (1987).

A partir dos anos 2000, houve uma mudança na dinâmica do mercado na estrutura do comércio internacional, nomeada de mercantilização da natureza. Becker (2004) explica esse processo no qual a Amazônia protagoniza, afirmando que “nos últimos anos, novas tendências se delineiam no sentido de viabilizar a realização do capital natural através de um processo crescente de mercantilização da natureza. Alguns de seus elementos estão em vias de serem transformados em mercadorias fictícias e objeto de mercados reais, afetando intensamente a Amazônia” (AMIN, 2015).

Em virtude de a região Amazônica ser a maior floresta tropical do planeta, ela também detém o maior estoque de recursos estratégicos do século XXI, logo, são necessárias políticas mais responsáveis na geopolítica do país para objetivar a redução de perdas do bioma da Amazônia. Outras questões amplamente discutidas e importantes de serem pontuadas em relação a região é a da biopirataria, que traz a discussão do surgimento de novos sistemas de propriedade intelectual e de um novo e acelerado potencial de exploração da biodiversidade, trazendo debates entre a propriedade privada e a propriedade comunitária, entre uso global e local de um recurso e/ou conhecimento local; o da exploração de minérios, uma vez que a Amazônia possui grandes estoques voltados para a exportação de ferro, bauxita, alumina, ouro,

estanho, manganês, diamantes, gemas e pedras semipreciosas, além de deter uma das maiores províncias minerais do mundo: Carajás; por fim a emergente escassez de água global, que afeta a Amazônia pois a região é detentora das maiores reservas de água doce do planeta, possuindo um dos maiores aquíferos do mundo: o Guarani, com volume de água de 45 mil quilômetros cúbicos (AMIN, 2015).

Percebe-se assim, que a globalização possibilitou a Amazônia de participar mais ativamente na transformação do comércio internacional e ser um grande ator influente na geopolítica, mas que também trouxe exigências e pressões devido à preocupação da preservação do território e da sua soberania nacional diante do sistema internacional, assumindo assim, um espaço vital na geopolítica mundial do século XXI.

3 HISTÓRIA DO ESTADO ACREANO: A ELEVAÇÃO DO ACRE ESTRANGEIRO PARA O ACRE BRASILEIRO

Analisar a história do Acre e a sua questão identitária ao longo dos anos se torna necessária para a compreensão da situação atual do estado como um todo, tanto nas questões mais exatas, como a sua economia, quanto nas humanas, como suas questões sociais e culturais. Sobre a história acreana, um conceito importante a ser comentado é acerca dos quatro diferentes processos históricos de invenção do Acre, também nomeados de “invenções do Acre” pela cientista social Maria José Bezerra, são eles: o Acre estrangeiro, o Acre brasileiro, o Acre emancipado e o Acre viável.

Segundo Bezerra, o Acre estrangeiro é ligado ao conflito por domínios sob as terras americanas envolvendo Portugal e Espanha no auge do colonialismo europeu, já o Acre brasileiro parte dos conflitos de fronteira envolvendo o Brasil, a Bolívia e o Peru no contexto de dominação do capital monopolista e imperialista (BEZERRA, 2006). O Acre emancipado, por sua vez, se trata do confronto entre o poder local e o nacional desde as primeiras décadas do século XX até princípio dos anos 60, através do movimento autonomista. Por último, o Acre viável se refere aos momentos atuais e foi desencadeada pela resistência ao projeto de modernização voltado para a grande propriedade fundiária e na pecuária de corte (BEZERRA, 2006).

Partindo para a questão histórica, os povos indígenas foram os primeiros ocupantes do Acre, o nome do estado surgiu de “Aquiri”, que significa “rio dos jacarés” na língua nativa dos índios Apurinãs, os habitantes originais da região banhada pelo rio que dá o nome ao estado. Os exploradores da região transcreveram o nome do dialeto indígena, dando origem ao nome

Acre. As terras que futuramente dariam espaço ao estado foram divididas pelo homem branco europeu através da Bula Intercosteira de 1482, que determinou que Espanha e Portugal dividiram suas posses territoriais a partir de uma linha imaginária a 100 léguas da Ilha de Cabo Verde, na África (BEZERRA, 2006). As terras a oeste da linha pertenciam à Espanha e as que estavam a leste seriam de Portugal, logo, não somente o Acre, como todo o território boliviano e brasileiro, pertenciam à Espanha.

Mesmo com o Tratado de Tordesilhas, que foi alterado de 100 para 370 léguas a oeste da Ilha de Cabo Verde, Acre e Bolívia continuaram na Espanha, porém o restante do Brasil passou a ser território português. Com o Tratado de Madrid em 1750, os portugueses asseguraram as terras já “adquiridas” na Amazônia, segundo o *uti possidetis* (ou seja, a terra pertence a quem a ocupa), permanecendo inalterados o Acre e a Bolívia. O Tratado de Santo Idelfonso de 1777 estabeleceu que os territórios conquistados pelos portugueses na Amazônia pertenciam a Portugal.

Essa dança das linhas de limites entre Portugal e Espanha nos arredores do território acreano, o chamado Acre estrangeiro, chega ao seu fim com o processo de independência Boliviana, iniciada em 1809, porém oficializada em 1825, com a liderança de Simon Bolívar. O Acre tornou-se propriedade boliviana com o Tratado de Ayacucho de 1825, o qual a Bolívia assinou no contexto da Guerra do Paraguai reivindicando o território acreano em troca da sua neutralidade na guerra (BEZERRA, 2006).

O Acre ocupava uma posição de destaque por sua abundância de seringas da melhor qualidade em um período de supervalorização da borracha devido ao desenvolvimento industrial. Embora a região pertencesse à Bolívia, eram os produtores brasileiros que estavam explorando os recursos na região, sendo inclusive um importante produto para as exportações brasileiras. Com esse fator, alguns embates aconteceram entre Brasil e Bolívia de forma amistosa, considerando que Bolívia estava instável politicamente e economicamente, e tinha dificuldades para enviar expedições para a exploração e ocupação do território acreano por conta da carência de população disponível para o ato, além do difícil acesso à região.

A ocupação das terras do Acre pelos brasileiros foi diretamente ligada a dois motivadores: o desenvolvimento industrial da Europa e Estados Unidos, que influenciou a demanda internacional pela borracha, e a grande seca de 1877 no Ceará. O acesso a região para os brasileiros era muito mais viável do que para os bolivianos, e a exploração da borracha, iniciada no Pará, foi chegando ao extremo norte do país (Amazônia) até o território acreano devido ao esgotamento das fontes produtoras de látex, assim, o fluxo migratório dos brasileiros para o Acre foi continuamente crescendo na segunda metade do século XIX (BEZERRA, 2006).

A Bolívia, até então, não havia auferido grande lucro com a borracha, com exceção da instalação de uma arrecadadora de impostos entre janeiro a abril de 1899, atingindo a soma de quase cinco milhões de réis, e em agosto de 1900 a agosto de 1901, quando a Bolívia conseguiu novamente o domínio da região.

Como parte desse processo migratório, os migrantes que se dirigiram aos altos rios, em especial o Aquiri, acabaram por se fixar em suas margens, originando os seringais que tornaram unidades de produção de borracha e cenário das lutas por um Acre brasileiro (BEZERRA, 2006). A Bolívia, a fim de assegurar seu domínio novamente sobre os rios do Aquiri, destituiu a autoridade dos funcionários brasileiros ali representados pelo superintendente Francisco Monteiro de Souza Júnior e pelo juiz de Direito da Comarca de Vila Amazonense de Floriano Peixoto, anteriormente denominado município de Antimari, nomeados pelo governo daquele estado. A partir disso, o governo boliviano fundou um povoado no Acre, Puerto Alonso, com a intenção de cobrar altos impostos sobre a borracha acreana e também baixou decretos sobre a justiça, a terra e a navegação (BUSS, 2010), assim, modificando a administração e os métodos de trabalho, e organizando um sistema fiscal e policial.

Em 1895 foi nomeada uma Comissão Mista, tendo o representante brasileiro general Thaumaturgo de Azevedo e o boliviano general Manoel Pando, com o objetivo de completar-se a demarcação entre o Madeira e o Javari. Thaumaturgo se pronunciou a favor da revisão dos limites anteriormente marcados, ao levar em consideração as condições da produção da borracha e o povoamento da região por parte dos brasileiros (BEZERRA, 2006). Apesar da ideia ser bem recebida por intelectuais brasileiros, o governo brasileiro não acatou a sugestão dada por Thaumaturgo. Em paralelo com esse acontecimento, a Bolívia buscou estabelecer sua soberania na região com a instalação de postos alfandegários, que foi autorizada pelo governo brasileiro na época (BEZERRA, 2006).

Com isso, um clima de tensão foi crescendo devido a revolta da população brasileira que morava no território boliviano. Os padrões seringalistas passaram a resistir às imposições bolivianas: seus primeiros atos de revolta foram a negação do pagamento dos tributos impostos pela Bolívia e a exigência da retirada do ministro D. Moisés Santivanez na região (BEZERRA, 2006). O protesto obteve respostas favoráveis aos brasileiros, uma vez que Santivanez retirou a missão por ele instalada e chefiada.

Iniciou-se um movimento de conspiração contra o domínio boliviano na região norte do país, foi criada uma Junta Revolucionária por seringalistas de Caquetá, vinculada com outros grupos revolucionários de Belém e Manaus. Em 1899, Santivanez recebeu uma intimação assinada por mais de 50 seringalistas, um bacharel em Direito e um engenheiro civil, em nome

da população brasileira requerendo o abandono do governo intitulado por eles ilegal, com o argumento de que o território foi desbravado, habitado e defendido por milhares de brasileiros, logo o *uti possidetis* poderia ser aplicado na questão. Como resultado, a delegação boliviana foi deposta em Puerto Acre (BEZERRA, 2006).

Luiz Galvez Rodrigues de Aria foi escolhido como representante para a unificação das forças políticas locais para reforçar a luta pela libertação do Aquiri do domínio boliviano, uma vez que já estava envolvido na Junta Revolucionária do Acre. Assim, ele viajou de Manaus para o seringal São Jerônimo, juntamente com componentes da Junta, e marcou a data de 14 de julho para a proclamação do Estado Independente do Acre, influenciados pela mentalidade liberalista e nacionalista do Jacobinismo da Revolução Francesa, comumente utilizando palavras como pátria, nação e liberdade em seus discursos (BEZERRA, 2006).

Apesar dos esforços dos militantes da Junta Revolucionária, o governo brasileiro não apoiava a tomada do Acre pelos brasileiros, pois como vimos, em 1867 assinara um tratado com os bolivianos (BUSS, 2010), no entanto, isso não impediu o grupo de lutar pela instauração do Estado Independente do Acre. Assim, em 14 de julho de 1899, foi criada uma República no Acre sob a denominação de Estado Independente e, no mesmo dia, foi organizado um governo provisório tendo Galvez como seu presidente.

No entanto, o “jacobinismo à la Brasil” de Galvez foi tido com um caráter militarista por outras regiões. Medidas tomadas pelo então presidente eram contrárias aos interesses econômicos de seringalistas, Xapuri não aderiu à Revolução, houve a criação de comissões para a desestabilização do governo provisório e no Baixo Acre havia propagandas anti-governo liderada por seringalistas (BEZERRA, 2006). Representantes bolivianos em Belém também reforçaram, com o apoio do governo federal, uma imagem negativa do governo de Galvez. Assim, em março de 1900, cerca de oito meses de duração do país acreano, o presidente brasileiro Campos Sales enviou uma força naval para acabar com a República do Acre, e Galvez acabou por render-se, foi levado a Manaus e exilado para a Europa. Os bolivianos desceram a Cordilheira dos Andes com uma pequena tropa e retomaram sua posição no rio Acre (BUSS, 2010).

Uma última tentativa da Bolívia de ocupar o território foi com a criação do *Bolivian Syndicate*, o qual consistia na concessão de trinta anos para a exploração da seringa na região por parte de grandes grupos estrangeiros, em especial norte-americanos (PIMENTA, 2015). Com a ameaça da perda de autonomia do território para os estrangeiros do norte global, a figura do Barão do Rio Branco surge para alterar o curso dos eventos ao ser convidado pelo Presidente Rodrigues Alves para assumir a pasta do Ministério das Relações Exteriores. Barão propôs uma

indenização financeira à Bolívia e aos americanos para evitar uma extensão do conflito (PIMENTA, 2015).

Após o fracasso da “República de Galvez”, surge um outro importante personagem para a história acreana: José Plácido de Castro, que foi comandante-chefe da Revolução Acreana. Plácido de Castro, que possuía um histórico militar na família e de atuação, foi convidado para chefiar o movimento de resistência à ocupação boliviana por um ex-oficial do Exército Federalista, o mesmo aceitou o desafio. Posteriormente, em 7 de agosto de 1902, em Xapuri, foi proclamada novamente a independência do Acre. O período foi marcado por diversos combates militares entre brasileiros e bolivianos que lutaram pela conquista do território e, em 24 de janeiro de 1903, ocorreu a tomada de Puerto Acre, sede da Delegacia Nacional por parte dos brasileiros.

Em 17 de novembro de 1903 foi assinado o Tratado de Petrópolis e o espaço geográfico banhado pelos rios Acre, Purus, Iaco e Javary tornou-se brasileiro (BEZERRA, 2006). Barão do Rio Branco assinou o tratado em nome do presidente do Brasil, Rodrigues Alves, juntamente com o representante da Bolívia, encerrando os conflitos entre os dois países. De acordo com o tratado, o Brasil comprou o Acre da Bolívia por dois milhões de libras esterlinas, terras devolutas de Mato Grosso, e comprometeu-se a construir para uso da Bolívia, a Estrada de Ferro Madeira-Mamoré, entre outros benefícios (BUSS, 2010).

A ascensão do Acre como estado ocorreu apenas 59 anos depois, em 15 de junho de 1962, por meio da lei 4.070, sancionada pelo Presidente da República João Goulart. Nesse período, o estado teve como governador José Augusto de Araújo, eleito em outubro de 1962 (CARMELINO; SILVEIRA, 2016). Dessa forma, é possível concluir que uma das motivações para as dificuldades de representação do estado em questão se dá pela sua história conturbada: de um território espanhol, tornou-se pertencente à Bolívia, porém foi ocupado por brasileiros ao longo dos anos, tornou-se país por um breve período, virou território brasileiro, e somente em 1962 foi elevado à condição de estado do Brasil.

3.1 A “invenção do Acre” e o amazonismo acreano: formação de uma identidade forjada

A construção de uma identidade atrelada a uma determinada nação não advém somente das histórias contadas, das memórias que conectam o presente com o passado (panoramas, eventos históricos, símbolos, rituais) e imagens que dela são construídas, mas também, do conjunto de práticas que buscam articular certos valores e normas de comportamento, por meio da repetição (CARMELINO; SILVEIRA, 2016). Desse modo, as identidades – que se ligam à

cultura, às relações sociais e aos elementos históricos – são, portanto, construções que levam em conta aspectos que refletem indivíduos e lugares. Nesse sentido, as representações sociais e culturais, manifestadas nos textos de humor que brincam, por exemplo, com a inexistência do Acre, consistem em vetores potenciais de processos identitários de manutenção e/ou reconstrução de identidades desse estado brasileiro (CARMELINO; SILVEIRA, 2016).

Uma vez estudada a história do Acre, é possível aprofundar-se acerca da questão da identidade social e cultural da população local construída ao longo dos anos. Edinaldo Gonçalves Coelho (2023), ao analisar o texto “Acre, formas de olhar e de narrar: natureza e história nas ausências” de Francisco Bento da Silva, aponta quatro questões sobre a construção da identidade acreana: a primeira é a leitura do Acre como uma localidade não abasileirada, vazia, distante e à parte da história nacional, ligada ao apagamento da história dos povos nativos que existiam antes da colonização do Brasil; a segunda reflete o pensamento de uma Amazônia fantasiosa, exuberante e selvagem; a terceira é sobre a visão do colonizador, o preconceito eurocêntrico de ter os povos nativos e mestiços como atrasados, selvagens e inferiores; por fim, a herança das disputas territoriais e de representatividade.

Logo, é importante pensar sobre o Acre de hoje com um passado não tão distante, nem incomum, mas sim com diversas vozes silenciadas e censuradas que não foram levadas em consideração na construção de sua história oficial (COELHO, 2023). É essencial estudar não somente a parte histórica dos homens brancos, seringalistas e heróis nacionais referente a história do Acre, como reconhecer a existência dos grupos nativos que ali viviam antes do movimento migratório, assim como os grupos mestiços que vieram ao longo dos anos, e compreender sua diversidade cultural, luta e história. Sobre essa questão, Albuquerque (2015), em seu artigo “História e Historiografia do Acre: Notas Sobre os Silêncios e a Lógica do Progresso, acrescenta:

Nessa direção alterar a “ordem natural” de uma escrita da história na Amazônia acreana que apagou a multiplicidade cultural, linguística, ambiental, étnica e social dessa região é algo que ganha a conotação de desafio. Alterar e produzir outros sentidos para expressões cunhadas pela grafia, pelas fronteiras de sua política e geopolítica, pelos projetos e intervenções que inventaram e projetaram as culturas e as naturezas desse(s) lugar(es) para o mundo do mercado e dos interesses de uma ideia de ocidente, também, inventada e exportada para os mundos europeus e não-europeus como universal: caminho único, perspectiva linear, evolucionista. Esse debate é com as mulheres e homens desse mundo, seus escritos, ideias, pensamentos, crenças. (ALBUQUERQUE, p. 2015)

O autor também disserta sobre os estereótipos acerca da Amazônia acreana, as quais muitas abordagens sobre a Amazônia ser um deserto místico, muito presente nos relatos de inúmeros viajantes e relatórios de comissões de demarcação dos limites das fronteiras do Brasil com as nações, sobre o homem da Amazônia acreana ser “solitário e abandonado”, condenado

a nada produzir e não ter cultura, isolado na imensidão do deserto, “vítima” de sua própria ganância e de uma faina repetitiva que o condena ao não pensamento, à “incapacidade” e “imobilidade” sob a terra, um “farrapo humano” à mercê do rio e da natureza (ALBUQUERQUE, 2015).

Comumente retratado de forma dicotômica, a Amazônia e seus primeiros habitantes concentram todos os sentimentos e as fantasias ocidentais. Ao mesmo tempo que são símbolos de riqueza, também são de miséria, de medo e esperanças, de sonhos e pesadelos, de futuro e passado, de inferno e paraíso, a alteridade é o espelho invertido do Ocidente e é manipulada conforme os interesses em jogo (PIMENTA, 2003). Essas imagens contraditórias acompanharam e informaram a conquista da América e o encontro com as populações indígenas, assim, tal discurso legitima a ocupação e exploração econômica, sustentando os interesses políticos e ideológicos da Europa.

A “invenção do Acre”, explorada por José Pimenta, trata-se justamente dessa condição de um estado que foi anexado e incorporado ao país de forma a apagar a participação indígena na construção da história regional e a historiografia oficial que veiculou e continua veiculando vários mitos sobre a região amazônica e seus primeiros habitantes (PIMENTA, 2003). A natureza e os povos indígenas que a habitam continuam servindo de palco de projeção para os mitos ocidentais sobre a Amazônia e sua alteridade humana.

Ademais, José Pimenta nomeia como “amazonismo”, inspirando-se no “orientalismo” de Said (1996), o conjunto de conjunto de ideias e de discursos, produzidos pelo imaginário ocidental sobre a Amazônia e as populações nativas, destinado a viabilizar seus interesses políticos e econômicos. Logo, da mesma forma que Said apresenta um Oriente construído com uma imagem negativa por um Ocidente hegemônico, Pimenta faz um paralelo com a Amazônia preconizada em prol dos interesses do “homem americano”, a qual os indígenas são inferiores ao europeu, o “homem natural” vivendo na infância da humanidade: “abandonado à natureza, privado de educação e sociedade, pouco difere das bestas”, destinados a desaparecer (PIMENTA, 2003). Alinhado a esse conceito, Pimenta também nomeia de “acrianismo” a versão acreana do amazonismo, a qual a história oficial utiliza estereótipos ocidentais sobre os indígenas para falar de si.

Segundo Albuquerque (2015), a formação histórica da região seria assinalada por duas grandes fases: os “antecedentes históricos”, marcados pelas viagens que “devassaram” esses dois rios e seus afluentes em uma perspectiva “essencialmente geográfica”, no período de 1847-1867; e o povoamento, marcado pelo “predomínio do extrativismo da borracha” e coroadado pela luta que culminou com a anexação do Acre ao Brasil, no período de 1867-1903

(ALBUQUERQUE, 2015). O autor explora a problemática do silenciamento da trajetória das populações indígenas com o enfrentamento ao avanço da “civilização” para as áreas de terras e florestas do Purus e do Juruá e da presença negra na Amazônia acreana.

Em especial, é destacada a questão religiosa: as religiosidades de terreiros como o candomblé e a umbanda, que sempre estiveram presentes nos processos de construção dos diferentes territórios da Amazônia acreana, são simplesmente ignoradas, em valorização apenas do catolicismo e protestantismo na região. Uma das religiões mais fortes no Acre é a doutrina do Daime e suas diferentes linhas, surgida no início do século XX no estado, é uma religião essencialmente musical, possui hinos que são recebidos e transmitidos oralmente, posto que marcados pela presença da tradição oral, dos ritmos do corpo, da fala, da música, dos instrumentos de percussão, além de articular rituais de cura, espirituais e mediúnicos. O Daime mescla tradições indígenas, afrobrasileiras, afroindígenas, esotéricas e cristãs, possuindo uma mistura de saberes e conhecimentos de diversos povos do Acre, em especial uma forte presença negra em suas comunidades fundadoras, enriquecida pelas trocas e aprendizagens com conhecimentos milenares de habitantes da floresta amazônica e da região andina, bem como pelas muitas outras misturas (ALBUQUERQUE, 2015).

Destarte, para a história oficial, o Acre foi obra dos seringueiros, heróis anônimos, desesperadamente instalados numa região hostil, mas promissora. Com audácia e bravura, o extraordinário nordestino penetrou laboriosamente a selva, desafiando a natureza e as flechas envenenadas dos “índios selvagens” para conquistar palmo a palmo o território e integrá-lo à nação. Como bandeirante, o seringueiro deflorou a floresta e domou a natureza caótica. De forma semelhante, o seringueiro civilizou o índio (PIMENTA, 2003). No momento da conquista do Acre, as populações indígenas são vistas como um obstáculo à exploração da borracha, como um empecilho para o “Progresso” e da “Civilização”.

O território acreano era o habitat de cerca de 60 mil indígenas representados por 50 grupos étnicos no início do século XIX (PIMENTA, 2015), entre esses grupos, destacam-se os Caxinauás, Culinas, Catuquinas, Jaminauás, Campas, Mastanauás, Arauás. Grande parte desses nativos foram dizimados, extintos ou destribalizados em nome do fabrico da borracha. Os nordestinos que se fizeram seringueiros estabeleceram relações conflituosas com os indígenas e rejeitaram e adaptaram a forma de viver e os saberes dos indígenas, empurrando-os para o “fundo do seringal” (ANTONACCI, 1994). Diversos indígenas acabaram por sobreviver ficando no seringal como “caboclos”, muitos foram massacrados ou mortos por doença a maior parte de contingente nativo foi, no entanto, incorporada à economia extrativista da borracha, vivendo sob domínio dos patrões brancos até a década de 1980 (PIMENTA, 2003).

O caráter atrasado estereotipado acerca do Acre evidencia que vivemos em um país que ainda não conseguiu superar e nem enfrentar devidamente as sequelas da escravidão de africanos e todos os preconceitos daí decorrentes, ele expressa relações de forças, tensões sociais, disputas pelo poder e projetos em jogo em um país onde a máquina do Estado estava nas mãos de escravocratas na evolução histórica. Isso se expressa em tentativas de acordos internacionais nos quais os diplomatas brasileiros se posicionavam como “capitães-do-mato” dos proprietários das *plantations* escravistas.

Os estudos tradicionais da região, segundo Albuquerque, com toda a carga de estereótipos produzidos permaneceram intocáveis como um dogma, uma leitura objetiva de um passado inalterável. Para ele, “as cronologias, a ideia de deserto, o homem solitário, a coisificação dos sujeitos da história, a perspectiva do desenvolvimento, da evolução e do progresso acompanham muitos historiadores, antropólogos, economistas, geógrafos, sociólogos, romancistas e outros “intérpretes” da Amazônia acreana até os dias atuais” (ALBUQUERQUE, 2015).

A história oficial do Acre é um discurso ufanista, contado do ponto de vista dos vencedores e periodicamente atualizado e reajustado em função dos interesses políticos do momento, portanto, a “invenção do Acre” enfatiza a conquista desse território e sua incorporação ao Brasil durante o auge da economia extrativista da borracha na virada para o século XX (PIMENTA, 2015). Ela geralmente exclui os povos indígenas, apagando sua participação na construção da história regional, ou se limita a mencioná-los para enaltecer os feitos dos colonizadores. Dessa maneira, uma tentativa de reverter essa situação, foi a formulação da ideologia da acrianidade a partir de 1999, promovida pelo governo regional - autodenominados como “Governo da Floresta”, com o objetivo de ressignificar o discurso identitário acreano com a introdução dos povos indígenas na história da região como personagens principais, que vinha sendo debatida desde meados da década de 1970, estimulada de forma reativa devido às políticas da ditadura militar para o desenvolvimento da Amazônia, quando os indígenas começaram a se organizar no campo interétnico para defender seus direitos, em especial os territoriais (PIMENTA, 2015).

4 A EVOLUÇÃO DO ACRE DENTRO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL E SEU PERFIL ATUAL COMO REGIÃO EXPORTADORA

4.1 Um perfil exportador definido pela borracha acreana e suas nuances

A história de colonização do Acre, como foi visto, é estreitamente ligada ao extrativismo da seringa: até metade do século XIX, o território acreano era pouco conhecido e os nativos que ali viviam eram isolados de todo o resto do mundo, e a partir da década de 1870, a região foi totalmente modificada com a chegada dos seringueiros nordestinos. Em 1899, a região acreana produzia cerca de 60% da borracha amazonense, resultando em mais de 12 mil toneladas (PIMENTA, 2015), dessa forma, a história da região foi influenciada como um desdobramento da história do desenvolvimento capitalista ocidental. Nessa perspectiva, Albuquerque (2015) explica que a Amazônia acreana é compreendida e inserida como parte da história somente motivados e articulados em torno dos interesses das indústrias internacionais por uma matéria-prima oriunda das florestas amazônicas: a borracha “fabricada” a partir da extração, coleta e defumação ou prensa do leite da seringueira (*hevea brasiliensis*).

O primeiro ciclo da borracha no Brasil perdurou de 1879 a 1912. Em seu fim, a borracha brasileira já havia perdido muito seu espaço no mercado internacional devido à concorrência com a borracha produzida na Ásia, em especial o surgimento de seringais de cultivo na Malásia, conseqüentemente, essa crise atingiu profundamente o Acre e a sua população. Apesar de, na época, estarem surgindo iniciativas de incentivo à pequena agricultura na década de 1920, a produção de seringa permaneceu sendo a base da economia do estado durante maior parte do século XX (PIMENTA, 2015).

Com a Segunda Guerra mundial e o bloqueio dos seringais asiáticos, a borracha acreana obteve um impulso novamente com o aumento do preço do produto durante a década de 1940, devido à grande demanda de borracha por parte dos Estados Unidos, resultando em um segundo ciclo da borracha entre 1941 a 1945, porém o período de esperança durou pouco, pois assim que foi reativada a produção asiática, após o fim do conflito, a economia seringueira acreana se tornou insustentável e muitos foram à falência, o que levou a uma desarticulação progressiva do sistema do cativo, a migração de seringueiros para as periferias das cidades ou à emergência de uma nova categoria de “seringueiros autônomos”, liberados da opressão patronal, mas abandonados em suas colocações e condenados a um futuro lúgubre (PIMENTA, 2015). É calculado que a produção brasileira de borracha decaiu de 32.045 toneladas no ano de 1947 para 18.619 em 1950, evidenciando a decadência a qual o produto sofreu na época (BEZERRA, 2006).

O governo de Kubitschek influenciou em um aumento interno de demanda da borracha com a expansão do transporte rodoviário e, conseqüentemente da indústria automobilística, que conduziu a expansão de artefatos pesados de borracha. O governo também buscou impelir as grandes indústrias de artefatos de borracha para se atentar a produção de borracha vegetal e

também estabeleceu como condição para o recebimento de quotas de borracha natural ou importada que as empresas aplicassem 20% dos seus lucros no plantio da seringa (BEZERRA, 2006), contudo os esforços foram insignificantes para haver uma mudança na situação de decadência da borracha.

A crise da borracha permite um maior destaque de outros produtos na época, como foi o caso da castanha, que atingiu seu auge em 1940, o início da Segunda Guerra Mundial, e a madeira, já que a variedade de madeiras exploradas na região era demasiada, com destaque para o águano e o cedro nos municípios de Rio Branco e Feijó (BEZERRA, 2006). Ainda sobre a madeira, ela teve seu esplendor durante o período de 1935 a 1950, sendo transportada por um “engenho” até as margens do rio, de lá carregadas pela própria correnteza, fazendo jangadas até Manaus e, assim, eram exportadas, sobretudo para a Inglaterra (BEZERRA, 2006).

Atividades transitórias e complementares à produção da borracha, tinha-se o extrativismo vegetal (carvão vegetal, lenha, palha, óleos vegetais, entre outros) e o extrativismo animal (couros e peles de animais silvestre, pesca de peixes, entre outros), sendo os couros e peles enviados para Belém e Manaus, que então seguiam seu caminho para o exterior (BEZERRA, 2006). Destacam-se também as culturas temporárias e permanentes, como a mandioca, o feijão, o milho, arroz, abacaxi, cana-de-açúcar, café, entre outros. A produção bovina, por sua vez, estava em sua fase inicial, com o gado sendo comprado da Bolívia. Destarte, é evidente que a economia acreana até o início dos anos 60 teve como atividade principal a borracha, seguida da madeira, castanha, couro e peles (BEZERRA, 2006).

O comércio internacional acreano se estagnou por um tempo até a chegada da década de 1970, a qual o estado integrou os programas desenvolvimentistas e integracionistas planejados pelo governo federal com o apoio das autoridades do Estado, que resultaram na aplicação de políticas facilitadas devido a construção da rodovia BR 364, Brasília - Cuiabá – Porto Velho, prolongada, em 1968, para Rio Branco e atingiram o Acre e suas populações através da frente de expansão da economia agropecuária (fator de grande impacto nas populações indígenas por agredir territórios habitados por eles) (PIMENTA, 2015). Grandes grupos industriais e financeiros do sul do país aproveitaram de vantagens fiscais e da crise da borracha para comprar a preços baixos as terras dos seringais em falência para transformá-las em pastos destinados à criação de gado, recuperando também parte da mão de obra seringueira e indígena, que trabalhava na economia extrativista decadente (PIMENTA, 2015).

A década de 1980 foi um divisor de águas na estrutura das exportações brasileiras, devido às estratégias comerciais e a expansão do comércio mundial, em virtude da implementação de medidas de livre comércio do país, o tornando mais competitivo, e a

globalização juntamente com a criação de blocos econômicos que facilitaram a mobilidade de capital, bens e serviços entre os países (TREVISAN, 2019). Observa-se então que o estado acreano na maior parte de sua história foi marcado pela exportação da borracha até meados do século XX e somente a partir da década de 1970 diferentes produtos foram se tornando mais presentes no comércio exterior acreano.

4.2. Características do Acre exportador no século XXI

Segundo dados oferecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Acre possui uma área territorial de 164.173.429 km², localizando-se na região norte do país, divide fronteira com duas unidades federativas (Amazonas e Rondônia) e dois países (Bolívia e Peru), e sua população residente totaliza 830.018 pessoas (IBGE, 2022). A Região Norte como uma região exportadora representou 6,91% do total das exportações brasileiras em 2015 e 13,08% no saldo geral da balança comercial (LOBÃO, 2017). Atualmente os produtos mais importados do Acre são produtos básicos, com 51,5% de participação, seguidos dos produtos manufaturados (30,7%), contudo, entre os anos de 1999 a 2006 os produtos semimanufaturados eram os líderes das exportações; já de 2007 a 2012, os produtos manufaturados foram os mais exportados. Por fim, os básicos só começaram a liderar o ranking em 2013, mantendo o posto até 2016 (TREVISAN, 2019).

Um fator de grande relevância no Acre é o fato de ser um dos dezoito estados do Brasil a ter uma Zona de Processamento de Exportação (ZPE), que é uma área de livre comércio exclusiva para a industrialização das exportações, ou seja, própria para a instalação de empresas voltadas para a produção de bens a serem exportados. Os principais objetivos de uma é obter moeda estrangeira, criar empregos, atrair investimentos do exterior, desenvolver economicamente o país e diminuir as diferenças regionais existentes (TREVISAN, 2019), explica-se assim a importância de uma ZPE em um dos estados de menor participação nas exportações do Brasil. A ZPE do Acre possui um perfil tipicamente agroindustrial, e a madeira é um dos destaques de produtos processados.

As duas primeiras décadas do século XXI nas exportações do Acre teve presença de três principais grupos de produtos/setores, sendo eles o de madeira, de calçados e couro e o de alimentos, fumos e bebidas. Sobre o primeiro, atualmente ele é um dos setores mais dinâmicos das exportações do Acre, sendo responsável por 70% do PIB das exportações do estado, ademais, só no ano de 2013, dentre o total exportado pelas empresas industriais no estado, 62,40% corresponderam às exportações da indústria da madeira, portanto esse setor exerce um

relevante papel na cadeia produtiva do setor florestal e também no suprimento de uma rede de varejistas da região, pois abastece o segmento de painéis de madeiras, sendo o setor moveleiro o que mais absorve essa produção (TREVISAN, 2019).

Em relação ao setor de calçados e couro, no estado do Acre, por mais que o mercado de couro vegetal ainda tenha que ser consolidado, o produto já é muito bem recebido e tem conseguido atrair a atenção e o apoio dos consumidores, além disso, está sendo produzido outro produto similar ao couro vegetal, conhecido como “couro ecológico”, que, por meio de utilização de produtos químicos, não necessita do corte de árvores para a obtenção de lenha para a defumação do couro, o que é necessário no caso do couro vegetal (TREVISAN, 2019). O setor de alimentos, fumo e bebidas, por sua vez, se destaca devido às exportações de castanha. A cadeia produtiva de castanha do Brasil no estado do Acre passou por um amplo e longo processo de estruturação, especialmente a partir do início da década de 2000, consequência do aumento da demanda do produto, tanto no mercado internacional como no nacional (TREVISAN, 2019).

Segundo dados fornecidos pela Secretaria de Comércio Exterior (SEDEX) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), o Acre exportou 45,8 milhões de dólares no ano de 2023, ocupando o 27º e último lugar no ranking de exportações dentre os estados brasileiros, o que significou uma baixa de 15,8% nas exportações em relação ao ano anterior.

Ainda com os dados obtidos pelo MDIC/SEDEX, os dez principais países estrangeiros de destino dos produtos acreanos datados do ano de 2023 são: Peru (21%), Espanha (17%), Turquia (9,7%), Hong Kong (7,3%), México (6,7), Estados Unidos (6,2%), Bolívia (4,8%), Portugal (2,9%), Países Baixos (2,8%) e República Dominicana (2,3%) (BRASIL, 2024). Ademais, as sete categorias de produtos mais exportadas no estado, no mesmo ano, são: soja (41%); frutas e nozes não oleaginosas, frescas ou secas (13%); carne suína, fresca refrigerada ou congelada (12%); madeira (11%); outras carnes e miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas (5,5%); e matérias brutas de animais (4%) (BRASIL, 2024).

Com todos esses dados e informações, é possível compreender o desenvolvimento da história acreana dentro do comércio internacional e o seu atual perfil exportador do Acre, tornando a análise de um projeto de incentivo à exportação por parte do governo de forma mais crítica.

5 A CRIAÇÃO E O HISTÓRICO DA MARCA “ACRE MADE IN AMAZONIA”

A marca “Acre Made in Amazonia” foi desenvolvida em 2012 no projeto Acre Design, que foi uma parceria do governo do estado com o POLI.design, Consórcio do Politécnico de Milão, e a consultoria do gabinete da primeira-dama na época, Marlúcia Cândida, que lidava com questões do Acre Solidário e da Economia Criativa, sendo ligada ao gabinete do governador e a Casa Civil (REVISTA USE, 2016). O projeto também teve como executores a Secretaria de Desenvolvimento, da Indústria, do Comércio e dos Serviços Sustentáveis (SEDENS), o Instituto Dom Moacyr (IDM), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e a Federação das Indústrias do Acre (Fieac) (Agência de Notícias do Acre, 2018).

O Acre Design possuía o objetivo de valorizar a identidade cultural e consolidar a cadeia produtiva do setor moveleiro do Acre, aproveitando da biodiversidade rica em recursos naturais da Floresta Amazônica, de forma a valorizar a economia local, promover ações sociais e ser ecologicamente responsável, combinando estratégias de inovação e competição de mercado.

O projeto compreendeu em três etapas com investimentos no valor de R\$ 2.2 milhões de reais. A primeira etapa envolveu a capacitação da Formação Inicial Continuada em Design de Móveis de 35 educandos - com as idades entre 18 a 60 anos, sendo eles marceneiros, arquitetos, acadêmicos e artesãos; a pesquisa da identidade Acre para subsídio à criação de quatro linhas de mobiliário; dois workshops projetuais, com os designers Bernardo Senna e Emmanuel Gallina, que criaram com os estudantes as linhas de mobiliários e pequenos objetos em madeira, mesclando o design contemporâneo com uma identidade local; o desenvolvimento de nove linhas de mobiliário e um de pequenos objetos; e a criação da marca “Acre Made in Amazônia” (Rede de Agricultura Sustentável, 2018). A segunda etapa contou com o desenvolvimento de consultorias comerciais, tecnológicas e de design para analisar a viabilidade e potencialidade para a comercialização do projeto. Na terceira, por sua vez, houve aperfeiçoamento da coleção de móveis, transferência de conhecimento em design e a gestão da comercialização de fato dos produtos com os seus reajustes finais (Rede de Agricultura Sustentável, 2018).

Nessa fase inicial, visando valorizar a riqueza e biodiversidade dos recursos naturais da Floresta Amazônica de forma ambiental, econômica e socialmente responsável, foi desenvolvido no Acre um polo moveleiro industrial a partir da criação de móveis contemporâneos e inspirados na cultura local e assinado por designers reconhecidos internacionalmente. Com a introdução dessas novas madeiras na região, foi essencial a

certificação do Forest Stewardship Council (Conselho de Manejo Florestas) e FSC Comunitário, modalidade exclusiva para produtos de florestas manejadas por pequenos produtores ou comunidades (REVISTA USE, 2016).

Um total de cinco linhas de mobiliário de design contemporâneo, nomeadas Palafita (móveis com diferentes alturas, representando as casas nas margens dos rios), Jatobá (utilização de diferentes tipos de madeira entrelaçadas nos móveis, remetendo a uma dança de forró), Empa-te (duas madeiras nobres chamadas “roxinho” e “cereja” em contraste na coleção para a simbolização dos fazendeiros e seringueiros), Yuxin (voltada para o uso de simbologia ancestral das tribos indígenas acreanas) e Estrela (representação do símbolo da bandeira do Acre), foram criadas utilizando madeiras locais, como o cedro, a cerejeira, cumaru-ferro, itaúba, jatobá e tauari (REVISTA USE, 2016). A comercialização de mesas, bancos, buffets e cadeiras foram realizadas em lojas imobiliárias de todo o Brasil e expostas para o exterior, promovendo a difusão da identidade acreana em prol do desenvolvimento da indústria e comunidade local, promovendo a biodiversidade amazônica e realizando uma extração controlada da madeira (REVISTA USE, 2016).

O resultado desses trabalhos foi exposto em diversas exposições, entre elas é possível citar uma realizada em 2013 no Memorial dos Autonomistas, em Rio Branco, outra ocorrida no mesmo ano no Festival Economia Criativa - Itália S/A, na Bienal em São Paulo. Também, em 2014, houve uma importante exposição internacional do projeto no evento Brazil SA, que ocorreu no Palazzo Giureconsulti, em Milão, Itália. Já em 2016, o projeto teve sua presença, nos dias 9 a 11 de agosto, na primeira edição da feira High Design - Home & Office Expo. Marlúcia Cândida comenta em um vídeo, disponibilizado pelo Governo do Acre através da plataforma do YouTube, acerca dos resultados do projeto:

“O resultado é gratificante. O governo com esse projeto deu oportunidades a essas pessoas de pensar numa nova maneira de utilizar a matéria-prima, pensar num futuro aonde o pouco que se pode tirar da floresta vira muito, com um valor agregado porque tem design e assinatura de um artesão e profissional que agora tem uma formação melhor e diploma dessas instituições. Esses profissionais participaram de eventos renomados, focaram conhecidos e hoje fazem negócios em vários mercados do Brasil e outros países. O maior objetivo do governo com esse programa foi de incrementar esse setor e startar o desejo de colocar design nos produtos que já eram elaborados no Acre” (Marlúcia Cândida através do Governo do Acre, Youtube)

Assim que se iniciou a Acre Design, o governo enxergou a necessidade de criar uma marca que acompanhasse os produtos tanto os do design, quanto os elaborados e produzidos localmente, segundo Marlúcia Cândida (Agência de Notícias do Acre, 2018). Dessa maneira, a “Acre Made in Amazonia” já foi desenvolvida na primeira fase do projeto, almejando a expansão do comércio acreano para o Brasil e o mundo, caracterizando sua origem amazônica em seus produtos para que seja reconhecida como de qualidade e sustentável, sendo assim sustentada nos valores de respeito a floresta e ao meio ambiente, inovação social e valorização cultural e promoção do desenvolvimento econômico.

Com uma simbologia simples e direta, porém contemporânea e moderna, ela dialoga com grandes marcas do design internacional, com uma identidade obtida através de referências da identidade acreana: a estrela, o símbolo da bandeira do estado e influências indígenas. Em 2016, a marca foi lançada no evento Expoacre (evento de exposições do Acre), demonstrando uma política pautada nas práticas de um modelo de desenvolvimento sustentável, e desde seu lançamento, diversos empresários apostaram no uso da marca, destaca-se o Grupo Miragina, uma conhecida fábrica de biscoitos local fundada em 1967, que usa a marca desde o seu lançamento até os dias de hoje (Agência de Notícias do Acre, 2018). José Luiz Felicia, diretor-presidente da indústria Miragina, comenta sobre a decisão de usar a marca e a sua importância:

“A decisão de utilizar a marca vem do reconhecimento de ser uma empresa genuinamente acreana, prestigiada pelos acreanos. Usar a marca é ter orgulho de ser acreano. Utilizar em produtos que sejam produzidos aqui e ter orgulho disso. Como elaboramos produtos de primeira qualidade, de está levando isso para fora do estado, mostrando que aqui fazemos coisas boas. Uma forma de divulgar o Acre com produtos de primeira qualidade fora daqui. O fato de ser ‘Acre Made in Amazonia’ é uma coisa que agrega valor ao produto, a região.”, ressaltou o empresário José Luiz Felicio, diretor-presidente da indústria Miragina.” (Felicia para a Agência de Notícias do Acre, 2018)

Em 2018, ocorre um grande marco para a história do “Acre Made in Amazonia”: através da Lei Nº 3.411, que foi sancionada pelo governador do estado do Acre da época, o Tião Viana, instituiu-se a marca “Acre Made in Amazonia”, para produtos, serviços de pessoas físicas ou jurídicas estabelecidas no estado (ACRE, 2018). Com um total de seis artigos, destaca-se as seguintes informações neles detalhadas:

I - O uso da marca é de caráter voluntário e observará as disposições constantes nesta lei;

II - A marca se torna de propriedade da Agência de Negócios do Estado do Acre - ANAC e foi registrada no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual - INPI, sob o nº 911134905;

III - A marca é um selo de identificação para os consumidores, com o fim de caracterizar a proveniência amazônica, de forma a garantir seu status de qualidade e sustentabilidade;

IV - A criterização e segmentação dos produtos e serviços elegíveis é definida através da regulamentação, bem como a avaliação e aprovação do uso da marca será feita pelo seu comitê gestor;

V - A marca possui três valores principais: o respeito à floresta e ao meio ambiente, a inovação social e valorização cultural, e a promoção do desenvolvimento econômico;

VI - O governo do Acre pode realizar ações de divulgação e fomento da marca, também manterá disponíveis a íntegra dos atos normativos e demais orientações e formulários relativos ao procedimento de concessão da marca “Acre Made in Amazonia” e a relação dos empreendimentos e produtos e serviços credenciados.

A ANAC, agora proprietária da marca “Acre Made in Amazonia”, foi concebida em dezembro de 2000 através da Lei Nº 1.351, assinada pelo governador Jorge Viana, possui a finalidade de atuar valorizando os produtos acreanos objetivando o impulso das exportações e destacando os produtos e serviços acreanos dentro do Brasil e no exterior (ANAC, 2024).

É importante criar um parêntese na evolução da marca para analisar o contexto político e cultural no qual o governo e o povo acreano, sobretudo os indígenas, estão inseridos. Segundo Pimenta (2015), a partir da década de 1970 os indígenas começaram a participar progressivamente na história dos brancos, iniciando o processo de ressignificação da história e cultura do Acre, possuindo os povos nativos como elemento central. Concomitantemente, com a evolução desse movimento, a partir de 1999, o estado do Acre passou a ser governado por uma coalizão de partidos de esquerda liderada pelo Partido dos Trabalhadores (PT).

A Frente Popular do Acre, nome dada a essa coalizão, possuía uma agenda de governo caracterizada por uma nova era de reversão do antigo modelo desenvolvimentista etnocida e ecocida para um novo paradigma alinhado ao desenvolvimento sustentável, associado com o conceito de “florestania”, que é um neologismo criado para qualificar uma cidadania baseada na valorização das populações da floresta, incluindo-se indígenas e seringueiros, e tendo o uso sustentável dos recursos naturais como princípio orientador fundamental (PIMENTA, 2015).

De 1999 a 2006, Jorge Viana teve seus dois mandatos marcados por esse merchandising governamental definido como “Governo da Floresta”, foram os mais emblemáticos dessa nova orientação política. Os governos que se seguiram de Binho Marques (governador de 2007 a 2010) e Tião Viana (governador de 2011 a 2018) também foram herdeiros e continuadores do

“Governo da Floresta”, assim, ao final de 2018 marcou-se três governadores diferentes e cinco mandatos consecutivos, totalizando vinte anos seguidos de governos da Frente Popular do Acre.

O “Governo da Floresta” se autoproclamou herdeiro dos ideais da “Aliança dos Povos da Floresta”, elegendo a figura de Chico Mendes como emblema de sua política. Com essa nova agenda política, os povos indígenas do Acre ganharam uma maior visibilidade e receberam um reconhecimento inédito por parte do poder executivo regional, recebendo o destaque como protagonistas da história do estado num processo de ressignificação do passado, fazendo uma inversão ao processo de “invenção do Acre” que a historiografia oficial havia construído (PIMENTA, 2015).

Pimenta (2015) afirma também que esses vinte anos de “Governo da Floresta” significou uma nova faceta do mito do amazonismo, que até então havia sido negligenciada pelo acrianismo, ou seja, uma valorização idealizada dos povos indígenas. Esse reconhecimento, embora positivo, é muitas vezes exagerado e distorcido, revelando uma série de contradições e formas sutis de manipulações da alteridade bem características do amazonismo, desse modo, na nova faceta do acrianismo, os povos indígenas se tornam objeto de um discurso oficial que utiliza da reinvenção de um passado ideal para justificar as utopias do presente (PIMENTA, 2015).

Com essa análise, compreende-se o contexto político e cultural no qual a marca “Acre Made in Amazonia” foi concebida, sendo situada desde sua criação até sua designação como lei estadual em 2018. Contudo, em 2018 com a vitória de Gladson Cameli, do Partido Progressistas (PP), nas eleições estaduais do Acre, e em 2019 assumindo seu governo, houve uma quebra na sequência de governos do PT e ocorreu então uma descontinuidade em relação a agenda e a marca “Acre Made in Amazonia”.

Somente quatro anos depois houve uma retomada, pois, segundo a diretora de Planejamento da Anac, Jaurícia Ferreira, houve um grande número de empresas manifestando interesse na adesão da marca (Agência de Notícias do Acre, 2023). Com isso, surgiu um interesse do governo atual em retomar a marca com uma atualização e adaptação à nova realidade dos mercados e mídias, assim, foi instituído o Comitê Gestor Acre Made In Amazonia, em 18 de julho de 2023, no decreto nº 11.285.

No decreto é possível destacar que a função do Comitê Gestor da marca é regulamentar e aprovar o uso da “Acre Made in Amazonia” por terceiros, ademais compete a eles editar o regulamento que define os segmentos e critérios de produtos e serviços elegíveis para a utilização da marca, analisar e deliberar sobre produtos que atendem aos critérios de uso e discutir e assentar sobre atualizações dos critérios para utilização da marca. O Comitê é

composto por representantes de diversos órgãos e entidades e sua presidência compete à ANAC. Segundo o diretor executivo da ANAC, Manoel Pedro Gomes, a proposta inicial de retomada foi criar duas frentes de trabalho: uma que olhará para o conceito, e outra para aperfeiçoar o documento com regras de uso (Agência de Notícias do Acre, 2023).

Com essas observações, foi possível obter um parâmetro geral do progresso da marca “Acre Made in Amazonia”: criada em 2012 em meio a um dos chamados “Governos da Floresta” como uma política de incentivo ao aperfeiçoamento de produtos acreanos para a sua exportação, chegou a ser elevada a lei em 2018, através da Lei Nº 3.411. Contudo, houve um congelamento da marca com a mudança de governo no ano seguinte até 2023, quando ocorreu a mudança de presidência na ANAC e foi incentivado o retorno da marca.

5.1 Entrevista com pessoas participantes na evolução da marca

Foram realizadas por mim entrevistas através do *Google Meet* com duas pessoas internas, do governo e/ou ANAC, que fizeram possível uma análise mais profunda sobre a construção e evolução da marca. Nas entrevistas, foi-me esclarecido que a marca “Acre Made in Amazonia” foi concebida em um contexto de foco do governo na economia criativa voltada ao artesanato, gastronomia e design. Inicialmente objetivando o design, o governo procurou apoio na Itália, no politécnico de Milão, que o encaminhou para o PoliDesign, uma instituição dentro do politécnico, com a intenção de que eles fizessem um curso de formação para os marceneiros acreanos produzirem madeira com um bom acabamento que pudesse ganhar mercado.

Assim, o PoliDesign foi pro Acre, treinou os marceneiros, levaram alguns designers importantes do Brasil e de fora do Brasil para dar esse treinamento, e criaram então uma linha de móveis que foi para exposições em São Paulo, Milão, entre outros lugares. Nessa altura, o artesanato também estava caminhando muito bem com a parceria com o Sebrae, já que foi possível também ter consultores que fossem trazendo essa melhoria na qualidade do artesanato. E na gastronomia, o projeto da Escola de Gastronomia surgiu, sendo inaugurado em 2018. Mas era necessária a criação de uma identidade para tudo isso, uma vez que os produtos acreanos precisavam ser marcados com a qualidade que possuem para uma maior proliferação dos mesmos, formulando-se assim a “Acre Made in Amazonia”, registrada e aprovada na Assembleia Legislativa do Estado do Acre em 2018, porém empresas como a Miragina e a Cooperacre já utilizavam da marca antes mesmo de ser registrada.

Inspirado no Made in Italy, marca distintiva que representa a excelência e a qualidade dos produtos italianos em todo o mundo (Consolato Generale d'Italia Rio de Janeiro, 2023), o projeto possui três valores anteriormente já citados: o respeito à floresta e ao meio ambiente, para que o uso de recursos naturais fosse certificado; a inovação social e valorização cultural, focando em envolver produtores de pequenos negócios e minorias; e a promoção do desenvolvimento econômico, dando valor ao que é feito no estado. A marca foi levada para eventos como a Semana de Design de São Paulo, com os móveis; no prédio da Bienal de São Paulo houve uma exposição, que é a do Brasil S.A.; ocorreu em Milão, também um evento do Brasil S.A, durante o salão do móvel. Obviamente, a capital do Acre, em Rio Branco, teve exposições no teatro Hélio Melio.

Consideram os entrevistados que o projeto cumpriu o seu objetivo até certo ponto, pois o seu impacto ficou no âmbito interno, dentro do estado ou do Brasil. Nos seus três principais pilares (artesanato, gastronomia e design) houveram resultados: na gastronomia é possível citar a realização de festivais gastronômicos, trazendo chefes do exterior ao Acre, realização de pesquisas na gastronomia indígena, a construção da Escola de Gastronomia. Já no artesanato, o governo fazia um fundo para comprar artesanato local e vender para o artesão não ficar em condição de consignação, além de criar uma loja do artesão no Via Verde Shopping, shopping da capital acreana. Além disso, a ZPE funcionando e produtos saindo com a marca “Acre Made in Amazonia” também foram pontos importantes do projeto e do governo na época como um todo.

Todavia, cinco anos após a elevação da marca como lei, houve um esquecimento e abandono dela, contudo, a nova presidente da ANAC, Waleska Bezerra, assumiu seu cargo em 2023 e buscou reativar a marca, assim, saiu o decreto com o comitê e houve a atualização do regulamento de uso da marca. A empresa Miragina, que já tinha autorização antiga, ainda utiliza embalagens da procedência antiga e procurou uma nova adesão reativou. Atualmente não há uma empresa que a utilize oficialmente, porém todos os trâmites foram definidos novamente para a sua reativação em 2024 e será feito um trabalho de demonstração para aderir empresas para exportar seus produtos, significando um recomeço da marca, com perspectivas positivas, mostrando sua utilidade para o empresário acreano, sendo uma marca de referência, procedência e origem.

6 OS IMPACTOS E RESULTADOS DA MARCA

Como foi visto na entrevista, os resultados do projeto que envolvem a marca “Acre Made in Amazonia” aconteceram de forma local: houve a construção de uma Escola de Gastronomia, pesquisas acerca da culinária indígena e eventos gastronômicos para reforçar a culinária acreana, o suporte do governo para artesãos locais e a construção de lojas voltadas para a venda de artesanatos e, na área do design, a formulação de linhas de móveis com exposições no exterior e cursos com profissionais do exterior. Todas essas ações foram resoluções que impactaram apenas dentro do estado e, no máximo, do Brasil.

O Comitê Gestor estabelecido em 2023 buscou formalizar todos os trâmites de adesão e uso da marca, com isso, depois de algumas reuniões, produziram um total de cinco anexos e um manual de uso, que foram disponibilizados a mim por internos da ANAC para a demonstração do processo de entrada de uma empresa como usuária da marca, são eles:

(I): Checklist de documentação a ser enviada à ANAC S.A. para a adesão à marca “Acre Made in Amazonia”;

(II): Minuta de Ofício à ANAC para solicitar adesão à marca “Acre Made in Amazonia”;

(III): Modelo de declaração de não utilização de mão-de-obra de menores;

(IV): Modelo de autorização de uso da marca “Acre Made in Amazonia”;

(V): Minuta de contrato de adesão de uso da marca;

(VI): e o Manual de Uso da Logomarca (2º versão).

No ofício de solicitação de adesão da marca, a empresa demonstra seu interesse no uso da “Acre Made in Amazonia”, afirmando estar enviando todos os treze documentos previstos no primeiro anexo e declarando quais de seus produtos são pretendidos de acrescentar a marca, enviando assim o ofício para a diretora presidente da ANAC. Além disso, a empresa precisa declarar que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e em qualquer trabalho menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz a partir de quatorze anos.

Uma vez aprovado, a ANAC assina uma autorização de uso da marca, sendo o quarto anexo, certificando que a permissionária descrita no documento em questão está autorizada a fazer uso da marca “Acre Made in Amazonia”, e também especifica quais produtos/serviços, linha de produto/serviço ou família de produtos/serviços são permitidos o uso e a validade de tal autorização. Já no contrato de adesão, são identificadas as duas partes contratantes (a permitente e a permissionária) e o objeto do contrato, o qual a permitente autoriza o direito de comercializar os produtos da permitente no Brasil e/ou exterior utilizando da marca “Acre Made

in Amazonia”, desde que sejam originários do estado do Acre e produzidos exclusivamente no estado. No contrato é previsto que a permissionária precisa seguir algumas obrigações, como: utilizar a marca sempre de acordo com o Regulamento de uso da marca vigente, apresentar previamente à permitente seu projeto de embalagens, rótulos e afins para que seja aprovada o uso da marca nas características, dimensões e cores, permitir a vistoria por parte da permitente para verificar se o contrato está sendo devidamente cumprido, e é vedado à permissionária ceder a autorização de uso da marca a qualquer outra pessoa.

Por fim, o Manual de Uso da Marca explica a atual identidade da marca e a forma de utilização do visual da marca, desde suas proporções, dimensionamento, cores, até os usos não admitidos da logomarca. Sobre a identidade, explica-se que a palavra Acre é utilizada para o nome do estado virar marca, valorizando e explanando o Acre para o Brasil e o mundo, já o subtítulo caracteriza a proveniência amazônica dos produtos para os tornar reconhecíveis com diferencial de qualidade e sustentabilidade ambiental, social e econômica.

Os três valores permanentes enfatizados em seu manual: o respeito à floresta e ao meio ambiente, almejando a exploração sustentável e a valorização dos materiais da floresta, juntamente com o reaproveitamento de resíduos sólidos; a inovação social e valorização cultural, realçando o trabalho de produtores locais, criando uma rede de empresas e realizando processos de formação junto com a criação de novos produtos; e a promoção do desenvolvimento econômico a partir da difusão dos produtos acreanos no Brasil e no mundo, gerando emprego e renda para a população da região. A sua logomarca também permanece a mesma desde que foi criada em 2012. É possível observar na Figura 1 a seguir que a palavra Acre é escrita utilizando elementos da cultura indígena e a estrela vermelha é utilizada para representar a estrela da bandeira acreana.



Figura 01 - Logomarca da “Acre Made in Amazonia”

Com toda essa parte burocrática apresentada anteriormente já estabelecida, espera-se que a partir do segundo semestre de 2024, empresários se interessem na adesão da marca para seus produtos e serviços, e cada vez mais o marketing desse projeto para a promoção dos produtos acreanos cresça para uma maior prosperidade econômica do estado do Acre com o alavancamento de seu comércio exterior, desencadeando uma força geopolítica da região mais presente e uma grande representatividade econômica, comercial e cultural do local.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procurou-se criar um conhecimento basilar acerca de diversas características que envolvem a compreensão sobre o estado do Acre e sua geopolítica, desde a sua história como uma região rica em extração da borracha, até a análise de seu perfil exportador e as novas práticas governamentais do século XXI que visam a reconstrução da identidade acreana, tendo uma adesão dos indígenas na história do estado.

Além disso, destacou-se o projeto governamental Acre Design, que criou a marca “Acre Made in Amazonia”, sendo possível ver que, por mais que possuísse um objetivo de incentivar a exportação, seus impactos foram de forma mais locais, contudo, espera-se que o seu retorno com a Comissão Gestora prospere o comércio exterior acreano.

Durante o evento de lançamento do Exporta Mais Amazônia, programa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) que tem o objetivo de impulsionar as exportações de produtos compatíveis com a floresta, o seu atual presidente Jorge Viana afirmou que “não é admissível que a Bolívia exporte 140 milhões de dólares em castanha enquanto a Amazônia exporta apenas 15. Não é aceitável que o Vietnã exporte 600 milhões de dólares em pimenta do reino e, o Brasil apenas 100. Não é compreensível que a Colômbia exporte mais artesanato do que o Brasil” (ApexBrasil, 2023), por isso, esforços para garantir o aumento das exportações brasileiras devem ser feitos, em especial nas regiões Norte e Nordeste, as quais, apesar do enorme potencial, ainda exportam em pequena escala.

Tendo isso em vista, Lobão (2017) sugere que para um crescimento da economia do Acre e fortalecimento de seu poder geopolítico é necessária a adoção de políticas públicas de comércio exterior na região que valorizem a produção interna aos estados, como a criação e o fortalecimento das Zonas de Processamentos de Exportação (ZPE), além disso, a diversificação na pauta exportadora, através da adoção de novos acordos do comércio exterior, especialmente com países fronteiriços, como Peru e Bolívia, voltando o olhar para o Pacífico, é um fator muito importante para a prosperidade da região (LOBÃO, 2017).

O Acre possui um potencial enorme de crescimento de exportação e o incentivo do governo para políticas públicas, como o “Acre Made in Amazonia”, são essenciais para a concretização da prosperidade econômica e melhoria da qualidade de vida como um todo da região e para o Brasil como um todo. Prezando sempre a valorização da cultura indígena, tais políticas podem quebrar as amarras que preconizam o Acre e a região amazônica em um geral, de forma a estimular o desenvolvimento econômico ao mesmo tempo que é necessária a preservação da natureza e de sua biodiversidade tão cobiçada ao olhar internacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACRE, Governo do. Decreto nº 11.285, de 18 de julho de 2023. **Institui o Comitê Gestor Acre Made in Amazonia**. Rio Branco, Acre: Secretaria de Estado da Casa Civil, 2023.

ACRE, Governo do. Lei nº 3.411, de 14 de novembro de 2018. **Institui a marca Acre Made in Amazonia**. Rio Branco, Acre: Secretaria de Estado da Casa Civil, 2018.

Agência de Notícias do Acre. **Governo sanciona lei que institui a marca Acre Made in Amazonia para produtos e serviços acreanos**. Agência de Notícias do Acre, 2018. Disponível em: <https://agencia.ac.gov.br/governo-sanciona-lei-que-institui-a-marca-acre-made-in-amazonia-para-produtos-e-servicos-acreanos/>. Acesso em: 30 nov. 2023

ALBUQUERQUE, Gerson Rodrigues. **História e historiografia do Acre: notas sobre os silêncios e a lógica do processo**. Revista Tropos, ISSN: 2358-212X, volume 1, número 4, edição de dezembro de 2015.

AMIN, Mario Miguel. **A Amazônia na geopolítica mundial dos recursos estratégicos do século XXI**. Revista Crítica de Ciências Sociais. Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, 2015.

ANAC, 2023. **Acre Made in Amazônia**. Agência de Negócios do Estado do Acre S/A. Disponível em: < <https://anac.ac.gov.br/acre-made-in-amazonia-2/> >

ANTONACCI, Maria Antonieta. **Cultura, trabalho, meio ambiente: estratégias de “empate no Acre”**. Revista Brasileira de História 14 (28), 247-67, 1994.

ApexBrasil. **Exporta Mais Amazônia: iniciativa inédita da ApexBrasil é lançada no Acre**. ApexBrasil, 2023. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/exporta-mais-amazonia-iniciativa-inedita-da-apexbrasil-lancada-no-acre.html>. Acesso em: 14 jun. 2024

BEZERRA, Maria José. **Invenções do Acre: de território a Estado - Um olhar social**. São Paulo, 2006.

BRASIL. Comex Stat, 2024. **ComexVis**. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>.

BUSS, Idália Maria dos Santos Dias. **História do Acre: da independência à integração ao território nacional.** O Professor PDE e os Desafios da Escola Pública Paranaense: Produção Didático-Pedagógica Vol. II, 2010.

CAMPOS, Daya de Kassia Pinheiro; MENDES, Francielle Maria Modesto. **Representações sobre a Amazônia brasileira: um estudo sobre o documentário O Acre Existe.** Revista Tropos, ISSN: 2358-212X, volume 6, número 2, edição de Dezembro de 2017

CARMELINO, Ana Cristina; SILVEIRA, Karine. **O Acre existe? Nas desnotícias, não.** Linguagem em (Dis)curso – LemD, Tubarão, SC, v. 16, n. 3, p. 433-448, set./dez. 2016.

CHIARA, Eugenia; SIMONELLI, Giuliano; AURICCHIO, Valentina. **Acre Made in Amazonia, Design for the Development of Sustainable Communities.** Blucher Design Proceedings, v. 9, n.2, 2016.

COELHO, Edinaldo Gonçalves. **Acre, um olhar para as narrativas das ausências.** Amazônica - Revista de Antropologia, volume 15 (1), p. 318 - 322, 2023.

Consolato Generale d'Italia Rio de Janeiro. **MADE IN ITALY - Esporte, Design e Inovação.** Consolato Generale d'Italia Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://consriodejaneiro.esteri.it/br/chi-siamo/la-sede/polo-cultural-italianorio/made-in-italy-esporte-design-e-inovacao/>. Acesso em: 14 mai. 2024

FREITAS, Jorge Manuel da Costa. **A Escola Geopolítica Brasileira.** Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 2004.

G1 ACRE. **Governo cria marca Acre Made in Amazonia para produtos do estado.** G1 Globo, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2018/11/24/governo-cria-marca-acre-made-in-amazonia-para-produtos-do-estado.ghtml>. Acesso em: 30 nov. 2023

LOBÃO, Mário Sérgio Pedroza, *et al.* **Região Norte do Brasil e sua inserção no comércio internacional brasileiro.** INTERAÇÕES, Campo Grande, MS, v. 18, n. 2, p. 87-102, abr./jun. 2017.

MACCIO, Daniela. **Projeto Acre Design está em última etapa.** Móveis de Valor, 2016. Disponível em: <https://www.moveisdevalor.com.br/portal/terceira-etapa-do-projeto-acre-design-avanca>. Acesso em: 30 nov. 2023

PIMENTA, José. **A história oculta da floresta: Imaginário, conquista e povos indígenas no Acre.** Linguagens Amazônicas, nº 2: 27-44, 2003.

PIMENTA, José. **O Amazonismo Acriano e os povos indígenas: revisitando a história do Acre.** *Amazôn., Rev. Antropol.* (Online) 7 (2): 327-353, 2015.

Rede de Agricultura Sustentável. **Acre Made in Amazônia Design: economia sustentável com identidade.** Rede de Agricultura Sustentável, 2018. Disponível em: <https://www.agrisustentavel.com/floresta/moveis-do-acre.html>. Acesso em: 30 nov. 2023

REVISTA USE. **Acre, Made in Amazônia promove economia sustentável com identidade cultural.** Revista Use, 2016. Disponível em: <https://revistause.com.br/acre-made-in-amazonia-promove-economia-sustentavel-com-identidade-cultural/>. Acesso em: 30 nov. 2023

RICARDO, Jonathan Guedes da Silva. **Teoria das Relações Internacionais e o Contexto da Détente na Guerra Fria: Novas Abordagens a Partir do Neoliberalismo, Marxismo e Neorrealismo.** Revista eletrônica Estácio Recife Edição Especial de Relações Internacionais. Vol. 5, Nº 1, 2019.

RODRIGUES, Bernardo Salgado. **Balances e Perspectivas Para Uma Geopolítica Brasileira Soberana: Revisitando os Clássicos Para Compreender o Presente.** Os Estudos de Defesa e o Bicentenário da Independência do Brasil. XII Encontro Nacional da Associação Brasileira de Estudos de Defesa. Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2022.

SANTOS, Cleide. **Agência de Negócios estuda retomada da marca Acre Made in Amazonia.** Agência de Notícias do Acre, 2023. Disponível em: <https://agencia.ac.gov.br/agencia-de-negocios-estuda-retomada-da-marca-acre-made-in-amazonia/>. Acesso em: 30 nov. 2023

TREVISAN, Laís Viera, *et al.* **Análise empírica do padrão de especialização do comércio internacional do estado do Acre (1999-2016).** COLÓQUIO – Revista do Desenvolvimento Regional - Faccat, Taquara/RS, v. 16, n. 1, 1, jan./jun. 2019.

WALTZ, Kenneth N. **Teoria das Relações Internacionais.** Lisboa, Gradiva, Cap. 5, 2002.