

DIVISÃO DISCURSIVA NAS CAMPANHAS TELEVISIVAS DO PLEBISCITO DE 2011 DO PARÁ

Evelyn Cristina Ferreira de Aquino

Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. Membro do Projeto de Pesquisa A Trajetória da Imprensa no Pará, apoiado pelo CNPq.

evycristina@yahoo.com.br

RESUMO

O artigo aborda como se constituíram os discursos nas campanhas televisivas das frentes pró e contra a criação dos estados do Carajás e do Tapajós no plebiscito de 2011, no Pará. O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral começou no dia 11 de novembro e encerrou no dia 7 de dezembro. Foram 80 programas veiculados e 20 analisados no estudo, a partir da análise do discurso na vertente de Mikhail Bakhtin. As frentes de campanha trabalharam com estratégias que ofertaram dois macrodiscursos: o discurso cultural da integridade e união da população contra a divisão e o discurso econômico dos novos estados como solução para os problemas do Pará.

Palavras-chave: Plebiscito no Pará; Discursos; Amazônia.

1 O PLEBISCITO NO PARÁ

No dia 11 de dezembro de 2011, a população paraense protagonizou um acontecimento histórico na trajetória político-democrática do país, por meio da decisão, em plebiscito, sobre a configuração político-territorial do Estado do Pará. No plebiscito, foram às urnas 4.848.495 eleitores, dos quais 66,6% decidiram pela não criação do Estado do Carajás e 66,08% votaram contra a criação do Estado do Tapajós (Tribunal Superior Eleitoral, s.d.).

A Constituição de 1988 prevê, no Capítulo I, quanto à organização político-administrativa do Estado, artigo 18, a convocação de plebiscito em casos de decisão sobre desmembramento, incorporação e subdivisão de estados com anexação a outros, ou a criação de novos territórios federais, estas ações são reguladas por Lei Complementar (Brasil, 1988).

A votação plebiscitária é regulamentada pela Lei n° 9.709/98, que determina a participação da população diretamente interessada na decisão sobre desmembramentos de territórios e criação de novos estados. No plebiscito no Pará, o planejamento, organização

e execução da propaganda eleitoral gratuita e obrigatória foi regulada pela Resolução nº 23.354/2011, do Tribunal Superior Eleitoral. A Resolução configurou ainda o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) que foi transmitido no rádio e na TV de 11 de novembro a 7 de dezembro de 2011.

Neste artigo, fazemos uma análise das estratégias discursivas presentes em programas do HGPE, das frentes pró e contra a criação dos estados do Carajás e do Tapajós no plebiscito de 2011, no Pará. Estratégias discursivas correspondem, aqui, tanto às formas em que os discursos foram organizados, os aspectos e mecanismos técnicos usados para construir as campanhas televisivas como ao uso de determinado discurso.

As campanhas televisivas do plebiscito no Pará não tiveram por função apenas esclarecer as propostas de criação de estados e direcionar o cidadão ao voto, mas irradiar os efeitos do debate para o futuro. As campanhas almejavam resultados, levantaram questões, incentivaram comportamentos e opiniões nos destinatários que continuaram reverberando após o plebiscito de 2011, cristalizando imaginários sobre a Amazônia e sobre o Pará e produzindo outros para circular, movimentando no tempo a temática da criação de novas unidades federativas.

Nas eleições de 2012 para os cargos de prefeito e vereador, e de 2014, para deputado estadual e federal, senador e governador, foi possível observar os desdobramentos das campanhas e do resultado do plebiscito de 2011 e reviver intensamente argumentos sobre o reordenamento do território paraense. Segundo Lúcio Flávio Pinto (2014), a bandeira de oposição aos novos estados foi levantada por políticos que possuíam sua força eleitoral nas regiões de Belém, enquanto que os candidatos fortes na região do Carajás e do Tapajós defenderam a criação dos estados.

Em 2016, ano de eleições municipais para prefeito e vereador, aguardamos a rearticulação da temática do plebiscito nas estratégias discursivas dos candidatos a cargos administrativos, mas observamos que a discussão não foi retomada neste momento, tendo em vista outras questões mais urgentes e necessárias, sendo temporariamente interrompido o seu fluxo discursivo no curso da história paraense.

2 A DISPUTA DISCURSIVA HISTÓRICA PRESENTE NO PLEBISCITO EM 2011

Os modelos de formação e organização territorial brasileira determinados para a região amazônica, desde o período colonial, atualizam questionamentos incômodos, para

uma região que vive entre o discurso da "unidade territorial" e o da urgência histórica de uma reestruturação geopolítica que promova o desenvolvimento de seus estados e municípios (Dutra, 1999).

Propostas de reordenamento do território amazônico surgiram no século XVIII por iniciativa do poder colonial, após a Independência do Brasil, e governos sucessores continuaram com as proposições. No entanto, a mudança de administração não mudava o aspecto centralizador da política (Dutra, 1999). Segundo Dutra (1999), as divisões realizadas resultaram em controle e formação de núcleos de defesa às intervenções externas, sem planejamento a longo prazo para ajustar os limites político-administrativas na região.

A divisão ou não do Pará para a criação de outros estados é uma disputa entre adversários históricos que perfazem e cristalizam discursos adversos sobre as regiões do Estado, em busca da concretização de seus interesses e do interesse dos grupos que defendem.

De acordo com Petit (2003), os movimentos que lideram o debate são de ordem regionalista - contra a criação de novas unidades federativas - e separatista - a favor dos estados. As práticas "regionalistas e nacionalistas" são ancoradas em argumentos dos diferentes setores que apoiam e recusam as ideias de criação do Carajás e do Tapajós e pautadas por "pressupostos culturalistas, demográficos e, sobretudo, econômicos, políticos e administrativos ou todos eles juntos" (Petit, 2003, p. 299). Ambos amparam suas ações na identidade construída simbólico-historicamente com o intuito de obter legitimidade para sua missão.

Os regionalistas se posicionam contra qualquer ameaça à unidade nacional e exigem do governo central maior atenção para com a região. Esse movimento pleiteia mais espaço político-administrativo, aspirando a ultrapassar os limites regionais. Uma grande preocupação com a perda da integridade do Pará é em relação à saída dos recursos minerais do Estado, localizados nos territórios separatistas (Petit, 2003).

O movimento separatista, por sua vez, deseja instituir novas unidades federativas, toma como um dos principais argumentos para a desvinculação das regiões, a inexistência de unidade cultural no Pará, agravada pelos intensos processos migratórios ocorridos no Estado (Souza, 2014). É um discurso que busca corroborar nos índices demográficos: apenas 21,53% da população do Estado são de origem paraense. A maioria, 78,47%, está dividida em "maranhenses (20,63%), mineiros (9,98%), rio-grandenses do sul

(6,31%), tocaninenses (6,08%), paulistas (5,23%), baianos (4,50%) e goianos (4,36%)" (Souza, 2014, p. 9). Há ainda pessoas de outros estados.

A região do Tapajós vem experimentando a mineração, principalmente de bauxita, o cultivo da soja e da madeira. Carajás tem como forte atividade econômica, a mineração, a pecuária e a madeira. A grande massa de imigrantes que o Pará recebeu no passado e, de certa forma, ainda recebe, diversificou amplamente sua identidade, despojando-a cada vez mais de sua cultura mais tradicional que é de influência indígena. A região do Carajás é indiferente a essa raiz indígena da população paraense, sendo mais próxima da cultura do Centro-Oeste e Nordeste do país. A cultura do Carajás é mais afinada com o transporte rodoviário do que o fluvial, com a geografia das pastagens e fazendas, à mata em pé (Pinto, 2013k, p. 11).

O tema da criação do Carajás e do Tapajós polarizou os debates sobre território, população e região entre separatistas e regionalistas no plebiscito de 2011, questões caras ao Estado-Nação. Os separatistas representam "grandes proprietários de terra, empresários e comerciantes do Sul e Sudeste do Pará e do Baixo Amazonas" (Petit, 2003, p. 255). Do outro lado, os grupos políticos e econômicos dominantes de Belém constituem a porção dos que não aceitam a fragmentação do Estado.

A extensa trajetória das discussões sobre as transformações nas fronteiras da região amazônica guarda semelhanças entre os discursos parlamentares da época de 1840 para a criação ou não da Província do Amazonas e os discursos atuais que circulavam no Congresso Nacional sobre a criação de estados a partir do desmembramento do Pará (Dutra, 1999). São semelhantes também aos discursos observados nas campanhas do plebiscito de 2011.

Caso a divisão para a criação dos estados viesse a ocorrer, a extensão e a distribuição da população entre as três unidades se estabeleceriam da seguinte maneira:

Tabela 1 Extensão territorial e população nos estados, com a divisão

Estado	População (hab.)	Participação da população (%)	Área (km ²)	Participação da população (%)	Densidade Demográfica (hab./km ²)
Pará remanescente ¹	4.651.889	65	245.635	20	19

¹ As frentes de campanha utilizaram termos de conotação oposta para se referir ao Pará caso o reordenamento de seu mapa viesse a ocorrer. As frentes pró-estados falaram em *Novo Pará*, enquanto que as frentes contra os estados o nomearam de *Parazinho*. Sem aderir a um desses posicionamentos, utilizamos a expressão *Pará remanescente*.

Carajás	1.327.092	19	285.274	23	5
Tapajós	1.131.484	16	718.588	57	2
Total	7.110.465	100	1.249.497	100	6

Fonte: Souza, 2014.

A Tabela 1 acima aponta que haveria uma perda substancial de área do atual Pará com a formação dos estados, mas com a manutenção de uma densidade demográfica consistente. Questão fundamental que acionou interesses dicotômicos nas frentes e suas campanhas veiculadas no HGPE. Por um lado, de manutenção das formas de poder edificadas na região que defendem os limites geométricos tradicionais, ancorados na noção de tamanho como riqueza e prosperidade. Por outro lado, de esforço para o ingresso/fortalecimento de outros grupos no cenário político paraense, cuja justificativa é a de promover o desenvolvimento e a permanência da riqueza da região na região, feito que os grupos consolidados no Pará não conseguiram realizar.

3 ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DAS CAMPANHAS TELEVISIVAS NO HORÁRIO GRATUITO DE PROPAGANDA ELEITORAL

Os programas do HGPE tiveram 10 minutos de duração, cada um. O horário no rádio foi das 7h às 7h10 e das 12h às 12h10; já na televisão, aconteceu das 12h às 12h10 e das 19h30 às 19h40, de acordo com o horário de Brasília. Os programas foram transmitidos às segundas, terças, quartas, sextas e sábados, sendo que em um dia eram reservados às frentes pró e contra o Estado do Tapajós e no dia seguinte pró e contra o Estado do Carajás.

Weber (1994) classifica o HGPE como "Espetáculo Político Arbitrário", pois permanece por um determinado período na programação, de modo esteticamente unificado nas concorrentes empresas de comunicação e independente das características da audiência de cada veículo. Como espetáculo, ele possui uma natureza "estética híbrida, que apresenta a política misturada a linguagens e gêneros" (Weber, 1994, p. 91). Trata-se da apresentação do HGPE com formatos de telejornal, humorístico, de telenovela, programa de entrevistas em estúdio ou entrevistas em locais públicos - quando da abordagem de transeuntes para responderem a perguntas determinadas. No caso do plebiscito no Pará, vimos o HGPE como importante para agendar a discussão sobre a divisão do Estado e com sua legitimidade democrática que garantiu a participação equânime das frentes.

Ao longo do HGPE, 80 programas foram transmitidos na televisão. Desse total, 31 eram repetidos - 17 do Não e 14 do Sim. Além dos programas totalmente repetidos, houve os que eram misturados, com trechos apresentados em programas anteriores e com conteúdos inéditos, o que não deixa de ser a composição de um novo programa estrategicamente configurado de tal forma. Selecionamos aleatoriamente os programas a serem analisados, para garantir que todos tivessem a mesma chance de serem escolhidos. Os repetidos foram incluídos no sorteio, pois essa conformação é, em si, uma estratégia discursiva. Dos 80 programas, optamos por estudar 10 dias de veiculação, com um do Sim e um do Não por dia, fechando um total de 20 programas para análise, número razoável que nos possibilitou obter informação expressiva a respeito das campanhas televisivas desenvolvidas.

Antônio Fausto Neto (1999) explica que a mídia institui estratégias de leitura para amenizar as assimetrias existentes entre os produtores e receptores de sentidos. Essas estratégias estabelecem vínculos com o público, escolhido pelo seu caráter social, mas construído discursivamente para receber as ofertas de sentido (Fausto Neto, 1999). O público, por sua vez, é "injuccionado a efetuar 'percursos' no interior do campo [do discurso], fazendo 'elos associativos' baseados nos investimentos dos seus próprios saberes e também na pressuposição que a emissão faz ao estruturar os discursos" (Fausto Neto, 1995, p. 200). O sentido é algo que "não se doa, mas é construído pelo trabalho de enunciações discursivas" (Fausto Neto, 1999, p. 9). Trata-se de um "feixe de relações" que, para contribuir com a compreensão do sentido em sua amplitude, precisam ser avaliadas a partir das operações que as acionam (Fausto Neto; Verón, 2003).

As campanhas partiram de um planejamento de estratégias discursivas que orientaram discursos para o período de veiculação do HGPE. Contudo, o caráter que conduziu a comunicação das campanhas foi a articulação de respostas de um programa a outro. Utilizamos o conceito de dialogismo, de Mikhail Bakhtin (1998), para observar como falas diversas sempre pressupõem os discursos acionados pelos interlocutores e como se dão os tensionamentos ideológicos e históricos nos discursos. Diz o autor (1998):

O objeto está amarrado e penetrado por ideias gerais, por pontos de vista, por apreciações de outros e por entonações. Orientado para o seu objeto, o discurso penetra neste meio dialogicamente perturbado e tenso de discursos de outrem, de julgamentos e de entonações. Ele se entrelaça com eles em interações complexas, fundindo-se com uns, isolando-se de outros, cruzando com terceiros; e tudo isso pode formar substancialmente o discurso (Bakhtin, 1998, p. 86).

Compreendemos o diálogo dissonante entre as frentes nas campanhas televisivas do plebiscito no Pará como um dos elementos que otimizam o aspecto comunicacional, aos moldes de Rodrigues (1990), pois propiciaram um processo comunicacional em que os agentes sociais envolvidos expuseram experiências que são transformadas no embate com experiências outras. Além da dimensão expressiva, existiu ainda, no processo comunicacional, uma capacidade pragmática que diz respeito à ação dos sujeitos carregada de sentido. A comunicação está vinculada à experiência de mundo dos indivíduos, sua realização, contudo, cria novas experiências nestes e um mútuo reconhecimento. Nesse processo, todos são atores e espectadores desempenhando determinados papéis.

3.1 Os discursos das frentes favoráveis aos estados²

Os discursos enunciados por todas as frentes estiveram direcionados à população da região à qual ficaria o Pará remanescente, principalmente à capital, Belém. Esse direcionamento se revelou como uma estratégia ancorada nas três pesquisas de opinião realizadas sobre o plebiscito nos dias 11 e 25 de novembro e 9 de dezembro de 2011. As sondagens indicaram que o Não apresentava larga vantagem à frente do Sim, sendo que 2/3 dos eleitores do Estado estão localizados em Belém e, desse número, mais de 90% declararam ser contra a criação dos estados (Pinto, 2011).

Os programas do Sim apresentaram a formação dos estados como uma solução imediata para resolver todos os problemas do Pará, mostrados como decorrentes de falta de dinheiro por parte do governo. Na visão dos separatistas, somente com essa medida haveria desenvolvimento e riqueza para todos, pois haveria mais verbas. O destaque foi dado aos benefícios para Belém e o Pará remanescente, como estratégia para conquistar o voto da população dessa área. O discurso econômico ancorado em dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e com ênfase no Fundo de Participação dos Estados (FPE)³ apareceu em toda a campanha do Sim.

² As seções que discutem os discursos das frentes também contém as respostas ancoradas nas estratégias discursivas das frentes adversárias para não rompermos o fluxo de sentido que se cria nessa interação dialógico-discursiva e não prejudicar a compreensão conjuntural das campanhas televisivas.

³ O FPE "é um dos sistemas de transferência de recursos do governo federal para os estados, criado em 1967, com o objetivo de redistribuir a renda e promover o equilíbrio socioeconômico entre os estados" (Senado Federal, s.d.). O cálculo para a distribuição de recursos é feito com base na população de cada município e na renda *per capita* de cada Estado brasileiro.

As frentes pró-estados exibiram os macroindicadores sociais do IBGE para exaltar os piores índices de desenvolvimento humano, saúde, educação, saneamento básico em que o Pará se encontraria, como prova da ingovernabilidade de um Estado de grandes proporções. O Fundo de Participação dos Estados (FPE) foi destacado como recurso fundamental para desafogar as despesas do Pará após a divisão, uma das principais estratégias discursivas para apresentar números expressivos que trariam benefícios com a divisão em três estados. O quantitativo em dinheiro proveniente do FPE, assim como os números negativos do IBGE, eram, contraditoriamente, ressaltados na tela.

O programa do dia 11/11/2011, tarde, frente pró-Carajás, trouxe dois apresentadores em estúdio, falando sobre o que mudaria com e sem a divisão do Pará. A primeira apresentadora afirmou: "Se o Pará não for dividido não acontece exatamente nada e tudo continua como está". Entre os temas citados no programa estiveram: saúde, educação, segurança, saneamento e miséria. Todos apontados como exemplos sobre a situação problemática do Pará.

O segundo apresentador trouxe uma fala mais positiva, combinada a gestos e entonação sugerindo sentidos como o de desenvolvimento e de mais recursos econômicos para todos com a criação dos estados. Na fala do apresentador, muita coisa mudaria com a divisão: "Divide a população, divide os problemas e divide a área que os novos governadores vão ter que tomar conta". Ele citou o FPE que o Pará recebia na época como uma parte. Com a divisão, seriam três partes, uma para cada Estado. Ainda segundo o programa, seriam mais recursos voltados para serviços públicos e para desafogar as despesas do Pará após a divisão.

O Sim destacou a miséria e a precariedade das condições de vida que simbolizavam a realidade da população das regiões separatistas, onde também existem muitos trabalhadores e pessoas que não compartilham das mesmas possibilidades de crescimento que os habitantes de Belém. A estratégia discursiva foi de ataque e acusação aos moradores da capital, que teriam uma vida abastada às custas do trabalho da população das regiões que buscam a emancipação.

O abandono do Pará pela ingovernabilidade de um Estado com grandes proporções foi denunciado. A necessidade de descentralização de investimentos concentrados na capital e região de sua abrangência foi mostrada como essencial para

otimizar o crescimento de regiões menos desenvolvidas, promovendo maior autonomia na alocação de recursos para as localidades que encontram-se desassistidas pelo governo por não representarem espaços de força política.

O videoclipe mais exibido nos programas das frentes pela criação dos estados apresentava várias imagens de pobreza profunda: famílias, mulheres e crianças apareceram em situações degradantes de moradia e saneamento. Várias atividades produtivas típicas da população paraense, como a pesca, a agricultura e o artesanato, foram mostradas, mas em condições precárias. As imagens estavam carregadas de apelos emotivos, que simbolizavam a realidade da população das regiões separatistas. Dizia-se também que nessas regiões havia muitos trabalhadores e gente honesta que mereciam um futuro mais digno.

A linguagem e os jogos de palavras apareceram no videoclipe como estratégias discursivas em uma espécie de súplica à piedade de Belém:

Se nada muda, todo mundo perde, o Pará fica parado, tudo fica como está. Se a gente muda, todo santo ajuda. Vamos dividir para multiplicar [...] Belém, não feche os olhos pra esse povo não [...] Se é maior a sua força, se é maior sua população, diga sim pra essa esperança que o futuro desse povo tá na sua mão. Se é bom pra todo mundo não me diga não [...] se é bom pra todo mundo se lembre de mim e me diga sim (Programa do Sim exibido no dia 11 nov. 2011, 12h05-12h10).

Outra estratégia discursiva do Sim que complementava o discurso do desenvolvimentismo estava nas gravações externas em Tocantins e Mato Grosso do Sul, como forma de comprovar *in loco* a experiência positiva de divisão de outros estados. Falas mobilizadas por lideranças políticas, apresentadores, jornalistas e especialistas econômicos, em estúdio, coadunaram-se semioticamente às imagens de um apresentador em Tocantins, onde ele anunciava estar e no tempo que coincidia com aquele da enunciação externa ao estúdio.

No programa do dia 18/11/2011, tarde, frente pró-Tapajós, (repetido do dia 16/11, noite, frente contra Carajás), imagens da divisa entre Tocantins e Goiás apareceram na tela. A apresentadora, no trecho da estrada onde começa o Tocantins, iniciou sua fala:

Aqui, há exatamente 23 anos, começou uma nova história para Goiás e Tocantins. Essa divisa, no lugar de separar, uniu, as diferenças que existiam entre a parte sul e a parte norte de Goiás desapareceram. No seu lugar, surgiu riqueza, progresso, qualidade de vida e atenção com as pessoas. Goianos e tocantinenses ganharam, foi bom para os dois lados (Programa do Sim exibido no dia 18 nov. 2011, 12h05-12h10).

Esse argumento foi combatido pela resposta das frentes unionistas com uma suposta objetividade em reportagens também nos estados emancipados para afirmar que a criação do Tocantins, em 1988, e do Mato Grosso do Sul, em 1981, não trouxe benefícios para esses locais, mas, sim, que eles continuaram com graves problemas sociais.

Este tipo de interação permanente entre as frentes se constituiu como ataques e levou à compreensão dessa "mútua-orientação dialógica dos discursos" defendida por Bakhtin (1998, p. 88-89), orientação que conforma o discurso desde sua origem como uma "réplica viva", o discurso está sempre adiante, é contínuo, infindável.

No programa do dia 21/11/2011, noite, frente contra Tapajós, a apresentadora, em estúdio, com o mapa do Pará em fundo branco, disse:

Tocantins e Mato Grosso do Sul foram criados por decreto para atender a interesses políticos e receberam todo apoio financeiro do Governo Federal, o que hoje é proibido pela Constituição. Mesmo com o dinheiro federal os problemas não foram resolvidos, a população pobre dos dois estados ainda espera pelos benefícios da divisão (Programa do Não exibido no dia 21 nov. 2011, 19h35-19h40).

No decorrer das campanhas, os ânimos nas campanhas veiculadas foram gradativamente se exaltando, até que, no programa do dia 18/11/2011, tarde, frente pró-Tapajós, pessoas em ambientes de Belém foram mostradas levando tapas na cara, uma estratégia de ataque mais incisiva à falta de propostas do Não para melhorar a situação do Estado e de uma espécie de inércia do governo estadual que não resolve os problemas do Pará. As acusações passaram a se dar de forma nominal ao governador Simão Jatene⁴ (PSDB-PA) que, em contrapartida, passou a se posicionar explicitamente contra a divisão e a fazer campanha contra os novos estados.

Compreendemos, portanto, que as frentes separatistas defenderam os novos estados como resposta aos problemas do Pará, de toda ordem. No entanto, foram contraditórias na tentativa de criar uma expectativa de esperança pela mudança e, por outro lado, mostrar por meio de imagens, falas e até mesmo músicas com mensagens de sofrimento, as mazelas sociais que precisavam ser sanadas. Os aspectos formais das campanhas unionistas, em comparação com as campanhas emancipacionistas, tornaram as primeiras mais agradáveis de se ver.

⁴ Simão Jatene foi governador do Pará pela primeira vez no período de 2003 a 2006. Foi eleito pela segunda vez em 2010 e reeleito em 2014 para um novo mandato de quatro anos.

3.2 Os discursos das frentes contrárias aos estados

As principais estratégias discursivas abordadas ao longo das campanhas do Não (frentes contra a criação dos estados do Carajás e do Tapajós) destacaram o discurso da integridade regional do Pará, que envolveu a defesa da grandeza territorial, da riqueza de recursos, do multiculturalismo e do dinamismo das atividades econômicas, questões que seriam ameaçadas pela divisão.

O principal videoclipe exibido nos programas do Não, interpretado pela cantora paraense Leila Pinheiro, condensava o discurso de manutenção da união. Trechos do hino estadual foram cantados: "Ó Pará, quanto orgulha ser filho, de um colosso tão belo e tão forte, juncaremos de flores teu brilho, do Brasil sentinela do Norte e a deixar de manter esse brilho, preferimos mil vezes a morte". O videoclipe enalteceu as riquezas do atual Pará, bem como a força e a diversidade cultural do seu povo. As imagens valorizaram o orgulho de pertencer ao Estado, orientadas pelo *slogan* da campanha dos unionistas: "Não e não! Ninguém divide o Pará". Símbolos presentes no imaginário coletivo da região do Pará remanescente foram exaustivamente mostrados, como a Bandeira do Pará, o Hino, a gastronomia, a presença de artistas locais e de lugares turísticos de Belém. Estratégias discursivas que lançaram mão do discurso culturalista para defender a atual dimensão do território paraense.

As campanhas pró-estados responderam ao discurso de preservação da integridade territorial afirmando que existe uma contradição entre um Estado pleno de recursos naturais e pobre em termos sociais.⁵ No programa do dia 21/11/2011, noite, frente pró-Tapajós, a apresentadora, em estúdio, interpelou o público da seguinte maneira:

Vejam, muita gente diz que o Pará tem riquezas do ferro, do ouro, do níquel e da bauxita. Tem, é verdade, mas elas não mudaram até hoje e nem vão mudar a vida das pessoas, por um simples motivo: as empresas que exploram esses minérios não pagam um centavo de ICMS (Programa do Sim exibido no dia 21 nov. 2011, 19h30-19h35).

⁵ Conforme Lúcio Flávio Pinto (2011), o Pará é o segundo maior produtor de divisas para o Brasil, grande produtor e exportador de energia, rico em minérios variados, o que lhe rendeu destaque como exportador e produtor a nível mundial. Conta ainda com outros produtos na sua pauta de produção. Por outro lado, o Pará é o 16º em índice de desenvolvimento humano (IDH) e 21º em PIB/per capita - riqueza distribuída pela população. O Pará é ainda um dos estados mais violentos do Brasil, desde o número de homicídios, até a degradação da floresta. Os números explicam o fato de o Estado ser diversificadamente rico em recursos naturais, mas ter uma população pobre, pois as riquezas são destinadas aos mercados externos.

As estratégias discursivas das frentes contra a criação dos estados também utilizaram o discurso da denúncia do que seria uma ingerência externa, cujos interesses na divisão seriam políticos e econômicos. Tal discurso já foi identificado bem antes por Dutra (1999, p. 26): "Num dado momento histórico, aquelas propostas são sugeridas como que de fora para dentro, verificando-se tênue adesão de grupos locais". Termos como "Parazinho", além de expressões como "cortar o Pará em pedaços" (programa do Não de 11/11/2011, tarde, frente contra Carajás) sustentaram o ataque aos agentes unionistas.

No programa do dia 18/11/2011, tarde, frente contra Tapajós, o apresentador em *close*, no estúdio, com o mapa do Pará em fundo branco, interpelou os telespectadores da seguinte forma: "Quem diz que dividir o estado é bom pro Pará, não nasceu no Pará, não mora no Pará, não conhece o Pará e nem ama o Pará". O tom de ironia e o sorriso discreto no rosto sugeriam um efeito de sintonia entre o que seria captado pelo olhar e o que seria percebido pela escuta. A indignação do locutor era percebida e estava fundada no programa do Sim exibido no dia 15/11/2011, noite, da frente pró-Tapajós. Nesse programa, o jornalista Paulo Henrique Amorim⁶ apareceu como se estivesse sendo entrevistado e afirmou, com segurança, que a criação dos estados seria algo extremamente positivo para todos, destacando, inclusive, que Belém seria a principal beneficiada. O apresentador do programa da frente contra Tapajós contra-argumentou, criticando a postura do jornalista, que "usa o nome dele para vender uma mentira", e sua origem, "mais um que vem de fora para dizer o que é bom para o Pará".

Ainda no programa do dia 18/11, os autores dos projetos para a realização de consulta plebiscitária e para a criação do Estado do Carajás: Leomar Quintanilha (ex-senador do PMDB-TO) e do Estado do Tapajós: Mozarildo Cavalcanti (senador do PPB-RR), foram apresentados com históricos de processos e acusações de crimes. Para Quintanilha, as acusações retiradas de documentos de instituições legais de "formação de quadrilha, crime contra a ordem tributária e ocultação de bens". Já Cavalcanti foi mostrado envolvido com "invasão de área de assentamento" e destacado como "grande proprietário de terras em Roraima".

Os recursos discursivos utilizados foram reproduções de páginas da *internet*: do Supremo Tribunal Federal, com o inquérito processual, e do jornal Correio Brasiliense,

⁶ Paulo Henrique Amorim deu início à editoria de Economia da Revista Veja, em julho de 1970. Em 1976, foi diretor editorial da Revista Exame, logo que ela se tornou quinzenal (Abreu, 2003). Foi redator do Jornal do Brasil em 1982, trabalhou na Rede Globo de 1984 a 1996 (Lima, 2006).

que afirmava que "quem acusa o senador é o governo do próprio estado dele". A existência da página do STF e do veículo de comunicação projetados pela enunciação sugeriu a autenticidade das acusações, bem como a verdade do que se enunciava, respaldada pela credibilidade dos veículos. Junto aos políticos mencionados foram incluídos ainda outros, na fala do locutor: "Ao lado deles, estão os políticos separatistas". Os políticos mencionados de forma vaga, vão ser acusados de forma nominal em outros momentos das campanhas, permitindo aos telespectadores à o reconhecimento destas figuras, mesmo nesta maneira indireta de indicá-las.

Os separatistas defenderam-se da acusação de usurpadores dos recursos do Pará, apontando serem os mesmos "velhos políticos" que desejam que a situação do Pará continue a mesma, ou seja, ruim, sem crescimento, por se mostrarem incapazes de propor projetos para o desenvolvimento do Pará, principalmente no que tange às regiões autonomistas. Essa afirmação causou uma reviravolta nos programas do Não, que recuaram em somente descredenciar a causa separatista, passando a adotar estratégias discursivas de exibir um desenvolvimento exponencial que viria se dando recentemente, como forma de garantir um futuro promissor para todos, futuro garantido apenas com a manutenção da atual configuração do Estado. Sem ela, esse desenvolvimento estaria em risco, pelo deslocamento de recursos naturais do Pará para os novos estados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O plebiscito realizado no Pará em 2011 não deliberou acerca da escolha de candidatos, mas em relação a uma causa pública. No entanto, a apresentação das ideias no HGPE muitas vezes se confundiu com a imagem de políticos, seja pelo caráter experimental - o primeiro plebiscito realizado para a escolha do futuro de um Estado -, seja pelos interesses pessoais dos atores públicos envolvidos nas campanhas, cujas estratégias discursivas eram tanto de denúncia dos interesses do oponente, quanto de silenciamento de objetivos particulares.

Os macrodiscursos retomaram a disputa histórica que permeia o Brasil e a Amazônia: "O Brasil se debate hoje entre a racionalidade necessária de uma divisão administrativa que sirva como suporte ao desenvolvimento de base local e regional e uma divisão política que tem dado suporte a diversos tipos de interesses organizados no território" (Dutra, 1999, p. 14). Reordenamento administrativo e legitimidade política não

são necessariamente antagônicos, mas vêm sendo esquecidos pelos ímpetos particulares que se instauraram na atividade política, afastando-a dos princípios basilares da administração pública.

Os arranjos políticos empregados como estratégias nas campanhas televisivas das frentes do Não tinham por objetivos, velados, reproduzir a hegemonia dos grupos que controlam as estruturas de poder para manter o *status quo* do cenário político predominante, além do monopólio sobre a máquina pública estadual, sem permitir o crescimento de outros grupos no cenário político-econômico tão potencialmente rico como o do Pará.

Essa pretensão de controle do Pará, para ser invisibilizada, não reconheceu a legitimidade histórica dos discursos de emancipação da população das regiões do Carajás e do Tapajós, colocada à margem de uma proposta integradora de desenvolvimento e tratada como ingenuamente submissa ao interesse de poucos. Entendemos que as propostas de criação de novos estados desejem libertar-se do controle de grupos que centralizam seus esforços em Belém sem compreender as particularidades de um Estado de dimensões continentais, onde a falta de unidade entre grupos sociais culturalmente diversos é substancial.

As campanhas televisivas das frentes do Sim foram homogeneizadas ao abordar questões de regiões discrepantes. Tal fato torna-se evidente quando tentamos diferenciar um programa organizado pelas frentes pró Carajás ou pró Tapajós. Não foi possível identificar qual Estado as frentes responsáveis pelos programas estavam defendendo. Além disso, programas da frente favorável ao Carajás foram repetidos pela pró Tapajós e vice versa, o que indica que não houve a presença de uma linguagem própria para cada proposição de Estado, não se exibiram as particularidades históricas, culturais e econômicas das regiões separadamente. Tal similaridade nas campanhas em relação aos novos estados pode ter sido uma falta de visão dos elaboradores das campanhas do Sim ao abordarem a questão da diversidade regional e que foi constatada e levada para as urnas pelo povo, o que fez com que o resultado dos dois estados fosse parelho e a discussão das necessidades e particularidades de cada região, apagada.

Os divisionistas não conseguiram administrar uma questão complexa do ponto de vista estratégico da propaganda. Eles precisavam se dirigir à população de Belém, que tinha maior densidade de voto, mas para sensibilizar a respeito de uma questão que era das outras regiões. A propaganda precisou não só chamar atenção e persuadir, mas também se

diferenciar, gerar identificação para uma questão local forte, e, nesse ponto, ela foi inábil. A campanha do Sim não tocou o eleitor que desejava votar no Não, pois este não se reconheceu nela, a não ser pela afronta a sua condição de morador da área que teria condições superiores de vida em relação às regiões separatistas.

Os dados analisados permitem perceber que a grande oportunidade de realização do plebiscito de 2011 foi trazer à tona esse processo histórico, seja no sentido de estancá-lo, posto que colocado à prova - o que parece longe de acontecer - seja para ampliar o debate para a sociedade paraense, que teve pouco conhecimento sobre o assunto pela mídia hegemônica. A função de informação e debate promovida pelas campanhas plebiscitárias deveria ser marcada pela exposição das adversidades e diferenciações identitárias do Pará se a discussão sobre a reconfiguração do Estado fosse tomada como de interesse público e não de concorrência entre grupos político-econômicos.

DISCURSIVE DIVISION IN THE TELEVISION CAMPAIGNS IN THE 2011 PLEBISCITE IN PARÁ

ABSTRACT: The article discusses the creation of discourses on television campaigns of pro fronts and against the creation of the state of Carajás and Tapajós in the 2011 plebiscite, in Pará. The Free Time Electoral Propaganda began on November 11 and ended on 7 December. 80 programs were produced and 20 analyzed in the article, from the discourse analysis on the slope of Mikhail Bakhtin. The fronts campaigns worked with strategies that they offered two macroapeech: the cultural discourse of the integrity and unity of the population against division and economic discourse of the new states as a solution to the problems of Pará.

Keywords: Plebiscite in Pará; Discourses; Amazon.

REFERÊNCIAS

Abreu, Alzira; Lattman-Weltman, Fernando; Kornis, Mônica (2003). **Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro: FGV.

BAKHTIN, Mikhail (1998). **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. 4. ed. São Paulo: UNESP.

Brasil. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília-DF, Senado, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 22 jan. 2013.

Brasil (2011). Resolução 23.354, de 18 de agosto de 2011. **Dispõe sobre a propaganda plebiscitária e as condutas ilícitas nos plebiscitos no Estado do Pará.** Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/resolucao-23354>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

Dutra, Manuel Sena (1999). O Pará dividido: discurso e construção do Estado do Tapajós. Belém: NAEA/UFPA.

Fausto Neto, Antônio (1995). A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura da recepção. In: SOUSA, Mauro (Org.). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, p. 191-222.

_____. Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a AIDS. São Paulo: Hacker, 1999.

Fausto Neto, Antônio; Verón, Eliseo (2003). (Org.). Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker, São Leopoldo-RS: UNISINOS.

Lima, Venício (2006). Mídia: crise política e poder no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Petit, Pere (2003). Chão de promessas: elites políticas e transformações econômicas no estado do Pará pós-1964. Belém: Paka-Tatu.

Pinto, Lúcio Flávio (2014). A grande cisão. Jornal Pessoal. Belém, ano XXVIII, n. 574, dez., p. 1-2

Pinto, Lúcio Flávio (2011). Alguém pensa nele? Jornal Pessoal. Belém, ano XV, n. 503, dez., p. 1-3.

Pinto, Lúcio Flávio (2013). Pará: plebiscito e interesses, os de ontem e os de sempre. Jornal Pessoal. Belém, ano XXVI, n. 533, mar., p. 10-11.

Rodrigues, Adriano (2013). Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990. SENADO FEDERAL. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/>>. Acesso em: 21 jul.

Souza, Carlos Augusto da Silva (2014). A secessão nortista: aspectos socioeconômicos da redivisão territorial no Estado do Pará. Disponível em: http://www.bancoamazonia.com.br/bancoamazonia2/Revista/edicao_09/C&D_N_9_Secessao_Nortista.pdf>. Acesso em: 18 fev..

Tribunal Superior Eleitoral (2013). Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/plebiscitos-e-referendos>>. Acesso em: 23 mar.

Weber, Maria Helena. Delitos estéticos: a política na televisão. In: Fausto Neto, Antonio; Braga, Luiz; Porto, Sérgio (Org.) (1994). Comunicação, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim.