

A cisão discursiva do Pará nas campanhas televisivas do plebiscito em 2011

Evelyn Cristina Ferreira de Aquino

Mestre; Universidade Federal do Pará, Belém, PA, Brasil
evycristina@yahoo.com.br

Netília Silva dos Anjos Seixas

Doutora; Universidade Federal do Pará, Belém, PA, Brasil
netilia@uol.com.br

Resumo

O estudo observou como se engendraram os discursos sobre a extensão territorial 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 ocorreu de 11 de novembro a 7 de dezembro daquele ano. Ao todo, 80 programas foram produzidos, veiculados entre 12h e 12h10 e entre 19h30 e 19h40. Neste estudo, trabalhamos com 20 programas, vistos a partir da análise do discurso na vertente dialógica de Mikhail Bakhtin e da disputa por legitimação e descredenciamento de discursos, de Eliseo Verón. A análise mostrou que as frentes de campanhas atualizaram discursos históricos sobre o reordenamento de territórios na Amazônia, vozes que debatem a unidade territorial e a reestruturação da região para o desenvolvimento.

Palavras-chave

Plebiscito no Pará. Discursos. Comunicação. Amazônia.

1 Introdução

Neste estudo, analisamos o discurso da extensão territorial como estratégia discursiva presente em programas televisivos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) das frentes pró e contra a criação dos estados do Carajás e do Tapajós, no plebiscito ocorrido no Pará, em 2011.

Após a consulta de 2011, o debate sobre as questões territoriais e financeiras implicadas com as propostas de reordenamento estadual votadas no plebiscito perdeu o fôlego na mídia, fator negativo para a reflexão da sociedade, especialmente pelo descontentamento das parcelas populacionais localizadas nas regiões que ansiavam pelo surgimento do Carajás e do Tapajós. No entanto, as eleições municipais de 2012 para os cargos de prefeito e vereador, e as de 2014 para deputado estadual, deputado federal, senador, governador e presidente da República, foram marcadas por desdobramentos das estratégias discursivas empregadas nas campanhas do plebiscito de 2011, cujo resultado e cuja temática foram reutilizados. O espaço recebido nos meios de comunicação contribuiu, substancialmente, para os resultados dessas eleições.¹

As campanhas plebiscitárias de 2011 não apenas informaram o eleitor sobre propostas a serem votadas, mas expandiram discursos históricos para o futuro ao tratar de uma temática que incomoda, ao questionar o que está definido, cobrar respostas e estimular posicionamentos nos destinatários. A reformulação do território paraense continua reverberando após o plebiscito de 2011, cristalizando imaginários sobre a região amazônica e produzindo outros para circular, movimentando no tempo a temática da criação de novas unidades federativas. As competições interdiscursivas dos agentes do discurso compreendidas nas campanhas televisivas do plebiscito de 2011 perpetuam a discussão como uma “réplica viva”, formada na “mútua-orientação dialógica” de que nos fala Bakhtin (1998, p. 88-89).

Este artigo está estruturado em duas partes. Na primeira, contextualizamos historicamente dois eixos que nortearam a discussão das frentes antagônicas do plebiscito de 2011: a dicotomia entre extensão como sinônimo de unidade e integridade ou empecilho para a descentralização de recursos e serviços que alcancem a população de forma mais abrangente e nivelada. Na segunda, apresentamos a análise dos programas, utilizando como base a análise do discurso, aos moldes das proposições dialógicas de Mikhail Bakhtin (1998), e a disputa pela legitimação e pelo descredenciamento de discursos, de Eliseo Verón (1987).

¹ O Tribunal Superior Eleitoral autorizou o registro das frentes favoráveis e contrárias ao surgimento dos estados, compostas por políticos da Assembleia Legislativa do Pará, Câmara dos Deputados e Senado Federal para organizar as campanhas do plebiscito (BRASIL, [2013a]). O então deputado federal Zenaldo Coutinho (PSDB-PA), líder da Frente contra a criação do Estado do Carajás, já havia sido candidato à Prefeitura de Belém em 2000, mas foi eleito prefeito somente em 2012, após intensa exposição na mídia à frente da campanha do plebiscito de 2011. A principal bandeira levantada pelo político em 2012, além do apoio ao governador Simão Jatene (PSDB-PA), foi a luta contra a divisão do Pará. Outro político que chegou ao cargo de prefeito em 2012 foi o deputado estadual João Salame (PPS-PA), liderança da Frente pró-criação do Estado do Carajás em 2011 e eleito prefeito de Marabá em 2012, a possível capital do Estado do Carajás (AQUINO, 2015).

A Constituição de 1988 prevê, por meio de lei complementar, a transformação em Estado dos territórios federais da União (BRASIL, 1988). A votação plebiscitária foi regulamentada pela Lei nº 9.709/98 (BRASIL, 1998), que determina a participação da população diretamente interessada na decisão sobre os desmembramentos de territórios e a criação de novos estados. Assim, somente a população do Pará votou no plebiscito. Nesse sentido, o dia 11 de dezembro de 2011 marcou a história político-democrática do Brasil e, especialmente, do Estado do Pará, pioneiro na decisão, em plebiscito, sobre sua configuração político-territorial e administrativa.

Os eleitores foram às urnas e decidiram. Dos 4.848.495 votos válidos, 66,6% escolheram a não criação do Carajás e 66,08% votaram contra a criação do Tapajós. Carajás teve pouco mais de 1% de votos nulos e 0,41% de brancos, enquanto Tapajós teve 1% de votos nulos e 0,49% de votos brancos. A abstenção dos eleitores foi de 25,71% (BRASIL, [2013b]).

Apesar da recente realização do plebiscito no Pará, a discussão sobre a reconfiguração de territórios na Amazônia é histórica e permeada por disputas que acionam discursos diversos. Dentre eles, identificamos um que orienta grande parte dos estudos e projetos de atualização do mapa político-geográfico do Pará. O discurso da extensão territorial se apresentou nas campanhas televisivas plebiscitárias de 2011 como uma convergência temática, pois ambas as frentes - contra e favoráveis aos estados - trabalharam com o discurso, porém de maneira conflitante, dando continuidade à luta histórica de apropriação discursiva que perfaz a trajetória do Pará no que concerne ao rearranjo do seu território.

Previsto na Resolução nº 23.354/2011 (BRASIL, 2011), o HGPE aconteceu no rádio e na televisão do dia 11 de novembro ao dia 7 de dezembro de 2011. Foram 80 programas no total, com a veiculação diária de quatro programas por dia, com cinco minutos de duração cada, sendo dois das frentes pró e dois das frentes contra os novos estados. O horário no rádio foi das 7h às 7h10 e das 12h às 12h10; já na televisão foi das 12h às 12h10 e das 19h30 às 19h40. 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.

Em nível global, dos 80 programas veiculados no HGPE, identificamos 31 totalmente repetidos - 17 do Não e 14 do Sim. Além das reprises, outros programas misturaram partes já apresentadas em horários anteriores com conteúdos novos, o que não deixou de ser a

composição de um novo programa, que avaliamos como estrategicamente orientado para se configurar dessa forma.

Sorteamos aleatoriamente os programas a serem analisados, para garantir que todos tivessem a mesma chance de serem escolhidos; os repetidos foram incluídos no sorteio, pois consideramos essa conformação, em si, como uma estratégia enunciativa. Então, optamos por estudar dez dias de veiculação, com um programa do Sim e um do Não por dia, fechando um total de 20 programas analisados, número razoável que nos possibilitou obter informação expressiva das campanhas realizadas no que tange aos principais discursos

2 O discurso da extensão territorial: tema histórico e atual

O Pará possui 1.247.954,666 km², equivalente a 14,6% do território nacional. Isso faz do Estado a segunda maior unidade federativa do país. De acordo com o censo demográfico de 2010, o Pará possui 144 municípios e um total de 7.581.051 habitantes, dos quais 68,5% vivem em áreas urbanas, sendo 18,4% residente na capital de Belém (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010). Se fosse um país, o Pará seria o 25º maior do mundo. Na América Latina, seria menor apenas que o Brasil, a Argentina e o Peru. Sua população, por outro lado, seria a 97ª do mundo (PINTO, 2011a).

A divisão ou não do Pará para a criação do Carajás e do Tapajós 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 dos grupos que defendem.

Segundo Petit (2003), os movimentos que tensionam essa discussão 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).

O posicionamento dos regionalistas é de coibir qualquer ameaça à unidade nacional, pois receiam a perda dos recursos minerais do Estado, localizados nas áreas separatistas. Já o movimento separatista deseja instituir novas unidades federativas (PETIT, 2003).

Apesar do longo percurso das transformações que a região amazônica sofreu ao longo do tempo, Dutra (1999) identifica semelhanças entre os discursos parlamentares da época de 1840 para a criação ou não da Província do Amazonas, os discursos mais atuais que circulavam no Congresso Nacional sobre a criação de estados a partir do

desmembramento do Pará e aqueles observados nas campanhas do plebiscito de 2011. A questão da extensão territorial sempre esteve presente e sua fundação é ainda mais antiga e complexa do que se apresenta nas propostas de divisão da área que corresponde ao Pará.

O antropólogo Romero Ponte (2000) estudou as matrizes da construção da ideia hiperbólica de Amazônia que conquistou tanto o imaginário europeu quanto o dos nativos desde as primeiras expedições realizadas na região. A concepção de Amazônia monumental fixou-se como um arquétipo que se fortaleceu ao longo do tempo e permanece, até a atualidade, como modo de definição e compreensão da Amazônia, localmente e mundialmente.

Essa concepção está fundada no mito das Amazonas, originado a partir das narrativas de Frei Gaspar de Carbajal sobre a expedição de Francisco de Orellana pelo Rio Amazonas, em 1542. Às proximidades da foz do Rio Nhamundá, Orellana teria se encontrado com essas guerreiras, constituidoras de uma sociedade autônoma e contrária à ordem masculina. Visão exótica que colocava as Amazonas no papel dúbio de monstros que ameaçavam e exterminavam o colonizador que com elas cruzasse, mas que habitavam um espaço rico em tesouros protegidos a todo custo. Assim, consolidava-se o modelo da hipérbole de “[...] inferno de desvios e paraíso de riquezas [...]” (PONTE, 2000, p. 110).

A hipérbole como modelo de pensamento mítico sobre a Amazônia funcionou como um discurso de convencimento que aumenta a realidade Amazônica a infinitas possibilidades de exploração e enriquecimento para a conquista do Novo Mundo, em igual passo que subestima desmesuradamente seus habitantes (PONTE, 2000).

Em relação a esses dois eixos que são introduzidos desde a colonização como conflituosos em sua coexistência, natureza e homem, Dutra (2009, p. 65) complementa que “[...] exuberância de riquezas naturais, de um lado, e pequenez humana, de outro, são os dois polos geradores do campo no interior do qual se fixam as noções estereotipadas que dão substância à fabricação de diversificados modos de falas sobre a Amazônia.”

A partir do Brasil independente, o regime militar teve um papel fundamental na ocupação e expansão da fronteira amazônica e da propagação das ideias construídas sobre a região. O planejamento governamental elaborado para as regiões não era aleatório e ao acaso, pois, segundo Becker (1994), elas não possuíam autonomia, o que fazia com que fossem organizadas a partir das suas especificidades e de sua contribuição para a sociedade brasileira como um todo. A compreensão da Amazônia a partir da vocação a ela imposta de trazer benefícios ao país permite enxergá-la para além dos mitos que a fundam. Os embates

existentes dentro desse espaço são originados pelos problemas de inserção da região e do Brasil no contexto do capitalismo e da crescente reestruturação da sociedade. A explicação das dificuldades regionais que recorre ao exótico mascaram os problemas existentes em todo o Brasil (BECKER, 1994).

As ações desenvolvidas na Amazônia visavam sua modernização, atraindo mão de obra barata, oriunda principalmente do Nordeste brasileiro sob o apelo da propaganda de benefícios divulgada: “Homens sem terra à terra sem homens.” (WOOD; SCHMINK, 2012, p. 35). As ideias nacionalistas convidavam a “[...] uma grande e lucrativa aventura, a 'conquista da Amazônia' tornou-se um tipo de missão enaltecida, vinculada à grandiosidade da própria nação.” (WOOD; SCHMINK, 2012, p. 50).

Essas matrizes discursivas - território grande e população escassa -, ao serem permeadas por diferentes vozes que trazem em si diferentes ideologias e arcabouços culturais, vão se atualizando com o curso do tempo, guardando na memória coletiva da população as imagens de grandiosidade do Pará e das características do seu povo, para serem posteriormente reeditadas pela propaganda política. Como já dissera antes Bakhtin (1998, p. 292), “[...] cedo ou tarde, o que foi ouvido e compreendido de modo ativo encontrará um eco no discurso ou no comportamento subsequente do ouvinte [...]”.

Observando as campanhas televisivas no plebiscito de 2011, percebemos que a enunciação construída nos programas representa a identidade de determinadas formas em detrimento de outras que são excluídas, de acordo com os interesses da propaganda. Segundo Trindade, as representações que a propaganda cria das situações no cotidiano, das características dos sujeitos e seus modos de expressão, devem “[...] apresentar uma construção sógnica estereotipada, modelizada, pois tais mensagens devem ter uma fácil decodificação e assimilação de seus conteúdos [...]” (TRINDADE, 2012, p. 40).

Como explica Trindade (2012), os estereótipos constituem uma memória coletiva que é resgatada pelo discurso da propaganda e que, ao mesmo tempo, ajuda a construí-la junto aos sujeitos. A propaganda estimula a memória ao trazer à tona os desejos coletivos históricos de uma sociedade a partir da idealização do cotidiano, utilizando uma argumentação convincente e uma sedução estética nas mensagens (TRINDADE, 2012).

3 As campanhas televisivas do plebiscito de 2011: discursos que não cabem na telinha

Nas campanhas do HGPE, discursos mais amplos, como o político, o econômico e o sociocultural foram apresentados por todas as frentes, de acordo com os interesses de cada uma e com a ressonância semântica que gostariam de provocar. Outros mais particulares, como discurso da integridade regional; do desenvolvimentismo; dos estados que deram certo; do abandono e da ingovernabilidade; da ingerência externa; e dos estados inviáveis e o discurso da extensão territorial - que é o enfoque deste artigo e será tratado mais à frente, formaram um conjunto de propostas que foram se adaptando às investidas rivais e conformando suas estratégias discursivas consecutivas (AQUINO, 2013)².

As frentes estabeleceram um diálogo constante ao longo dos programas, o que nos permite recorrer a Bakhtin (1998). O autor considera que o discurso produzido por um sujeito leva em consideração o outro, criando tensionamentos ideológicos e históricos nos modos de expressão.

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, penetrar em todos os seus estratos semânticos, tornar complexa a sua expressão, influenciar todo o seu aspecto linguístico. (BAKHTIN, 1998, p. 86).

Nos programas analisados, o caráter dialógico era de ataque e descredenciamento das propostas das frentes rivais e da legitimação das suas. Conforme Verón (1987, para construir discursivamente o adversário existem os atos de enunciação do enunciador e também os atos de enunciação opostos a eles. Os atos de enunciação políticos podem ser verdadeiros ou possíveis, mas serão sempre “[...] uma réplica e supõe (ou antecipa) uma réplica [...]” (VERÓN, 1987, p. 16, tradução nossa). O imaginário político funciona como “[...] uma espécie de *desdobramento que se situa na destinação* [...]”, ele identifica os destinatários positivo e negativo e direciona seu discurso “a ambos ao mesmo tempo” (VERÓN, 1987, p. 16, tradução nossa). Sobre a relação entre esses destinatários, Verón (1987) propõe:

² Essa análise foi feita com o objetivo de conhecer como se constituíram as estratégias discursivas nas campanhas televisivas das frentes pró e contra a criação dos estados do Carajás e do Tapajós no plebiscito de 2011, no Pará, e quais os sentidos ofertados por essas estratégias.

O laço com o primeiro repousa no que podemos chamar de *crença pressuposta*. O destinatário positivo é essa posição que corresponde a um receptor que participa das mesmas ideias, que adere aos mesmos valores e persegue os mesmos objetivos que o enunciador: o destinatário positivo é antes de tudo o partidário. O *prodestinatário*. A relação entre o enunciador e o prodestinatário cobra, no discurso político, a forma característica de uma entidade que chamaremos de *coletivo de identificação*. O destinatário negativo está excluído do coletivo de identificação: essa exclusão é a definição mesma do destinatário negativo. Ao destinatário negativo chamaremos *contradestinatário*. O laço com este repousa, por parte do enunciador, na hipótese de uma *inversão* da crença: o que é verdadeiro para o enunciador é falso para o contradestinatário e inversamente; ou melhor: o que é sinceridade para o enunciador é má fé para o contradestinatário, etc. Na verdade, esse outro discurso que habita todo discurso político não é outra coisa que a presença, sempre latente, da *leitura destrutiva* que define a posição do adversário. (VERÓN, 1987, p. 17, tradução nossa).

É importante destacar, ainda, que, apesar de apresentarem propostas antagônicas para as diferentes regiões do Estado, as campanhas de todas as frentes foram direcionadas à população de Belém, que possui dois terços dos eleitores do Estado. Desse número, mais de 90% declararam ser contra a criação dos estados (PINTO, 2012). Nas três pesquisas de opinião realizadas sobre o plebiscito nos dias 11 e 25 de novembro e 9 de dezembro de 2011, o Não apresentou larga vantagem à frente do Sim.

3.1 Os embates sobre a extensão territorial nas campanhas televisivas

O discurso da extensão territorial foi escolhido para ser discutido com mais cuidado, tendo em vista seu uso frequente na maioria dos estudos e projetos que vêm sendo apresentados desde o período colonial para a criação de novas unidades federativas na Amazônia, como apresentado por Souza (2011), Dutra (1999), Petit (2003), Rodrigues (2006) e Morbach (2012).

Os discursos colocavam o tamanho em oposição a uma população rarefeita espalhada em uma imensidão de área como grande entrave para a ação do governo em todo o Estado do Pará. Tal justificativa política está relacionada à fronteira de ocupação da Amazônia, que se intensificou com os projetos de integração do período militar, cujo discurso nacionalista colocava a região como isolada e vazia demograficamente, portanto incapaz de se desenvolver.

Por outro lado, o discurso da extensão territorial é utilizado pelos que se opõem aos novos estados como algo positivo, pela grandiosidade de riquezas naturais, possibilidades de atividades lucrativas e pela heterogeneidade cultural que marca a identidade paraense.

O primeiro programa do plebiscito exibido no dia 11 de novembro de 2011, à tarde, a frente contra Carajás lançou os principais discursos que foram abordados ao longo das campanhas: o discurso da integridade regional do Pará, que envolveu a manutenção da união do Estado, por meio da defesa da grandeza territorial, da riqueza de recursos, do multiculturalismo e do dinamismo das atividades econômicas, questões ameaçadas pela divisão.

Um videoclipe interpretado pela cantora paraense Leila Pinheiro foi apresentado e continuou sendo repetidamente exibido em outros programas, por inteiro ou em partes. O videoclipe, geralmente inserido no começo e ao final dos programas, foi uma estratégia enunciativa que condensava o discurso de manutenção das configurações do Pará.

O videoclipe ainda enaltecia as riquezas do atual Pará, bem como a força e a diversidade cultural do seu povo. As imagens valorizavam o orgulho de pertencer ao Estado, orientadas pelo *slogan* da campanha dos unionistas: *Não e não! Ninguém divide o Pará*. A bandeira do Pará foi exaustivamente mostrada, assim como lugares turísticos de Belém, como as praças, a Feira do Ver-o-Peso, o Forte do Castelo, a Cidade Velha e a Estação das Docas. Há ainda outros lugares, como o arquipélago do Marajó, localizado na região que ficaria no Pará dividido, e Alter do Chão, em Santarém, cidade escolhida para capital do Tapajós.

Trechos do Hino estadual foram primeiramente interpretados na voz da cantora, seguindo-se a de pessoas desconhecidas: “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.”. As imagens adiante (Figuras 1, 2 e 3) evidenciam o exposto:

Figuras 1, 2 e 3 - Clipe musical interpretado por Leila Pinheiro



Fonte: PROGRAMA DA FRENTE CONTRA CARAJÁS (2011).

Para Dutra (1999, p. 15), “[...] a identidade que se apoia no valor simbólico do pertencimento ao mesmo território é importante por torná-lo um bem coletivo, um patrimônio a ser preservado e deixado como herança para gerações futuras.”. Essa perspectiva inaugura com os princípios do Estado-Nação e se expande para âmbito regional (DUTRA, 1999). O uso exacerbado de ingredientes culturais paraenses, mesmo que limitados a um determinado recorte geográfico do Estado, é resultado desse entendimento.

Bakhtin (1998 p. 291-292) explica que, ao apreender um determinado discurso, o indivíduo assume em relação a ele uma “atitude responsiva ativa”. Desde o momento inicial de compreensão do que foi proferido, o sujeito começa a organizar uma resposta, independentemente de como ela será dada: “Ele concorda ou discorda (total ou parcialmente), completa, adapta, apronta-se para executar, etc., e esta atitude do ouvinte está em elaboração constante durante todo o processo de audição e de compreensão [...]” (BAKHTIN, 1998 p. 291-292). A partir do que postula Bakhtin (1998), podemos entender que a compreensão de quem fala está sempre sujeita à resposta que será produzida, independentemente de haver intenção, invertendo-se os papéis de ouvinte e locutor. O falante, por sua vez, profere o enunciado sempre reclamando uma resposta, seja de que tipo for.

As campanhas pró-estados responderam a esse discurso de preservação da integridade afirmando que existe uma contradição entre um Estado pleno de recursos naturais e pobre em condições sociais.³ No programa do dia 21 de novembro de 2011, à noite, da 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 DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS, 2011a).

As campanhas do Sim, além de contestarem o discurso da manutenção das dimensões do Pará, buscaram defender-se das acusações de que os novos estados iriam

³ Conforme Lúcio Flávio Pinto (2011b), o Pará é o segundo maior produtor de divisas para o Brasil, o terceiro maior exportador de energia bruta, quinto maior produtor de energia e sexto exportador bruto. O subsolo paraense é rico em minérios, o que lhe rendeu a primeira posição como exportador de ferro e maior produtor de alumina, além de terceiro maior produtor de bauxita a nível mundial. Outros produtos também constam na sua pauta de produção de forma significativa: caulim, cobre e níquel. Por outro lado, o Pará é o 16º em índice de desenvolvimento humano (IDH) e 21º em PIB/per capita - riqueza distribuída pela população. Os números explicam o fato de o Estado ser diversificadamente rico em recursos naturais, mas ter uma população pobre, pois essas riquezas são destinadas aos mercados externos. O Pará é ainda um dos estados mais violentos do Brasil, desde o número de homicídios, até a degradação da floresta, duas causas que têm ligação devido à valorização das práticas de extração natural, que acaba promovendo o assassinato dos que disputam entre si ou se opõem a essa atividade (PINTO, 2011b).

roubar os recursos naturais que representam grandes vantagens para o Estado. Mais à frente, a locutora retoma a fala:

Desde que o Pará existe, ele tem minérios, florestas e rios, mas isso não tem melhorado a vida das pessoas que a cada dia ficam mais pobres, isso, porque existe a Lei Complementar 87/1996, batizada de Lei Kandir, que isenta do ICMS todas as exportações de minério. E mais, pela Constituição brasileira, as áreas de preservação, os rios, os minérios e o subsolo pertencem à União, ao Governo Federal e não ao Pará.⁴ Quando dizem pra você que vamos perder as riquezas, que o Pará vai ficar pequeno, que o Pará vai perder, estão simplesmente querendo meter medo em você. (PROGRAMA DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS, 2011a).

A Lei Kandir (87/1996) (BRASIL, 1996), criada durante o governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2003), estabeleceu a aplicação do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviços (ICMS) de Transporte Interestadual, Intermunicipal e de Comunicação. A Lei Complementar foi proposta pelo Ministro do Planejamento Antonio Kandir (BRASIL, [2013a]).

A Lei Kandir estabelece como norma a isenção do pagamento de ICMS sobre as exportações de produtos primários e semielaborados ou serviços, o que é favorável para o lucro de empresas no Pará que atuam nesses segmentos de atividades, mas prejudicial à economia do Estado, pela perda de arrecadação, devido à isenção do imposto nesses produtos. Por esse motivo, a lei sempre provocou polêmica para o governo do Pará como grande Estado exportador. É importante frisar que a aprovação dessa Lei contou com a anuência do ex-governador do Pará, Almir Gabriel (PSDB-PA), que era da base do governo FHC e aliado político de Simão Jatene, sucessor de Almir no governo do Estado.

O programa do dia 29 de novembro de 2011, à noite, da frente contra Tapajós, adotou como estratégia a convocação dos jovens para votar no plebiscito como defensores da unidade física do Pará. A apresentadora, em estúdio, com a imagem da Bandeira do Pará em movimento, como se estivesse hasteada, o que sugere um efeito de sentido de existência do Estado, falou: "O plebiscito é o assunto da hora em todos os cantos do Pará e os jovens, que são 21% do eleitorado, estão prontos pra dizer o que pensam.". A imagem é transferida para ambientes externos como praças, corredores e fachadas de escolas e universidades, mostrando jovens de forma espontânea, interagindo uns com os outros e realizando

⁴ A partir de 1960, a administração federal começou a adotar uma série de medidas com o intuito de promover uma reorganização político-institucional, bem como mudanças espaciais e territoriais na Amazônia para garantir a intervenção na região. Dentre os atos realizados, temos, em 1971, o Decreto Lei n. 1.164/71 (BRASIL, 1971) e o Decreto Lei n. 1.473/76 (BRASIL, 1976), que promoveram a federalização das terras situadas nos estados da Amazônia Legal, "[...] as terras devolutas situadas na faixa de 100 quilômetros de largura em cada lado do eixo das rodovias construídas, em construção ou simplesmente projetadas.". A ação reivindicou a apropriação de 66% de áreas pertencentes ao Pará para o controle da União (INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, SOCIAL E AMBIENTAL DO PARÁ, 2011).

atividades comuns, como estudar e utilizar aparelhos celulares e computadores (Figuras 4, 5 e 6).

Figuras 4, 5 e 6 - Jovens reunidos em diferentes locais de Belém.



Fonte: PROGRAMA DA FRENTE CONTRA TAPAJÓS (2011a).

Ainda no programa do dia 29 de novembro, à noite, da frente contra Tapajós, a voz do locutor deu seguimento à estratégia enunciativa de provocar o interesse dos jovens de ir às urnas: “São mais de um milhão e 22 mil eleitores jovens entre 16 e 24 anos que têm nas mãos o futuro do Pará. Muitos deles vão exercer pela primeira vez o seu direito de voto, ajudando a tomar uma decisão histórica que vai influenciar em todo o nosso futuro.”

A partir daí, são apresentadas entrevistas de vários jovens, as falas parecendo cuidadosamente programadas e alinhadas aos discursos construídos nas campanhas dos opositoristas. Sob a aparência de uma suposta espontaneidade, evidenciada pelos índices vocais e corporais de conversação, os depoimentos demonstraram interesse pelo plebiscito e pela manutenção das proporções territoriais do Pará como única garantia de crescimento. Os efeitos dialógicos, como entende Bakhtin (1998), intensificaram-se à medida que o entrevistador interpelava o eleitor jovem de um modo despojado de cerimônias, lançando mão de um modo de fala coloquial, mais próximo da linguagem desse público.

O programa volta para o estúdio, desta vez com o mapa do Pará sobre o fundo branco, o apresentador respondendo ao argumento dos divisionistas de que a população do Pará está à míngua com tanta pobreza. Explica que pobreza existe em todo o lugar, mas seu extermínio só poderá ocorrer por meio da manutenção da força do Estado, oriunda de sua atual proporção. Nesse momento, o programa convoca não apenas a união da população, mas a aproximação dos governos federal e estadual e da classe política e da sociedade para discutir e promover políticas públicas que possibilitem o avanço das riquezas do Estado em

direção aos seus lugares mais desassistidos. O apresentador, de forma cadenciada, quase professoral, desenvolve:

Todos nós, de todas as regiões do Pará, estamos aprendendo com esse plebiscito, estamos aprendendo a olhar uns para os outros. Estamos descobrindo que o Pará somos todos nós e que não é dividindo que a gente vai resolver os nossos problemas. (PROGRAMA DA FRENTE CONTRA TAPAJÓS, 2011a).

No programa do Não do dia 12 de novembro de 2011, à tarde, da frente contra Tapajós, o narrador explicava: “No Brasil, muitos pequenos estados não se sustentam sozinhos, recebem recursos do governo federal, mas a população continua pobre, tendo uma vida ruim. Dividir o Pará é colocar o Tapajós nessa lista.”. As imagens em preto e branco ofertaram um efeito de sentido de algo ruim (Figuras 7 e 8).

Figuras 7 e 8 - Exemplos de estados pequenos e criados com sérios problemas.



Fonte: PROGRAMA DA FRENTE CONTRA TAPAJÓS (2011b).

Em sintonia com a percepção de uma população que se agarra à extensão do Estado como uma de suas bandeiras seculares de esperança de futuro, o Sim lançou a estratégia discursiva que buscou minimizar a perda territorial, exaustivamente criticada pelo Não, comparando a área que as frentes do Sim denominaram de *novo Pará* com a de outros estados mais desenvolvidos.

No programa do dia 21 de novembro de 2011, à noite, da frente pró-Tapajós, uma voz feminina enunciou: “Você sabia que o novo Pará vai ficar quase do tamanho de São Paulo, o Estado mais forte e mais rico do Brasil e quatro vezes maior que o Rio de Janeiro?”. Menor tamanho – em relação ao Pará existente – é exaltado como algo benéfico, pois irá tirar o Pará da asfixia que a própria extensão o coloca em relação à carência de serviços públicos:

E mais uma boa notícia, o Ministério do Trabalho confirma: depois da divisão, 70% dos empregos com carteira assinada ficarão no novo Pará [...]. Com o seu atendimento mais desafogado e com mais dinheiro e menos gente, Belém e o novo Pará serão, com certeza, os primeiros a modernizar

todo o seu sistema de saúde. (PROGRAMA DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS, 2011a).

Enquanto as falas eram proferidas, imagens sucessivas de trabalhadores com carteira de trabalho em mãos e infraestrutura de hospitais eram apresentadas, provocando um efeito de sintonia entre o que se via e o que se ouvia no HGPE (Figuras 9, 10 e 11).

Figuras 9, 10 e 11 - Benefícios para o novo Pará.



Fonte: PROGRAMA DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS (2011a).

3.2 Estratégias televisivas de enunciação nas campanhas

Certas construções de linguagem acionadas pelos apresentadores como estratégia enunciativa marcaram as campanhas do plebiscito. A expressão *novo Pará*, empregada em vários programas do Sim, provocou o efeito de sentido de que a criação dos estados, apesar de diminuir a extensão do atual Pará, seria positiva, para convencer a população de que a divisão seria proveitosa para todos, sobretudo para aqueles que ficariam no Pará remanescente. Com efeito, essa expressão condensou e reforçou os argumentos do Sim em uma novidade otimista para o futuro do Estado.

No caso das frentes contrárias à divisão, termos como *Parazinho*, além de expressões como “cortar o Pará em pedaços” (Programa do Não, 11 dez. 2011, tarde, Frente contra Carajás), tinham um caráter pejorativo e sentidos de perda e até mesmo de amputação do território, de forma a deslegitimar e ridicularizar as propostas do Sim, como nos explicou, em outro momento, Verón (1987).

Notamos que o discurso político nas campanhas plebiscitárias de 2011 implicou o uso de estratégias de convencimento em que o interlocutor garantiu a sua presença, tomando para si o direito da palavra como forma de impor ideologicamente seus valores,

pois, como afirma Verón (1987), o enfrentamento entre diferentes pontos de vista acontece como uma disputa entre enunciadores, cuja enunciação está ligada à construção de um oponente rival.

Para a execução desse projeto de disputa discursiva, o discurso político e a propaganda precisaram estar afinados. A persuasão inerente tanto ao discurso político quanto ao discurso da propaganda parte do pressuposto do interesse do enunciador para legitimar-se. O locutor deve projetar-se como interessado em conquistar a opinião do destinatário (VERÓN, 1987).

Um dos argumentos do Sim para rebater o argumento do Não de integração territorial apontou a necessidade de descentralização de investimentos concentrados na capital e região de sua abrangência 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. A estratégia foi explorada recorrendo-se às informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística para destacar os piores índices de desenvolvimento humano, saúde, educação e saneamento básico em que o Pará se encontrava, o que constataria a ingovernabilidade de um Estado de grandes proporções.

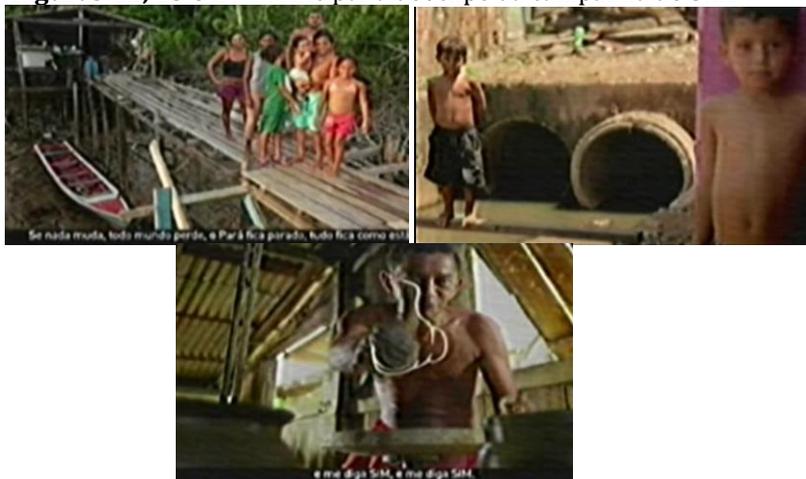
A linguagem e os jogos de palavras apareceram no videoclipe como estratégias discursivas em uma espécie de súplica à piedade de Belém:

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 DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS, 2011b).

O videoclipe mais exibido nos programas das frentes pela criação dos estados (Figuras 12, 13 e 14) apresentava várias imagens de pobreza profunda: famílias, mulheres e crianças apareceram em situações degradantes de moradia e saneamento, com expressões apáticas, com poucas ou quase nenhuma condição de crescimento humano. 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, em que a miséria e a precariedade das condições de vida simbolizavam a realidade da população das regiões separatistas. As imagens combinadas ao texto em *off*

também mostravam que nessas regiões existiam muitos trabalhadores e gente honesta que mereciam um futuro mais digno.

Figuras 12, 13 e 14 - Principal videoclipe da campanha do Sim.



Fonte: PROGRAMA DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS (2011b).

Os macroindicadores sociais referentes à situação paraense foram bastante utilizados como estratégia discursiva de denúncia de uma situação mostrada como assustadora. No programa do dia 19 de novembro de 2011, à noite, da frente pró-Carajás (repetido do dia 18 de novembro, pela manhã, da frente pró-Tapajós), a apresentadora que anunciou os dados da pesquisa do Censo Demográfico de 2011, realizada pelo IBGE, e que já esteve à frente de vários programas do Sim, empregou um tom de pânico: “Os números do Pará são os piores de todo o Brasil.”. Informações sobre saneamento, renda, pobreza e alfabetização foram apontados pela locutora com o auxílio de uma tela ao seu lado, na qual as informações iam aparecendo.

A comparação foi feita em relação a outros estados. Em seguida, outra apresentadora, também frequentemente presente nos programas do Sim, deu sequência ao encadeamento discursivo iniciado pela primeira. A fala se tornou ainda mais séria, carregada de indignação e tristeza: “Quem vota contra o Sim está votando, sem saber, é contra o Pará e contra o nosso povo pobre que ganha uma miséria por mês e contra os nossos professores e contra os nossos médicos que estão sem condições de trabalhar.”. Os efeitos de sentido possíveis novamente procuraram reforçar o abandono em que o Estado se encontrava e, conseqüentemente, a insuficiência de recursos do governo para todo o Pará.

As campanhas televisivas do Sim reconheceram a expressividade territorial do Pará, mas eram contra a sua permanência, em nome dos novos estados. À população de Belém direcionavam-se não estratégias de exaltação, mas de apelo a um compromisso de mudança.

Já a população das regiões emancipacionistas era mostrada cercada por mazelas sociais, imagem contraditória ao discurso positivo de abundância territorial.

O Não apropriou-se do estereótipo de magnitude natural do Pará por meio de estratégias discursivas que enfatizaram a grandeza territorial composta por uma variedade de recursos naturais importantes para a economia do Estado. Em relação às pessoas, a miscigenação foi celebrada como algo positivo, pois seguia o discurso de orgulho e de preservação da heterogeneidade cultural. Os paraenses foram mostrados com características físicas e falares estereotipados no que concerne às imagens construídas sobre a população amazônica, como o índio e as pessoas do interior. As imagens exibidas de paisagens, de pessoas e de atividades econômicas estão presentes no imaginário da população, assim como os discursos ali subjacentes.

4 Considerações Finais

A trajetória de ocupação e constituição da Amazônia aponta para a busca do desenvolvimento que sempre foi ditado pelo governo, desde o período colonial até a República contemporânea, com a participação de grupos econômicos e políticos diversos. Essa perspectiva de desenvolvimento veio acompanhada da busca de modernização e integração por meio de crescimento econômico e expansão infraestrutural.

Contudo, as contradições da região dificultam a concretização do plano de modernização pensado para a Amazônia, pois uma transformação não poderia ocorrer só por imposição, mas no diálogo com a sociedade e suas instituições, considerando a cultura e os valores regionais. Percebemos que a incapacidade de conciliar uma tradição, que se conserva e se modifica no tempo, a um projeto de modernização que avança ferozmente, inviabiliza a compreensão do processo histórico que configurou gradualmente o acontecimento do plebiscito no Pará, em 2011.

Observamos que uma dicotomia de interesses é imposta ao Pará: de um lado a manutenção das formas de poder edificadas na região que defendem os limites geométricos tradicionais, ancorados na noção de tamanho como riqueza e prosperidade e do outro o esforço para o ingresso de outros grupos, 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.

Os discursos das Frentes corroboraram a disputa histórica que permeia o Brasil e a Amazônia sobre a necessidade de reconfiguração administrativa para estimular o

desenvolvimento local e uma concentração política que subsidia interesses diversos no território. Reordenamento administrativo e legitimidade política não são necessariamente antagônicos, mas vêm sendo dissolvidos pelos ímpetos particulares que se instauram na atividade política, que se afasta dos princípios basilares da administração pública (DUTRA, 1999).

Adversários históricos empregam o discurso da extensão territorial, moldando sentidos dissonantes para a população. Ao mesmo tempo em que a região é grandiosa, como quer o poder centralizador dos unionistas, é infortuna, como julgam os emancipacionistas.

Os investimentos discursivos observados no HGPE produziram sentidos das diversas vozes e de suas interações que se deram no contexto público. O processo de apresentação do plebiscito aconteceu pela reconstrução de conhecimentos antigos sobre a divisão do Pará, condensados conforme as visões de mundo dos enunciadores responsáveis pelos programas das frentes e das operações discursivas praticadas por eles para ofertarem sentidos que pudessem prover os eleitores de conhecimentos.

O Não construiu uma imagem positiva do Estado e de seus moradores como defensores dos interesses do atual Pará, não dividido, e estimulou principalmente o orgulho de pertencer a um Estado tal qual ele se apresenta. As estratégias enunciativas elaboradas foram diversificadas: videoclipes, apresentadores em estúdio e nas ruas, histórias de vida, carreatas, entrevistas com pessoas nas ruas.

O “ser paraense” foi representado nas imagens de símbolos presentes no imaginário coletivo da região do Pará remanescente, principalmente imagens editadas de Belém, os pontos turísticos, a Bandeira, o Hino, a gastronomia, a presença de artistas locais. As imagens valorizam o orgulho de pertencer ao Estado, orientadas pelo *slogan* da campanha dos unionistas: *Não e não! Ninguém divide o Pará*. Os aspectos formais das campanhas unionistas, em comparação com as campanhas emancipacionistas, tornaram as primeiras mais agradáveis de se ver.

O Sim, por sua vez, explorou a miséria como realidade na vida da população das regiões separatistas, onde as pessoas não compartilham das mesmas possibilidades de crescimento que os habitantes de Belém. Implicitamente, a estratégia discursiva acionada atacava e acusava os moradores da capital de terem uma vida abastada às custas do trabalho da população das regiões que buscam a emancipação, pois os recursos não alcançariam de forma equânime a todo o Estado, tanto pelo seu tamanho, quanto pela sua malversação.

As frentes separatistas mostraram, por meio de imagens, falas e até mesmo músicas com mensagens de sofrimento, as mazelas sociais que precisavam ser sanadas. A discussão foi resumida a fatores econômicos. A divisão do Estado seria a solução imediata para resolver todos os problemas do Pará, que foram denunciados pelos indicadores macroeconômicos. A estratégia foi explorada recorrendo-se às informações do IBGE para destacar os piores índices de desenvolvimento humano, da saúde, da educação e de saneamento básico em que o Pará se encontrava, o que evidenciaria a ingovernabilidade de um Estado de grandes proporções.

A metodologia utilizada observou a prática enunciativa entre as campanhas das frentes adversárias do plebiscito como um de seus condutores mais interessantes. Os embates estabelecidos nas concorrências discursivas de construção e desqualificação de argumentos acionaram respostas em função da campanha oponente, fazendo provocações e pressentindo as respostas para posterior criação de uma nova estratégia discursiva. A grandiosidade geográfica do Pará foi mostrada de diferentes formas, dependendo dos objetivos de cada frente e da interação que sofriam no curso das campanhas.

Referências

AQUINO, Evelyn. **A encenação político-partidária do plebiscito no Pará: reflexões sobre as estratégias comunicativas no debate eleitoral**. 2013. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Jornalismo, Cidadania e Políticas Públicas) - Universidade da Amazônia, Belém, 2013.

AQUINO, Evelyn. **Sim ou não? O plebiscito no Pará em 2011, estratégias discursivas e sentidos nas campanhas televisivas**. 2015. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Federal do Pará, Belém, 2015.

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

BECKER, Bertha. **Amazônia**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1994.

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

BRASIL. Decreto-Lei nº 1.473, de julho de 1976. Altera o Decreto-Lei nº 1.164, de 1 de abril de 1971. Brasília, 1976. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/Del1473.htm>. Acesso em: 6 out. 2016.

BRASIL. Decreto-Lei nº 1.164, de 1º de abril de 1971. Declara indispensáveis à segurança a ao desenvolvimento nacionais terras devolutas situadas na faixa de cem quilômetros de largura em cada lado do eixo de rodovias na Amazônia Legal, e dá outras providências. Brasília, 1971. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del1164.htm>. Acesso em: 6 out. 2016.

BRASIL. Lei complementar nº 87, de 13 de setembro de 1996. Dispõe sobre o imposto dos estados e do Distrito Federal sobre as operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, e dá outras providências. (LEI KANDIR). Brasília, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp87.htm>. Acesso em: 06 out. 2016.

BRASIL. Senado Federal. **[Portal]**. Brasília, [2013a]. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/>>. Acesso em: 21 jul. 2013.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Plebiscitos e referendos**. Brasília, [2013b]. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/plebiscitos-e-referendos>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.354, de 18 de agosto de 2011. Dispõe sobre a propaganda plebiscitária e as condutas ilícitas nos plebiscitos no Estado do Pará. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/resolucao-23354>>. Acesso em: 6 out. 2016.

DUTRA, Manuel. **A natureza da mídia**: os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta. São Paulo: Annablume, 2009.

DUTRA, Manuel. **O Pará dividido**: discurso e construção do Estado do Tapajós. Belém: NAEA/UFPA, 1999.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, SOCIAL E AMBIENTAL DO PARÁ. **Estado do Pará**: (di)visões territoriais, perspectivas sociais, econômicas, financeiras e ambientais – ocupação e uso do território, federalização territorial e recursos naturais. Belém: Governo do Pará, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

MORBACH, Maria. **As perspectivas políticas da criação do estado de Carajás a partir do ponto de vistas das representações parlamentares municipais**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Pará, Belém, 2012.

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

PINTO, Lúcio Flávio. Menos Amazônia. **Jornal Pessoal**, Belém, v. 24, n. 488, p. 1-3, maio, 2011a.

PINTO, Lúcio Flávio. O programa dos candidatos e a integridade territorial. **Jornal Pessoal**, Belém, v. 27, n. 566, p. 11, agosto, 2012.

PINTO, Lúcio Flávio. São Paulo *dixit*. **Jornal Pessoal**, Belém, v. 24, n. 493, p. 1-2, julho, 2011b.

PONTE, Romero. **Amazônia: a hipérbole e o pretexto**. 2000. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Curso de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2000.

PROGRAMA DA FRENTE CONTRA CARAJÁS. [Programa exibido em 11 nov. 2011, 12h-12h05]. Belém, 2011.

PROGRAMA DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS. [Programa exibido em 21 nov. 2011, 19h30-19h35]. Belém, 2011a.

PROGRAMA DA FRENTE PRÓ-TAPAJÓS. [Programa exibido em 11 nov. 2011, 12h05-12h10.]. Belém, 2011b.

PROGRAMA DA FRENTE CONTRA TAPAJÓS. [Programa exibido em 29 nov. 2011, 19h30-19h35]. Belém, 2011a.

PROGRAMA DA FRENTE CONTRA TAPAJÓS. [Programa exibido em 12 nov. 2011, 12h00-12h05]. Belém, 2011b.

RODRIGUES, Marcos Mascarenhas B. **Região, regionalização e rede política: um estudo sobre a atuação da associação dos municípios do Araguaia-Tocantins**. 2006. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Curso de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2006.

SOUZA, Carlos Augusto. Os discursos divisionistas e a criação de novos estados na Amazônia: impacto no arranjo federativo. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 35., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2011, p. 1-15.

TRINDADE, Eneus. **Propaganda, identidade e discurso**. Porto Alegre: Sulinas, 2012.

VERÓN, Eliseo *et al.* **El discurso político: lenguajes y acontecimientos**. Buenos Aires: Hachette, 1987.

WOOD, Charles H.; SCHMINK, Marianne. **Conflitos sociais e a formação da Amazônia**. Belém: EDUFPA, 2012.

The discursive division of Pará in the plebiscite of television campaigns in 2011

Abstract

This study analysed how the discourses on territorial extension were engendered in television campaigns of pro and against fronts the creation of the States of Carajás and Tapajós in the plebiscite, in Pará, in 2011. The Free Time Electoral Propaganda occurred from November 11th to December 7th, totalizing 80 programs from 12 PM to 12:10 PM and from 7:30 PM to 19:40 PM. In this article, we consider 20 programs studied by the discourse analysis in the dialogic aspect of Mikhail Bakhtin and the competition for legitimacy and discredit speeches of Eliseo Verón. The analysis showed that the fronts of campaigns updated historical speeches about the reordering of territories in the Amazon. These voices debated the territorial unity and the restructuring of the region for development.

Keywords

Plebiscite in Pará. Discourses. Communication. Amazon.

Recebido em 01/05/2016

Aceito em 08/08/2016