

Capítulo 8

Da Prensa para a Imprensa: Representações da Farinha de Cruzeiro do Sul em Jornais Acrianos

Priscila Viudes, Diva da Conceição Gonçalves

Introdução

A farinha de Cruzeiro do Sul é um produto tradicionalmente produzido na região do Juruá e bastante conhecido no mercado do Acre e de outras localidades do Brasil. Esse alimento apresenta qualidade diferenciada devido ao sabor, textura crocante e um modo de fazer artesanal particular da região. Devido a essas características, desde muito cedo a farinha de Cruzeiro do Sul ganhou notoriedade entre a população e visibilidade na imprensa acriana.

Nas páginas de jornais locais recebe tratamento de celebridade: manchetes enaltecem a sua qualidade, matérias noticiam acordos entre instituições e a realização de eventos sociais e culturais tendo como tema a farinha de Cruzeiro do Sul, entre eles a escolha da Rainha da Farinha. Esses fatores evidenciam um entrelaçamento material e simbólico ao nome desse produto e a sua participação no cotidiano social.

Os meios de comunicação são importantes fontes históricas e podem ajudar a compreender não só o contexto dos acontecimentos, mas também o valor de determinados aspectos da sociedade. Este capítulo analisa conteúdos midiáticos relacionados à farinha de Cruzeiro do Sul veiculados em três jornais impressos, sendo um do século 20 e dois de período mais contemporâneo, de circulação nos municípios de Cruzeiro do Sul e Rio Branco, no Acre.

O objetivo é identificar as representações sociais construídas pela mídia em torno desse produto tradicional da Regional do Juruá. Não se pretende, todavia, fazer uma pesquisa histórica sobre a produção de farinha de mandioca no contexto acriano, e sim mostrar que o assunto também é abordado por uma importante fonte histórica: a imprensa.



Ao reforçar a notoriedade da farinha de Cruzeiro do Sul, a mídia ajuda a construir significados para a sociedade, uma vez que os valores atribuídos a determinado produto, pela mídia e pela comunidade, são importantes para o processo que culminou com a obtenção da indicação geográfica. Assim, os meios de comunicação de massa produzem e veiculam símbolos e sentidos que interferem na estruturação e organização da percepção da realidade, pelos indivíduos. Se por um lado a mídia permite dar visibilidade a atores e processos sociais, além de produtos e artefatos, por outro contribui para a construção de representações sociais e significados em torno daquilo que é divulgado.

No contexto historiográfico, o papel da imprensa como fonte histórica ganhou peso com os teóricos da Nova História, corrente que defende a pluralidade de fontes e a história “vista de baixo”, sob novas perspectivas. A Escola de Anais, movimento historiográfico iniciado a partir da década de 1930, na França, incorporou métodos das Ciências Sociais e assim jornais, revistas e programas televisivos passaram a compor estudos históricos que, aliados a fontes orais e a outras fontes materiais, como objetos e filmes, têm ajudado a revelar o contexto dos acontecimentos.

“A escolha de um jornal como objeto de estudo justifica-se por entender-se a imprensa fundamentalmente como instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social; nega-se pois, aqui, aquelas perspectivas que a tomam como mero ‘veículo de informações’, transmissor imparcial e neutro dos acontecimentos, nível isolado da realidade político-social na qual se insere (CAPELATO; PRADO, 1980, p. 19).

Embora seja consenso no campo acadêmico da comunicação a capacidade da imprensa para criar realidades, é importante destacar que a força da mídia consiste em um poder simbólico que, segundo Bourdieu, “é exercido com o consentimento do indivíduo, como uma espécie de chancela social” (BOURDIEU, 2003, p. 8). Assim, os meios de comunicação constroem realidades simbólicas que tentam expressar determinadas “verdades” por via do discurso midiático.

Do ponto de vista histórico, os conteúdos dos jornais revelam não só a trajetória da farinha de Cruzeiro do Sul, mas também fragmentos da realidade social e econômica da população da Regional do Juruá, situados em dois contextos temporais distintos. Já o viés midiático aciona valores de caráter social e material,

nas representações de um produto regional, configurados em diferentes narrativas.

Em termos gerais, a verdade possui valor simbólico, fruto da subjetividade social, portanto, construída no plano da abstração. Na visão foucaultiana, a verdade resulta de vários discursos e estes, por sua vez, são produzidos socialmente:

“O discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si (FOUCAULT, 1996, p. 40).”

A partir dessa exposição de Foucault entende-se o discurso midiático como prática social dotada de representações distintas da realidade, considerando o indivíduo como sujeito ativo, capaz de interpretar, (res)significar e colocar em circulação os conteúdos veiculados pela mídia. Tal compreensão articula-se ao pensamento de Pena sobre a capacidade da mídia de direcionar o discurso social:

“Consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas (PENA, 2005, p. 142).”

Esse pensamento remete ao conceito de agendamento, preconizado pela *Agenda Setting*, teoria da comunicação de origem norte-americana que estuda os efeitos da mídia no cotidiano das pessoas e na formação da opinião pública. De acordo com essa corrente de investigação, a imprensa tematiza os diálogos sociais, como destaca Barros Filho, “sugerindo aos receptores a seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (BARROS FILHO, 2001, p. 169). Assim, a mídia constrói realidades e representações sociais, contribuindo para difundir valores que, muitas vezes, se cristalizam no imaginário coletivo. A farinha de Cruzeiro do Sul é um exemplo de como a imprensa pauta a opinião pública e esta, por sua vez, direciona abordagens midiáticas.

No contexto das sociedades industriais e pós-industriais as representações sociais assumem um caráter móvel, plástico e circulante. Ao mesmo tempo em que surgem, podem desaparecer em diversos campos (político, religioso, científico, cultural entre outros), e enquanto umas

ganham força e se sedimentam com o tempo, outras não se sustentam. Moscovici estudou esse caráter dinâmico das representações sociais, tendo como base a Psicologia Social. Na concepção desse autor, as representações sociais são “[...] fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar – um modo que cria tanto realidade quanto senso comum” (MOSCOVICI, 2003, p. 49). Nesse aspecto, os meios de comunicação de massa se colocam como importante componente sociocultural na teoria das Representações Sociais, ajudando a acelerar essa tendência social de construir, continuamente, significados e visões de mundo.

A presença marcante da farinha de Cruzeiro do Sul em jornais impressos, já no início do século 20, confirma a relação entre uma identidade construída de forma coletiva pela mídia e corroborada pela sociedade, que retrata esse produto como artefato regional de características peculiares, detentor de valor econômico e de perspectivas promissoras de desenvolvimento local. Nesse aspecto, tais representações agregam também uma memória social, uma vez que constituem operações narrativas que se constroem a partir do que é dito sobre algo ou alguma coisa e, nesse caso, sobre a farinha de Cruzeiro do Sul.

Aspectos metodológicos

O *corpus* da pesquisa é composto por notícias, notas e anúncios divulgados no jornal impresso “O Cruzeiro do Sul”, entre 1906 e 1912, e por matérias e notas veiculadas nos jornais “Voz do Norte” e “A Gazeta”, no período de 1999 a 2003. Foram analisadas 47 inserções, sendo 28 veiculadas no Jornal “O Cruzeiro do Sul” e 18 publicadas nos jornais “Voz do Norte” e “A Gazeta”.

O jornal “O Cruzeiro do Sul” era o órgão de comunicação oficial do então Departamento do Alto Juruá, com sede em Cruzeiro do Sul. Já o jornal “Voz do Norte” surgiu bem mais tarde e se constituiu como principal veículo impresso daquele município, inicialmente com edição semanal e, posteriormente, diária. A análise do jornal “A Gazeta”, veículo de circulação diária na capital acriana, Rio Branco, proporcionou uma visão mais atual sobre como a farinha de Cruzeiro do Sul é representada pela mídia.

Vale ressaltar que a definição do recorte temporal se baseou em fatores que se apresentam imbricados no processo histórico de consolidação da farinha de Cruzeiro do Sul como importante produto mercadológico. Assim, a escolha dos intervalos de tempo considerou, principalmente, os contextos agrícola, econômico e político da região, além de aspectos culturais.

No início do século 20, a Regional do Juruá representava um importante polo produtor de látex, matéria-prima utilizada na produção de borracha, atividade que movimentava os mercados brasileiro e internacional. Em relação ao segundo período (1999 a 2003), sua relevância se justifica por uma série de ações governamentais realizadas por meio da então Secretaria de Produção (Sepro), que reforçam a importância de aspectos contextuais na construção das representações sociais da farinha de Cruzeiro do Sul. Embora a tradição de se produzir uma farinha artesanal com características particulares seja antiga na Regional do Juruá, esse ideário de produto com diferencial mercadológico e forte apelo cultural ganhou maior visibilidade a partir de 1999, quando o governo do Acre passou a investir no fortalecimento da cultura da mandioca e na organização e readequação das estruturas de produção (casa de farinha) com o objetivo de melhorar as condições de fabricação, a qualidade do produto e a sua comercialização. Tais acontecimentos pautaram a imprensa da época, cujas narrativas mesclam contexto político a aspectos econômicos e socioculturais nas abordagens sobre a farinha de mandioca.

O acesso aos jornais do início do século 20 foi realizado por meio do arquivo digitalizado de periódicos da Biblioteca Nacional, a Hemeroteca Digital Brasileira, via rede mundial de computadores (internet). Para a pesquisa dos jornais

atuais foi consultado o acervo físico de jornais do Museu da Borracha, em Rio Branco, AC.

A escolha do que é notícia revela como as pessoas percebem a realidade e, nesse caso, que sentidos e representações são construídos e atribuídos à farinha de Cruzeiro do Sul por meio do discurso da mídia. Para tanto, recorre-se à análise de conteúdos e das abordagens do tema em jornais impressos, considerando tanto o direcionamento do texto jornalístico como os títulos e manchetes das matérias, aspectos que, segundo Luca, podem explicar a presença de um fato ou produto na mídia:

“O pesquisador dos jornais e revistas trabalha com o que se tornou notícia, o que por si só já abarca um espectro de questões, pois será preciso dar conta das motivações que levaram à decisão de dar publicidade a alguma coisa. Entretanto, ter sido publicado implica atentar para o destaque conferido ao acontecimento, assim como para o local em que se deu a publicação: é muito diverso o peso do que figura na capa de uma revista semanal ou na principal manchete de um grande jornal matutino e o que fica relegado às páginas internas (LUCA, 2005, p. 139-140).”

O discurso dos jornais analisados coloca em evidência uma diferenciação atribuída à farinha de Cruzeiro do Sul. Esse diferencial também está presente em concepções e valores formulados pelos indivíduos, como defende Wolf: “as pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (WOLF, 2002, p. 144). Nesse aspecto, o que a sociedade fala sobre a farinha de Cruzeiro do Sul consagra ao produto a ideia de marca regional, aspecto que foi importante para o processo de obtenção da indicação geográfica.

Na análise do material jornalístico busca-se identificar ideias-chave que norteiam a construção de representações sociais da farinha de Cruzeiro do Sul. Destacam-se, especialmente, o valor social, os contextos econômico e político e a cultura local, procurando evidenciar como tais aspectos vinculam-se a esse processo.

No pretérito: jornal O Cruzeiro do Sul

Órgão de imprensa oficial do Departamento do Alto Juruá, no início do século 20, o jornal “O Cruzeiro do Sul” reportava atos da prefeitura, editais e notícias da época. Dentre os temas abordados figurava a farinha de mandioca produzida por agricultores dos diversos municípios que formam a região do Juruá. Por suas

particularidades, ainda hoje esse produto pauta, de forma recorrente, os jornais locais.

Do material publicado nesse periódico, entre 1906 e 1912, emerge um número abundante de citações da farinha de mandioca. Considerado um importante alimento da população local, sua fabricação manteve-se como atividade tipicamente familiar, embora o processo tenha sido aperfeiçoado com o tempo.

Além da forte presença da farinha de mandioca nas páginas desse periódico, a análise do conteúdo midiático revelou vínculos distintos do produto com o cotidiano social. Observa-se, ainda, uma estreita relação do sistema de produção e de aspectos econômicos, políticos e culturais com as diferentes representações sociais da farinha de Cruzeiro do Sul, tendo o discurso midiático como referência (Figura 1).

Do total de 28 inserções analisadas, 32% destacavam a produção local de farinha de mandioca e 25% mencionavam a importação do alimento de Manaus, AM. Cruzeiro do Sul mantinha uma forte ligação comercial com a capital manauara, pelo Rio Juruá, e com o crescimento dos seringais da região, o consumo de farinha aumentava. Era comum a vinda de produtos de Manaus, incluindo a farinha de mandioca.

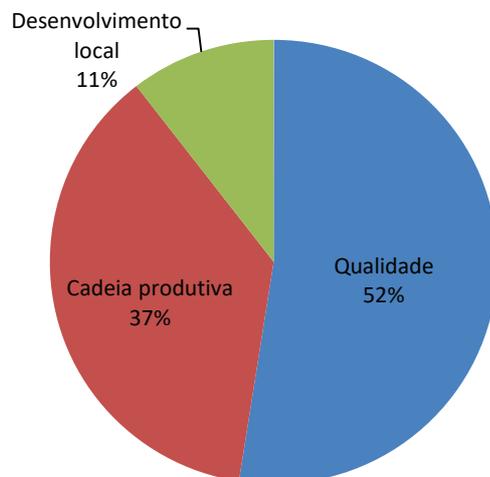
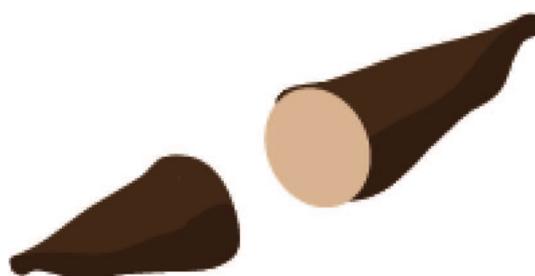


Figura 1. Principais enfoques relacionados à farinha de mandioca encontrados nas notícias do jornal "O Cruzeiro do Sul".

A presença do tema farinha de mandioca em editais e anúncios demonstra a importância do produto para a alimentação da população e para a economia local, além da sua participação também no contexto político-administrativo. Esse produto figurava no rol dos principais alimentos da região, ao lado do arroz, batata, café e carne verde (carne fresca de porco).

Anúncios da empresa "A Casa do Barateiro", publicados em 1906, já mencionavam o consumo de farinha de mandioca. A notícia "Boas pilherias", publicada na edição de 29 de julho do mesmo ano, também destaca a fabricação desse produto (Figura 2).



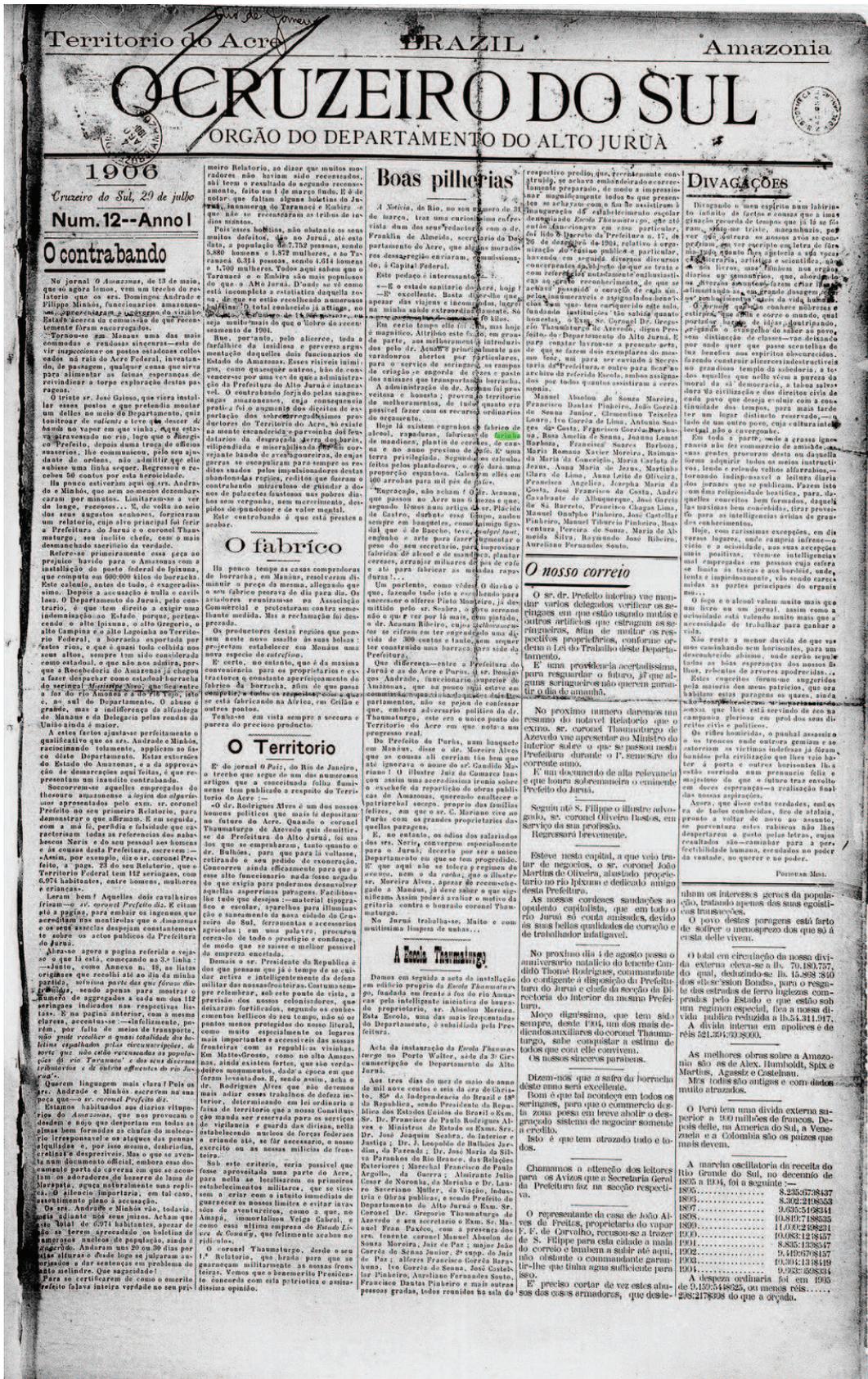


Figure 2. Article Boas pílhérias, do jornal "O Cruzeiro do Sul".
 Fonte: Boas pílhérias (1906, p. 1).

O texto referenciado informa sobre uma entrevista do secretário do então Departamento do Acre, Franklin de Almeida, concedida ao jornal “A Notícia”, do Rio de Janeiro. Replicada no jornal “O Cruzeiro do Sul”, edição do dia 29 de julho de 1906, a notícia aponta aspectos da produção do Acre:

“Hoje lá existem engenhos de fabrico de álcool, rapadura e farinha de mandioca, plantio de cereais, de cana e no ano próximo de café. É uma terra abençoada! (ALMEIDA, 1906, p. 1).”

A importância da produção de farinha de mandioca para o Juruá também funciona como elemento acionador do discurso midiático. Na edição número 46, de 2 de julho de 1907, a manchete “Comissão de Obras Federais” destaca a instalação de uma casa de farinha, dentre outros empreendimentos da Comissão de Obras Federais, que atuava na região. O texto também mostra que a produção agrícola era incentivada pelo poder público, que oferecia não só a infraestrutura física como também concessões de áreas rurais para uso na agricultura. Essa era uma prática comum do governo da época, adotada como estratégia de ocupação territorial,

com o objetivo de reduzir os vazios demográficos da região. Esse aspecto também fica evidente na notícia publicada na edição de 21 de abril de 1907, que informa sobre a concessão de lotes públicos, pela prefeitura de Cruzeiro do Sul, para a produção agrícola.

Nos conteúdos analisados, a mandioca é sempre citada como um produto com grande potencial de cultivo e a produção de farinha como uma atividade promissora para a região.

“Nos arredores da cidade existem terras magnificamente situadas que se prestam a qualquer espécie de cultura, a poucos minutos da cidade, onde qualquer homem trabalhador pode levantar sua barraca, formar seu roçado, montar sua casa de farinha e em pouco tempo ter um pequeno comercio garantido e lucrativo. [...]. Nesta cidade de homens que podem entregar-se de corpo e alma ao cultivo da terra e pelo milagre do trabalho adquirir relativa independência. A prefeitura dá-lhes terras por cinco anos, sem o menor ônus, com a condição de cultivá-la, formando sua lavoura que supra as necessidades de consumo da população, fornecendo-lhes o feijão, a farinha, o milho que vem de Manaus, os legumes que não temos (CONCESSÃO DE LOTES PÚBLICOS, 1907, p. 2).

É interessante observar o tom enaltecedor do potencial agrícola da região, as vantagens oferecidas como incentivo aos interessados em receber os lotes, assim como a ênfase na importação de gêneros alimentícios de Manaus.

Outra referência à importância da produção de farinha para os habitantes da região pode ser constatada na Ata da 16ª reunião da Associação Agrícola do Juruá, publicada na edição de 8 de

janeiro de 1911. O texto traz informações sobre a organização dos agricultores em associação de classe, o que pode ser considerado um avanço para a época, mas, principalmente ressalta o valor social e econômico da farinha de Cruzeiro do Sul.

Passou-se a ordem do dia, houve em seguida comunicações e propostas. [...] trazendo no estabelecimento da associação a notícia da grande abundância de farinha de mandioca produzida nos seringais do Alto Juruá, segundo testemunhos, a ponto de paralizar por completo a importação deste gênero de alimentação local; [...] (ASSOCIAÇÃO..., 1911, p. 3).

O lugar da farinha de mandioca nas atividades produtivas do Juruá também é destacado em um relato de viagem do oficial do gabinete do prefeito, Fran Paxeco, intitulado "Uma viagem útil", publicado em 1906:

No dia 19, de manhã, Fran Paxeco e sua comitiva foram de passeio ao sítio do Sr. Ponciano de Oliveira, que é um extensa terra firme onde cultiva café, fumo, mandioca, etc e no fabrico de assucar, caxaça e farinha (sic) (PAXECO, 1906, p. 2-3).

Apesar da produção de farinha ser destaque na maioria das notícias analisadas, nota-se uma frequente abordagem sobre a importação do produto do Estado do Amazonas, mais precisamente da cidade de Manaus. Esse fator indica que a produção local seria insuficiente para atender ao mercado interno da época. Nesse contexto de limitações, o fortalecimento da atividade agrícola era uma das principais reivindicações do Congresso Agrícola do Alto Juruá, instalado pela Associação Comercial do Alto Juruá. Uma matéria divulgada na edição do dia 2 de agosto de 1912 noticiou a criação do órgão, com destaque para a preocupação com o "Desenvolvimento da agricultura e os meios de evitar a importação de farinha, milho, feijão, tabaco e cachaça" (ASSOCIAÇÃO..., 1912, p. 2).

A análise do material jornalístico do início do século demonstra que nesse período a produção de farinha de mandioca já era praticada por seringueiros, que trouxeram essa tradição do Nordeste brasileiro e adaptaram o processo de fabricação às condições locais. No entanto, durante muito tempo a farinha produzida no Juruá, que mais tarde ganharia uma identidade própria, teve uma produção incipiente, disputando espaço na mesa dos consumidores com a farinha trazida de Manaus.

O modo de fazer farinha, trazido pelos nordestinos, encontrou no Juruá um contexto cultural propício para o desenvolvimento de um saber tradicional. O contato interétnico entre bolivianos, nordestinos, indígenas e manauaras possibilitou um ambiente de troca de

conhecimentos, que pode ter agregado diferentes técnicas ao fabrico dessa farinha. Acredita-se que esse diálogo intercultural influenciou sobremaneira aspectos diversos do cotidiano da população da Regional do Juruá e, em relação à farinha de mandioca, não poderia ser diferente.

Principais abordagens na atualidade

A farinha de Cruzeiro do Sul continua a pautar a imprensa na atualidade. A análise de conteúdo dos jornais “Voz do Norte” e “A Gazeta” mostrou que o processo de visibilidade do produto aciona distintas abordagens (Figura 3), todas elas marcadas por uma forte conotação política.

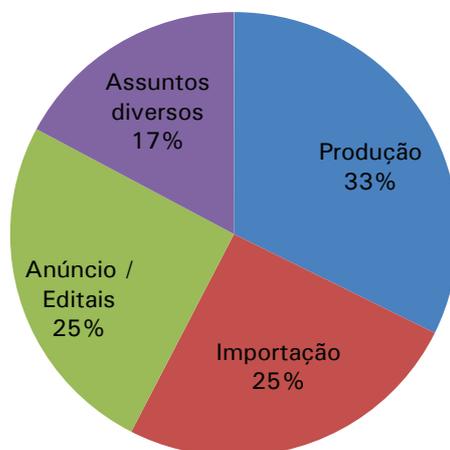


Figura 3. Categorização das matérias jornalísticas que abordam a farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul.

Do total de 18 matérias analisadas, 55% destacam a qualidade da farinha de Cruzeiro do Sul, 37% informam sobre fatos relacionados à cadeia produtiva da mandioca e 10% relacionam o produto como fator de desenvolvimento da região.

Uma matéria publicada no jornal "Voz do Norte", no dia 3 de agosto de 2000, traz um exemplo clássico de abordagem enaltecida da qualidade do produto e do seu potencial econômico para o Juruá (Figura 4).



Figura 4. Notícia destaca farinha de Cruzeiro do Sul como "a melhor do Brasil", no jornal "Voz do Norte".

Fonte: Farinha (2000, p. 7).

Na matéria publicada observa-se forte tendência em ressaltar a qualidade da farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul e o seu potencial econômico. Esse enfoque é corroborado pelos depoimentos dos agricultores rurais que figuram como fonte nas matérias jornalísticas.

A produção de sentidos em torno da farinha de Cruzeiro do Sul, baseada em um padrão de qualidade, aparece como aspecto norteador do discurso midiático de matérias publicadas tanto no jornal "Voz do Norte" como no periódico "A Gazeta" (Figura 5).

Rio Branco (AC) domingo 27 e segunda-feira 28 de abril de 2003

ECONOMIA

A GAZETA C1

Farinheiros do Juruá garantirão qualidade do produto

JURACY XANGAI
Free lance para A GAZETA

Garantir maior capacidade de produção tradicional farinha de Cruzeiro do Sul com qualidade e higiene é o objetivo com que vem sendo implantado no Acre o Programa do Alimento Seguro (PAS), pioneiro na Amazônia. Para isso, três especialistas de Brasília estiveram visitando durante toda esta semana as casas de farinha de Cruzeiro do Sul, Mâncio Lima e demais cidades produtoras.

O agrônomo Fernando Antônio Viga Magalhães, coordenador Nacional do Programa do Alimento Seguro esclareceu que "a segurança alimentar é um programa que foi instituído há cinco anos no Brasil. Assim toda e qualquer indústria de alimentos, até um carrinho de cachorro quente, está submetido a ele, pois está provado que grande parte de nossas doenças é causada por alimentos contaminados quimicamente ou por micro organismos". Acrescentou que o Acre não foi escolhido por acaso, mas principalmente porque aqui já vinha sendo desenvolvido um programa de apoio à modernização da produção de farinha, que é um dos produtos mais tradicionais do país".

De fato, 120 casas de farinha de dez por doze metros quadrados foram instaladas no Vale do Juruá e outras 171 estarão sendo instaladas neste ano que vem graças aos recursos liberados pela Suframa (R\$ 2,2 milhões que já estão em caixa) para bancar a segunda fase deste projeto. Estão prontas seis casas de farinha em Feijó, 13 em Tarauacá, 15 em Mâncio Lima, 53 em Rodrigues Alves, 3 em Marechal Thaumaturgo, 10 em Porto Walter e 71 em Cruzeiro do Sul.



Produtores de farinha recebem treinamento para garantir a qualidade do produto; consumidor sai ganhando

Cuidados básicos de higiene com o produto

Contrariando o entendimento geral de que para preparar alimentos basta haver uma sala azulejada e que esteja equipada com máquinas de última geração para garantir uma produção de alimentos, mas nada substitui os cuidados básicos de higiene que cada tipo de serviço exige". Ele fez uma ressalva que serve de alerta aos demais setores: "O PAS não vai conceder qualquer certificação a estabelecimentos que não tenham condições mínimas de higiene e que já trabalhou durante 26 anos assessorando empresas produtoras de alimentos, de que tem as pessoas". De acordo com dados do IBGE os agricultores acreanos la às exigências das grandes redes de supermercado do centro-sul do Brasil e at

Treinamento específico garante qualidade

Para garantir que durante a fase de produção a farinha não fique contaminada com

Figura 5. Notícia destaca a qualidade da farinha de Cruzeiro do Sul, no jornal "A Gazeta".
Fonte: Xangai (2003, p. C1).

Os conteúdos midiáticos mostram que as representações sociais em torno da farinha de Cruzeiro do Sul estão fortemente associadas a um diferencial de qualidade, fator que contribui para

a construção da ideia de valorização comercial. Tal sentido é enfatizado tanto pelo discurso de instituições como de indivíduos (comerciantes, agricultores e consumidores), presente nas narrativas

mediáticas, evidenciando vínculos cotidianos ao processo de construção das representações sociais. Essa discursividade cria um retrato favorável à farinha de Cruzeiro do Sul, em termos comerciais e sociais, a partir do sentido de valor, construído em função de uma qualidade diferenciada, convencionada midiática e socialmente como inerente a esse produto.

Uma segunda abordagem identificada coloca como eixo do discurso da mídia a cadeia produtiva da mandioca, incluindo também eventos relacionados à farinha de Cruzeiro do Sul. Tais conteúdos misturam relações comerciais e tradições culturais, aspectos especialmente destacados em matérias que versam sobre a exposição da farinha de Cruzeiro do Sul em eventos de cunho econômico e cultural como a Flora e o Festival da Farinha (Figuras 6 e 7).



Figura 6. Notícia sobre o Festival da Farinha, no jornal "Voz do Norte".
Fonte: Festival... (1999, p. 12).



Figura 7. Notícia sobre o evento "VI Flora", em Rio Branco, no jornal "Voz do Norte".
Fonte: Casavaj... (1999, p. 6).

Como se observa, a farinha de Cruzeiro do Sul figura como protagonista de eventos tradicionais da região do Juruá, um deles com direito à escolha da "Rainha da Farinha". Assim, a análise dos conteúdos publicados revela um embricamento do produto na economia, na vida social e na cultura local.

Por último, identifica-se no discurso midiático uma tendência de relacionar a farinha de mandioca ao desenvolvimento

local, entretanto, apenas duas matérias recorrem a essa abordagem. Esse resultado demonstra maior ênfase da imprensa na qualidade do produto e na cadeia produtiva da mandioca, confirmando os vínculos das representações sociais da farinha de Cruzeiro do Sul com aspectos econômicos e socioculturais.

Conclusão

A pesquisa sobre as representações sociais da farinha de Cruzeiro do Sul, construídas no discurso de jornais acrianos, revelou a mídia como elemento essencial na construção de uma identidade farinheira dos agricultores do Juruá e na produção de sentidos atribuídos a esse produto. Os conteúdos veiculados possibilitam identificar indícios de como a comunidade percebe a farinha de Cruzeiro do Sul e, em alguma medida, a si mesma, uma vez que a mídia reproduz representações sociais a partir também do contexto em que está inserida.

O discurso midiático situa a farinha de Cruzeiro do Sul como elemento integrante do cotidiano da população do Juruá. Sua notoriedade expressiva exerce papel predominante na construção de sentidos pela mídia e pela sociedade. Os diferentes vínculos desse produto com a população e com a própria região, identificados nas narrativas, corroboram com a obtenção da indicação geográfica pela farinha de Cruzeiro do Sul, pois retratam seu papel central na identidade da comunidade.

Assim, a mídia reproduz e confirma um discurso que coloca a farinha de Cruzeiro do Sul em evidência, entretanto, essa visibilidade midiática do produto também revela anseios da sociedade, expressos em forma de reivindicações de melhorias na produção agrícola. Ao mesmo tempo,

coloca a farinha de Cruzeiro do Sul como uma espécie de promessa para a “redenção econômica” do Juruá, apesar da região apresentar outras possibilidades produtivas. Nesse sentido, o discurso midiático expressa tanto um caráter simbólico, contido nas aspirações da população de ter representada nesse produto uma identidade regional, como uma dimensão material, evidenciada principalmente pelo enaltecimento da farinha de Cruzeiro do Sul como produto comercial e dos seus atributos mercadológicos.

Em um primeiro momento, percebe-se que a história da farinha de Cruzeiro do Sul é marcada por uma trajetória de grandes dificuldades enfrentadas pelos agricultores e pela população em geral, seja pelas limitações na produção ou devido à escassez do produto no mercado. Também se depreende que a ideia de sucesso vinculada ao produto é construída lentamente e, nesse processo, o papel relevante da mídia é indiscutível. Posteriormente, as narrativas midiáticas revelam elementos que atribuem à farinha de Cruzeiro do Sul um caráter regional, sempre destacando o seu potencial mercadológico, vinculado à perspectiva de desenvolvimento local. Tal sentido é constantemente reforçado, de forma direta ou subliminar, por narrativas que retratam o produto como uma espécie de alavanca para o desenvolvimento do Juruá.

Se por um lado as distintas abordagens midiáticas revelam fragilidades econômicas e estruturais da cadeia produtiva da mandioca no Juruá, por outro, abnegando das lacunas e incompletudes locais, acionam a força da cultura regional como signo matriz na construção de representações da farinha de Cruzeiro do Sul, particularmente, de uma identidade farinheira para a região. Isso implica reconhecer que nesse processo a economia, o desenvolvimento e a cultura local não podem ser considerados de forma dissociada, mas como elementos interligados e estruturantes de uma discursividade que confere sentidos e delega representatividade a esse produto.

Referências

- A CASA do Barateiro. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, p. 4, 15 jun. 1906.
- ALMEIDA, F. de. [Entrevista concedida ao jornal A Notícia, do Rio de Janeiro, apontando aspectos da produção do Acre]. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, ano 1, n. 12, p. 1, 27 jul. 1906.
- ASSOCIAÇÃO AGRÍCOLA DO JURUÁ. Ata da 16ª reunião. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, p. 3, 8 jan. 1911.
- ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO ALTO JURUÁ. [Matéria sobre a criação do órgão]. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, p. 2, 2 ago. 1912.
- BARROS FILHO, C. de. **Ética na Comunicação**: da informação ao receptor. São Paulo: Moderna, 2001.
- BOAS Pilherias, **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, ano 1, n. 12, p. 1, 27 jul. 1906.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; Lisboa: Difel, 2003.
- CAPELATO, M. H.; PRADO, M. L. **O Bravo matutino (imprensa e ideologia no jornal "O Estado de São Paulo")**. São Paulo: Alfa-Ômega, 1980.
- CASAVAJ expõe produtos regionais na VI Flora em Rio Branco. **Voz do Norte**, Cruzeiro do Sul, p. 12, 25 nov./3 dez. 1999.
- COMISSÃO de Obras Federais. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, p. 1, 2 jul. 1907.
- CONCESSÃO de Lotes Públicos. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, p. 2, 21 abr. 1907.
- CONGRESSO Agrícola, Industrial e Comercial. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, p. 1, 2 ago. 1912.
- FARINHA de Cruzeiro do Sul: a melhor do Brasil, **Voz do Norte**, Cruzeiro do Sul, p. 7, 26 jul./3 ago. 2000.

FESTIVAL da Farinha prestigiou o mais importante produto econômico da região, **Voz do Norte**, Cruzeiro do Sul, p. 6, 1-7 set. 1999.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 3. ed. Tradução: L. F. de A. Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.

LUCA, T. R. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, C. B. (Org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2005.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.

PAXECO, F. Uma Viagem útil. **O Cruzeiro do Sul**, Cruzeiro do Sul, p. 2-3, 28 set. 1906.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

XANGAI, J. Farinheiros do Juruá garantirão qualidade do produto. **A Gazeta**, p. C1, 27-28 abr. 2003.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2002.

