

## O Acre existe? Variações e Perspectivas midiaticizadas<sup>1</sup>

Giselle Xavier d'Ávila LUCENA<sup>2</sup>

José Márcio Pinto Moura BARROS<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

### RESUMO

Este artigo compõe uma pesquisa em curso sobre interações midiaticizadas em torno de representações encontradas na internet, que negam ou afirmam a existência do Estado do Acre. A finalidade da etapa aqui apresentada é realizar um estudo exploratório e descrever o objeto de pesquisa, identificando algumas das evidências desta representação, conforme busca livre em redes sociais, como Twitter, Facebook e Orkut, além de blogs e portais de notícias. Propõe-se problematizar possíveis abordagens à luz de conceitos de midiaticização e das dinâmicas das redes sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Interação; midiaticização; representação; Acre.

### Apresentação

Na primeira semana de dezembro de 2011, o portal de notícias da Rede Globo - G1, enviou uma repórter ao Acre para fazer uma reportagem sobre a inauguração do primeiro shopping do Estado. Tão logo a notícia se espalhou pela internet, uma série de comentários e manifestações descontextualizadas também surgiu na rede. Com a repercussão da notícia, o nome do Estado do Acre ficou em primeiro lugar na lista de Trending Topics Brazil (TT)<sup>4</sup>, do Twitter. As notícias veiculadas pelo G1 foram recomendadas mais de 15 mil vezes no Facebook. O Observatório da Imprensa também se envolveu na questão e publicou em seu boletim um comentário sobre a reportagem e sua repercussão. Afinal, não tardou para que a afirmativa de que “o Acre não existe” e outras demonstrações de negação e preconceito também surgissem.

Entre as diversas plataformas de compartilhamento e troca de conteúdos e informações na internet, a afirmação categórica de que “o Acre não existe” pode ser encontrada de formas quantitativa e qualitativamente importantes. Seja no Orkut e suas comunidades; seja nas páginas e post no Facebook e no Twitter; seja em blogs e em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Comunicação Social da PUC Minas, email: [gisellelucena@gmail.com](mailto:gisellelucena@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Mestrado em Comunicação Social da PUC Minas, email: [jmbarros.bh@gmail.com](mailto:jmbarros.bh@gmail.com)

<sup>4</sup> Os Trending Topics (TT) compõem a lista dos assuntos mais falados e comentados no Twitter naquele momento.

comentários de notícias em portais jornalísticos; seja, ainda, em revistas de circulação nacional, como a Rolling Stone que, em sua primeira edição brasileira, produziu uma matéria intitulada “Acre’n’roll”, sobre a música no Acre, e começou com a exclamação: “Pois é, existe!”.

Este artigo compõe uma pesquisa em curso sobre as interações midiáticas que envolvem esta representação propagada e difundida na internet. A finalidade da etapa aqui apresentada é realizar um estudo exploratório e descrever o objeto de pesquisa, identificando algumas das evidências desta representação, conforme busca livre em redes sociais, como Twitter, Facebook, Orkut, além de blogs e portais de notícias. Propõe-se problematizar possíveis abordagens teóricas para compreender as interações e representações midiáticas.

### **Lembrança que vem de longe**

Último estado anexado ao Brasil, o Acre corresponde a 1,92% do território nacional, tem 22 municípios e completou, neste ano de 2012, 50 anos de Estado brasileiro. Quando brasileiros, sírio-libaneses, portugueses, italianos, espanhóis, peruanos e bolivianos migraram em busca de novas terras e de exploração da floresta, o Acre era ocupado somente por indígenas e as fronteiras, ainda indefinidas. A história de seu povoamento e definição geográfica não cabe aqui. Portanto, vamos descrever apenas algumas passagens e citar autores que comentam e exemplificam momentos de recusa e descaso com o qual governo brasileiro o tratou durante muito tempo.

Em 1870, brasileiros e homens de diversas partes do mundo começaram a subir os rios para exploração da borracha e de outras riquezas da Amazônia. Logo, a ocupação e a exploração do território se iniciaram em meio a controvérsias e sem planejamento. Euclides da Cunha escreve que “o povoamento do Acre é um caso histórico inteiramente fortuito, fora da diretriz do nosso progresso” (CUNHA, 1999, p. 33), e que os enviados naquela época àquela região amazônica “levavam a missão dolorosíssima e única de desaparecerem” (CUNHA, 1999, p. 34). O que equivalia, segundo o escritor, a expatriá-los dentro da própria pátria.

De acordo com o historiador Marcos Vinícius Neves (2003), quando a demanda internacional por látex estimulou a cobiça por aqueles territórios, os bolivianos tentaram ocupar militarmente a região, mas os brasileiros não aceitaram as medidas alfandegárias e contestaram a administração estrangeira daquele território povoado por brasileiros. E então,

teve início uma série de conflitos entre brasileiros e bolivianos. Nesse sentido, em 1899, o Imperador Luiz Galvez foi enviado ao Acre levando apoio velado do governo amazonense, pois o governo brasileiro exigia o fim dos conflitos com o país vizinho e não estava preocupado em assumir o Acre. Foi então que Galvez “deu a palavra de ordem: ‘Já que nossa pátria não nos quer, criamos outra’, Galvez e os brasileiros da região criaram o ‘Estado Independente do Acre’” (NEVES, 2003, p. 14). Foram oito meses de governo do presidente Galvez, até que Campos Sales, presidente do Brasil, mais preocupado com a oligarquia cafeeira do que com os brasileiros mais distantes, enviou a marinha brasileira para prender Galvez e devolver aquelas terras à Bolívia. Mas, mesmo com o apoio do Brasil, o exército boliviano foi incapaz de vencer o confronto com os seringueiros e seringalistas acreanos. (NEVES, 2003).

Em 1903, num acordo com o país boliviano, o Brasil se comprometeu em construir a ferrovia Madeira-Mamoré, como parte da compra do Acre. Foi aí que, segundo o jornalista Leandro Narloch (2009), no “Guia Politicamente Incorreto da História do Brasil”, surgiu a expressão “ir para o Acre” como sinônimo de morrer. É que dos 22 mil operários envolvidos na construção da ferrovia, 2 mil morreram. Tal explicação está no capítulo chamado “ACRE - Quanto custa o Acre?”, que começa com a seguinte frase: “Apesar de sobrem suspeitas sobre sua existência, o Acre é frequentemente objeto de polêmicas” (NARLOCH, 2009, p. 201).

Quando o Acre se tornou brasileiro, foi anexado ao país como Território Federal, uma subcategoria de Estado, o que significava que toda a arrecadação de impostos sobre a borracha acreana pertencia aos cofres da União. Depois de muita resistência e conflito político, só em 1962, os acreanos conseguiram transformar o Território em Estado. Já em 1970, quando o Acre era efetivamente Estado brasileiro, mais uma vez, brasileiros de todo o país foram enviados à região, em nome de um tipo de progresso. A ordem da vez passou a ser a de ocupar a Amazônia para criar gado e produzir grãos (ALVES, 2004). O processo impulsionou o surgimento de novas organizações e líderes em defesa daqueles territórios, como de Chico Mendes, líder seringueiro que ficou internacionalmente conhecido por tentar impedir, pacificamente, o desmatamento.

Não é preciso voltar tanto à história brasileira para notar determinada recusa ou negação do Acre. É na mais atual forma midiática – a internet e as redes sociais – onde se encontra uma frequente representação sobre o Estado, que impulsiona muitas outras manifestações jocosas, afirmando o Acre como uma lenda ou negação histórica. São estas

questões relativas à estas representações sobre o Acre nas redes sociais que trataremos a seguir.

## O Acre na rede

Quando o primeiro shopping do Estado do Acre foi inaugurado, em dezembro de 2011, o G1 veiculou, simultaneamente, duas matérias produzidas pela repórter Gabriela Gasparin: uma com o título “*Acrianos viajam até 700 km para conhecer 1º shopping do estado*” e subtítulos: “*Idosa de 73 anos vira fã de centro de consumo. Ar-condicionado e entretenimento são atrativos, segundo a população*”. Esta notícia foi tuitada quase 1.200 vezes, recomendada 15 mil vezes no Facebook<sup>5</sup> e recebeu 380 comentários. Já a segunda, intitulada “*Primeiro shopping muda hábitos da população do Acre*”, acompanhada dos subtítulos: “*Apenas duas capitais brasileiras seguem sem shopping, segundo Abrasce. Grandes redes chegaram ao estado e comércio de rua teme disputa*”, foi tuitada mais de 3 mil vezes; recomendada mil vezes no Facebook, e recebeu 43 comentários.

O portal do Observatório da Imprensa - OI também repercutiu a cobertura do G1, em comentário de título “*Pauta Acriana - O Brasil não conhece o Brasil*”, explicando que “*a reportagem deu curso a uma sucessão de manifestações preconceituosas contra as populações do norte e do nordeste do país, revelando que o brasileiro não conhece o Brasil*” (COSTA, 2011) e definindo que a matéria, mesmo que extensa e ilustrada por mapas e infográficos sobre os números de shopping do país, acabou sendo apenas uma curiosidade. O texto do OI registra 46 compartilhamentos no Facebook, 24 tuítes e apenas seis comentários. Ele também foi reproduzido integralmente no blog do jornalista acreano Altino Machado, que também é responsável pelo blog da Amazônia, da Terra Magazine. No blog acreano, 10 pessoas comentaram.

Mesmo sem fazer uma análise crítica ou comparativa dos conteúdos das matérias ou dos comentários dos leitores - o foco aqui, afinal, é apresentar algumas formas de descontextualização de quando o Acre é noticiado - é importante dizer que, conforme dinâmica de cada espaço jornalístico na internet, nos comentários das notícias do G1, encontram-se mais evidências de manifestações jocosas a respeito do Estado do Acre. Já no OI e no blog de Altino Machado, os comentários se pautam por questões mais críticas

---

<sup>5</sup> Estes dados são relativos. As notícias podem ser veiculadas e propagadas nas redes de várias formas. Uma delas é o usuário clicar, no site da notícia, no link disponível para migrá-la para o Twitter ou Facebook; ou pode, em seu perfil pessoal na rede, disponibilizar o link para a notícia. No entanto, o site registra apenas os compartilhamentos feitos com a primeira opção.



Usuário c): Gente achando legal contar que o Acre não existe como se fosse a maior novidade do sistema solar. Acho culto.

Usuário d): Mais uma prova que o #Acre existe! [link para notícia no G1]

Figura 1 Trends Brazil - “Acre” em destaque



Fonte: Elaborada pela autora

Esta não foi a primeira vez que este tipo de representação relativa ao Acre foi destaque no Twitter. Em setembro de 2011, o Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) anunciou a eliminação do Rio Branco Football Club da Série C do Campeonato Brasileiro<sup>6</sup>. Com isso, os jogos do Rio Branco ficaram suspensos. A notícia passou a ser comentada em grande escala no Twitter, o que fez com que “Rio Branco” entrasse para a lista dos TTs Brasil, como mostra Figura 2, o que oportunizou diversos comentários a respeito não apenas do time de futebol, mas, também, no Estado acreano.

Usuário a): Rio Branco no TTs. Acre provando que existe =\*

Usuário b): Rio Branco nos TT'S o Que Aconteceu nasceu alguém lá?

Usuário c): Rio Branco é um time de futebol de um estado que não existe, logo não poderá disputar a série C do campeonato brasileiro.

Usuário d): Depois de não conseguir localizar o Acre no mapa do Brasil, relator resolve excluir o Rio Branco da Série C.

Figura 2 Trends Brazil - “Rio Branco” em destaque

<sup>6</sup> A exclusão do time aconteceu após os dirigentes do clube recorrerem da decisão da Promotoria de Defesa do Consumidor, que interditou o estádio Arena da Floresta, de Rio Branco – Acre. Contudo, esta atitude dos dirigentes do clube acreano de recorrer a uma instância comum foi interpretada como incorreta, pois infringe o artigo 191 do Código Brasileiro de Justiça Desportiva (CBJD).





Fonte: Elaborada pela autora

Um outro episódio relevante ajuda a ilustrar como o caso é repercutido em outra rede: o Facebook. Em fevereiro de 2012, o Acre sofreu uma de suas maiores alagações, nesse sentido, várias notícias referentes à enchente do Rio Acre foram veiculadas pelas redes Globo, Record, SBT, além dos jornais e portais eletrônicos como Estadão, Folha de S. Paulo, G1, entre outros. Uma das repercussões geradas no Facebook foi em torno da imagem retratada na Figura 3, onde aparecem os dois personagens principais do filme “Piratas do Caribe”, e um deles está acompanhado de um balão que sugere a fala “*Tem certeza que Rio Branco é por aqui?*”. A imagem foi adicionada no Facebook pelo perfil de David Souza, no dia 24 de fevereiro. Em seis dias, ela foi compartilhada mais de 650 vezes.

Figura 3 - Sem título



Fonte: David Souza – Facebook, 2012

Ainda no Facebook: em março de 2012, o time do Cruzeiro foi jogar contra o Rio Branco, no Acre. O programa de esportes da 98 FM de Minas Gerais - 98 Futebol Clube lançou no Facebook a pergunta: “*Qual vai ser a maior dificuldade do Cruzeiro lá no Acre?*”

*Valendo um par de convites para o show da Turma do Pagode, sábado, às 23hs, no Chevrolet Hall*". O post recebeu 192 respostas que, mais uma vez, utilizam da representação de que nega a existência do Estado:

Usuário a): Encontra o Acre já é difícil suficiente.

Usuário b): a maior dificuldade vai ser achar o caminho de volta pra casa, porque no mapa, o Acre Non Ecziste !

Usuário c): A maior dificuldade do Cruzeiro vai ser a malária! E o Acre já foi homenageado por Sandy & Júnior: "Era uma vez, um lugarzinho no meio do nada..."

Usuário d): Vai ser atravessar o secreto portal mágico que existe para entrar no Acre, já que o Acre nao existe pq nao conseguem o encontrar.

Mas não é preciso que um acontecimento em torno do Acre surja para que este tipo de representação seja manifestada. Às vezes, o nome do Estado acreano também pode ser convocado à simbolizar algo inexistente. Como mostra a Figura 4, também encontrada no Facebook, é oferecido ao Acre o título da versão brasileira para o seriado Lost. A imagem pode ser encontrada na página do site de entretenimento “Não Salvo”, por onde foi compartilhada quase 16 mil vezes, em 15 dias.

Figura 4 - Sem título



Fonte: “Não Salvo” - Facebook, 2012



Um outro exemplo do uso descontextualizado e aleatório desta representação, é a postagem “*Medidas cabíveis para um país melhor*”, (LIMA, 2012), do blog *Insoonía*, hospedado na categoria de Humor, da seção de Entretenimento do Portal R7. A postagem sugere 15 passos para um Brasil melhor, entre eles:

(...) 2 - Prisão perpétua para políticos corruptos, assassinos e traficantes; 3 - Qualquer decisão do Senado deve ser aprovada pelo povo; 4 - Adoção de crianças para casais homossexuais; 5 - Filhos de políticos são obrigados a estudar em escola pública e só podem usar o plano de saúde que o governo oferece ao povo, o SUS; 6 - Concurso grátis e obrigatório a todos de como utilizar as redes sociais; (...).

E assim a lista segue até encerrar com: “*Lei do respeito: o Acre existe e merece ser respeitado*”. O post recebeu mais de 300 comentários e foi publicado também no blog Caixa Preta, vinculado à MTV, onde recebeu mais de 70 comentários.

Se migrarmos para uma rede social mais antiga, o Orkut, a presença da negação do Estado do Acre também tem presença relevante. Em busca realizada em julho de 2011, foram encontradas 105 comunidades referentes à negação ou afirmação do Estado do Acre. Embora o número não seja representativo diante da quantidade de comunidades no Orkut, a representação criada a respeito do Estado não é infame. Algumas comunidades afirmam categoricamente que o Acre não existe ou que o Acre é uma mentira; outras sugerem a dúvida, a suspeita ou teorias a respeito do Estado. A mais populosa é a “*Acre is a Lie*”, com 5.990 membros, criada em abril de 2004, e com mais de 100 fóruns de discussão. Outros tipos de comunidades que alimentam os imaginários a respeito do Acre podem se caracterizados como uma espécie de reação às comunidades que negam o Estado, como: “*O Acre não é lenda, eu nasci lá*”, com 2.488 membros; e “*Me prova que o Acre não existe*”, com 844 membros<sup>7</sup> (LUCENA, 2011).

Quando se digita “Acre” no site de busca Google, entre os primeiros resultados está o glossário da Desciclopédia<sup>8</sup>, cuja definição para “Acre” começa com: “*Você quis dizer: nada*”. A Desciclopédia reúne mais de 40 mil artigos que, com formato científico, são dotados de humor e sarcasmo, fazendo uma paródia da Wikipédia. As definições para

<sup>7</sup> Uma descrição detalhada sobre estas comunidades no Orkut compõe o artigo “Realidades virtuais: o Acre na internet”, apresentado no IV Ecomig, em 2011.

<sup>8</sup> A Desciclopédia é uma paródia da Wikipédia. Seu objetivo é apresentar um ponto de vista satírico, constituído de humor e sarcasmo. A versão em português foi criada em 2005. Os usuários mantêm a estrutura de uma enciclopédia semelhante à Wikipédia, dando formato e valor científico aos seus verbetes, mas fugindo da informação verdadeira e usando proposadamente de preconceitos, declarações e citações vexatórias a celebridades e pessoas conhecidas. Atualmente a Desciclopédia possui mais de 51.500 usuários (WIKINPÉDIA, 2011).

“Acre” naquele site seguem com uma série de afirmações falsas a respeito da história, geografia, economia, religião, clima, biodiversidade, culinária, entre outros tópicos que enfatizam determinada ilusão, fantasia ou conspiração do Estado. Este verbete, criado em março de 2006 e atualizado pela última vez em maio de 2012, está na lista dos melhores artigos da Desciclopédia, junto com outros 162; e registra quase 350 mil acessos. A página reúne, ainda, “motivos para não acreditar na existência do Acre” ou “piadinhas que você ainda vai ouvir sobre o Acre (mas que no fundo até faz sentido)”.

### **Tramas conceituais**

As representações atuam e são resultados da criação, construção e negociação de sentidos e significados, onde operam tanto os sujeitos que os realizam quanto os contextos em que eles acontecem. “Os processos que engendram representações sociais estão embebidos na comunicação e nas práticas sociais: diálogo, discurso, rituais, padrões de trabalho e produção, arte, em suma, cultura” (JOVCHELOVITCH, 2008, p. 79). Inserida num tempo e num espaço, a representação “é uma construção coletiva, fruto da interlocução com os diversos textos, cujas leituras já tenha feito anteriormente” (TEIXEIRA apud GOMES, 2000).

O valor da representação não está na sua veracidade com o real, mas sim, na sua capacidade de substituir a realidade que representa e, a partir disso, mobilizar e produzir reconhecimento e legitimidade social. Nesse sentido, as representações formam uma espécie de realidade paralela, expressas por normas, instituições, discursos, imagens e ritos. “Não é uma cópia do real, sua imagem perfeita, espécie de reflexo, mas uma construção feita a partir dele” (PESAVENTO, 2005, p. 40). Sendo as representações, portanto, algo criado a partir do real e colocado em seu lugar, elas também são

portadoras do simbólico, ou seja, dizem mais do que aquilo que mostram ou enunciam, carregam sentidos ocultos, que, construídos social e historicamente, se internalizam no inconsciente coletivo e se apresentam como naturais, dispensando reflexão. (PESAVENTO, 2005, p. 41)

Um canal de acesso e construção de inúmeros discursos, sentidos, repercussão e formas de representação, são as redes sociais na internet. Naquele espaço onde todo cidadão é potencialmente produtor e reproduzidor de conteúdo, as conexões entre os usuários e a troca de informações podem atuar também na construção, manutenção e reformulação de

imaginários sociais, na propagação de mitos que ninguém sabe ao certo de onde vieram ou como surgiram.

As redes sociais na internet e as transformações decorrentes têm sido tema, instrumento e espaço para pesquisas das mais diversas naturezas. Nos estudos da comunicação e das interações midiaticizadas, José Luiz Braga (2007, 2011) explica que a vida virtual é um alongamento da vida real, por isso não devemos reconhecer ou olhar a comunicação através dos meios. Além disso, o pesquisador nos convida a entender as interações como processos simbólicos e práticos que organizam trocas entre os seres humanos e viabilizam as diversas ações e objetivos (BRAGA, 2011). As interações, portanto, decorrem do esforço humano de

enfrentar as injunções do mundo e de desenvolver aquelas atuações para seus objetivos – o próprio ‘estar em contato’, quer seja solidário quer conflitivo – e provavelmente com dosagens variadas de ambos; por coordenação de esforços ou por competição ou dominação. (BRAGA, 2011, p. 66).

No que diz respeito às redes sociais, autores como Sonia Aguiar (2007) e Raquel Recuero (2005) chamam atenção, também, para o fato de as redes sociais serem interações e relações entre pessoas, em defesa do outro ou de alguma organização, e não se reduzirem a ferramentas ou mecanismos tecnológicos. Nesse sentido, nos remetemos à ideia de rede social como um espaço onde se encontram “inter-relações, associações encadeadas, interações, vínculos não-hierarquizados, todos envolvendo relações de comunicação e/ou intercâmbio de informação e trocas culturais ou interculturais” (AGUIAR, 2007).

Estabelecendo vínculos que não têm fronteiras geográficas e culturais, estas novas formas de relacionamento apresentam desafios teóricos e metodológicos para as tradicionais análises técnicas das redes. Fragoso, Recuero e Amaral (2011) explicam que cada uma das páginas nas redes sociais abriga informações em diversos formatos, combinando textos, imagens estáticas e em movimentos e sons que representam conteúdos igualmente diferenciados e que podem ser alterados a qualquer momento.

A internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala (seus componentes contam-se aos milhões e bilhões), heterogeneidade (grande variação entre as unidades e entre os contextos) e dinamismo (todos os elementos são permanentemente passíveis de alteração e a configuração do conjunto se modifica a cada momento. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 55).

Dessa forma, uma rede nunca é estável, e sempre tende à fluidez e à dinâmica não-linear, mesmo que ela possua uma temática que motive e aglutine as pessoas, estes temas podem ganhar variações, unir e separar os membros de acordo com interesses específicos, que surgem e desaparecem ao longo do tempo. Assim, “não há possibilidade de previsão nem garantia de controle de todas as interações que nela vão surgir” (AGUIAR, 2007).

Um fenômeno recorrente neste cenário é dos memes. Tidos como uma ideia contagiosa, que se replica e se propaga como um vírus, os memes podem ser encontrados em formatos diversos, seja em vídeos, fotografias, textos, entre outros. Cada pessoa que o recebe, o transforma e o replica a seu modo. “O estudo dos memes está diretamente relacionado com o estudo da difusão da informação e de que tipo de ideia sobrevive e é passada de pessoa a pessoa e que tipo de ideia desaparece no ostracismo” (RECUERO, 2010, p. 123). Assim, um meme é caracterizado pela sua capacidade de variação e mutação.

A seleção é o elemento que faz com que alguns memes chamem mais atenção do que outros, permanecendo mais e sendo mais copiados, enquanto outros não são lembrados. A retenção ocorre pela permanência do meme no caldo cultural. É comparável à hereditariedade, que faz com que um novo meme tenha, portanto, muito pouco de originalidade, mas seja produto de variações e recombinações de ideias antigas que permanecem presentes nas ideias presentes. (RECUERO, 2010, p. 124).

Diante de todos estes fatores, podemos compreender o que Braga (2007) chama de descontextualização. Com a interatividade difusa promovida nas redes sociais na internet, as respostas não são tipicamente imediatas e pontuais, são, antes, repercussão, redirecionamento e circulação. Nesse sentido, as informações, símbolos e significados passam por “processos de redeterminação como um trabalho de ‘edição’ do material objetivado mediaticamente, pelo usuário que o (re)inscreve em sua conjuntura, realizando articulações através das mediações que acione” (BRAGA, 2007, p. 152-153). Assim são criados e propagados campos simbólicos, usos e interações do vivido, do revisto, mediado pelas representações já existentes ou oferecendo a elas novos significados.

### **Considerações finais**

A representação aqui explorada, a respeito do Estado do Acre, se transforma conforme as dinâmicas de interação, compartilhamento de conteúdos e participação na rede on-line. Ela pode ser localizada em contextos diversos e aleatórios, seja numa negação

territorial daquele lugar ou num uso figurado e metafórico, como um adjetivo que identifica algo inexistente.

Considerando a descontextualização como característica dos fenômenos da mediação, podemos pensar que a história do Acre, ao migrar para as redes sociais, enfrentou processos de redeterminação até resultar no “o Acre não existe”. Uma vez que a história foi mediada, contada, interpretada, sujeita às diversas representações anteriormente já instituídas. Um fato curioso de se pensar é como essas referências não se fazem tão recorrentes em relação às outras regiões ainda mais ou tão distantes dos grandes centros de país, como Roraima ou Amapá, ambos no extremo norte brasileiro.

Com esta pesquisa, ainda em caráter exploratório e descritivo, é possível notar que as redes sociais na internet possibilitam, portanto, a criação, reinvenção e difusão de representações territoriais que alimentam imaginários, firmando circuitos de interação, ao mesmo tempo em que as próprias interações mediadas pela internet através das redes sociais reconstróem e reinterpretam tais modelos de representação. Tem-se, de um lado o circuito dividido e compartilhado em torno da negação do Acre e as dinâmicas que geram agrupamento em torno desta questão; de outro, o que efetivamente é falado e respondido a respeito do tema.

A partir disso, algumas questões se apresentam e permanecem abertas, como sobre de maneira a representação se cristalizou e se tornou tão peculiar, imersa no processo de construção de representações, construídas e reencenadas pelas novas ferramentas midiáticas; e, ainda, como a internet possibilita, transforma, reescreve e/ou atualiza encontros e desencontros vividos na história de um lugar.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sonia. *Redes sociais na internet: desafios à pesquisa*. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2007. Santos, SP. *Anais...* Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <[http://www.sitedaescola.com/downloads/porta1\\_aluno/Maio/Redes%20sociais%20na%20internet-%20desafios%20%E0%20pesquisa.pdf](http://www.sitedaescola.com/downloads/porta1_aluno/Maio/Redes%20sociais%20na%20internet-%20desafios%20%E0%20pesquisa.pdf)>. Acesso em ago. 2011.

ALVES, Antônio. *Arqueologia do Recente – Livro Três. Artigos em geral*. Rio Branco: Valcir, 2004.

BRAGA, José Luiz. Mediação como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi; ARAUJO, Denise Correa; BRUNO, Fernanda (Orgs.). *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática*. Livro da XV Compós. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-147.

\_\_\_\_\_. Constituição do Campo da Comunicação. In: *Verso e Reverso – Revista da Comunicação*. Unisinos, São Leopoldo. Ano XXV, nº 58, p. 62-77, 2011.

CAIXA PRETA. Por um Brasil melhor. Disponível em:

<<http://www.caixapreta.com.br/2012/01/por-um-brasil-melhor/>> Acesso em jun. 2012.

COSTA, Luciano Martins. Pauta Acriana: O Brasil não conhece o Brasil. *Observatório da Imprensa*. São Paulo, dez. 2011. Seção Imprensa em questão. Disponível em:

<<http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-brasil-nao-conhece-o-brasil-1>>. Acesso em jun. 2012.

CUNHA, Euclides da. *À margem da história*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

NARLOCH, Leandro. *Guia Politicamente Incorreto da História do Brasil*. São Paulo: Leya, 2009

Desciclopédia, a enciclopédia livre de conteúdo. *Acre*. Disponível em: <

<http://desciclopedia.ws/wiki/Acre>>. Acesso em jun. de 2012.

FRAGOSO, Suely; Recuero, Raquel; Amaral, Adriana. *Métodos de Pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GASPARIN, Gabriela. Aceanos viajam até 700 km para conhecer 1º shopping do estado. *GI*. São Paulo, dez. 2011. Seção Economia/Negócios. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2011/12/acreanos-viajam-ate-700-km-para-conhecer-1-shopping-do-estado.html>>. Acesso em jun. 2012.

\_\_\_\_\_. Primeiro shopping muda hábitos da população do acre. *GI*. São Paulo, dez. 2011. Seção Economia/Negócios. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2011/12/primeiro-shopping-muda-habitos-da-populacao-do-acre.html>>. Acesso em jun 2012.

GOMES, Henriette Ferreira. O ambiente informacional e suas tecnologias na construção dos sentidos e significados. *Ciência da Informação*. Brasília, v. 29, n. 1, p. 61-67, jan. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n1/v29n1a7.pdf>>. Acesso em ago. 2011.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Vivendo a vida com os outros: Intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: \_\_\_\_\_; GUARESCHI, Pedrinho (Orgs.). *Textos em representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 2008. P. 63-85.

LIMA, GISLAINE. Por um Brasil melhor. *INSONIA*. Disponível em: <

<http://www.insonia.com/por-um-brasil-melhor/>>. Acesso em jun. 2012.

LUCENA, Giselle. Realidades virtuais. In: IV Encontro dos Programas de Pós-graduação em Comunicação Social de Minas Gerais, 2011, Belo Horizonte. *Anais...* CD-ROM.

MACHADO, ALTINO. O Brasil não conhece o Brasil. Disponível em:

<<http://altino.blogspot.com.br/search?q=o+brasil+n%C3%A3o+conhece+o+brasil>>. Acessado em jun. 2012.

NÃO SALVO. Sem título. In: *Facebook*. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10150877553017989&set=a.470456762988.249799.204520732988&type=1&ref=nf>>. Acessado em jun. 2012.

NEVES, Marcos Vinícius. Uma breve história da luta acreana. In: ACRE. COMITÊ CHICO MENDES. *Caderno Povos da Floresta*. Rio Branco, 2003.



PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História & História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

RECUERO, Raquel. *Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo*. Ecompos, Internet, v. 4, n. Dez 2005, 2005.

\_\_\_\_\_. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SOUZA, David. Sem título. In: *Facebook*. Disponível em:  
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=185253791577917&set=a.185253788244584.25619.100002798935651&type=1&theater>>. Acesso em fev. 2012.

VIEIRA, André. Acre'n'roll. *Rolling Stone Brasil*. São Paulo, n. 01, p. 119, out. 2006.

Wikipédia, a enciclopédia livre. *Desciclopédia*. Disponível em:  
<[http://pt.wikipedia.org/wiki/Desciclop%C3%A9dia#cite\\_note-folha-1](http://pt.wikipedia.org/wiki/Desciclop%C3%A9dia#cite_note-folha-1)> Acesso em jun. 2012.

98 FUTEBOL CLUBE. In: *Facebook*:  
<<http://www.facebook.com/98futebolclube/posts/270249946385123>>. Acesso em jun. 2012