

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM LINGUÍSTICA

JUCINÉIA SERAGLIO

**A CIDADE DE CÁCERES NAS PROPAGANDAS ELEITORAIS 2012:
DISPUTA DE SENTIDOS**

CÁCERES-MT
2015

JUCINÉIA SERAGLIO

**A CIDADE DE CÁCERES NAS PROPAGANDAS ELEITORAIS 2012:
DISPUTA DE SENTIDOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade do Estado de Mato Grosso como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística.

Orientadora: Prof.^a Dra. Neuza Benedita da Silva Zattar.

**CÁCERES-MT
2015**

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central

Seraglio, Jucinéia.

A cidade de Cáceres nas propagandas eleitorais 2012: disputa de sentidos/
Jucinéia Seraglio. Cáceres/MT: UNEMAT, 2015. 87 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado de Mato Grosso. Programa de
Pós-Graduação Stricto Sensu em Linguística, 2015.

Orientadora: Prof.^a Dra. Neuza Benedita da Silva Zattar.

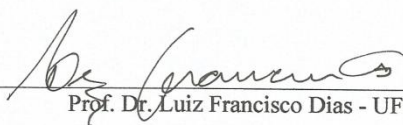
1. Semântica do Acontecimento.
2. Cidade.
3. Propaganda Eleitoral.
4. Domínio Semântico de Determinação.

CDU:

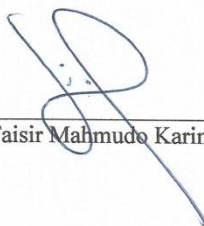
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Neuza Benedita da Silva Zattar – Orientadora – UNEMAT



Prof. Dr. Luiz Francisco Dias - UFMG – Convidado



Prof. Dr. Taisir Mahmudo Karim - UNEMAT – Convidado

Prof. Dr. Albano Dalla Pria – UNEMAT - Suplente

APROVADA EM: 06 / 03 / 2015

Às minhas filhas, Nadsley e Livia, “joias raras” que tornaram o meu estímulo para prosseguir e nunca desistir nos momentos difíceis e a alegria nos momentos prazerosos da minha vida. Obrigada, por me darem diariamente a luz para que eu possa brilhar.

AGRADECIMENTOS

Como dizem, a parte dos agradecimentos nos serve como momento memorável, “sem rigor científico”. Já de início gostaria de pedir desculpas se eu esquecer de alguém que de forma direta e indireta contribuiu com a realização desse estudo. Então, façamos uso desse espaço.

A Deus, meu refúgio, minha fortaleza, que me ensinou a esperar e confiar que tudo é possível quando temos Fé. Assim, delicie-me com as suas palavras enquanto me conduzia de acordo com a sua vontade.

À Professora Dra. Neuza Benedita da Silva Zattar que, durante todo o meu percurso acadêmico, me possibilitou momentos de reflexão como pesquisadora, me orientando com carinho, dedicação, atenção, paciência e com observações e anotações pertinentes que me faziam “olhar” para além do texto e buscar a interpretação de acordo com a teoria adotada. Muitas das vezes dizia “Filha, vai com calma...”, “Atenção na hora das análises...”. Agradeço pelas inúmeras sugestões de leituras, oportunidades para aprimoramento profissional, pelos bate-papos agradáveis e recheados de orientações teóricas, pelo tempo disponibilizado nas tardes de sábado para tirar as minhas dúvidas, ler os capítulos da minha dissertação sempre com um delicioso café. Suas incentivadoras e intelectuais palavras serão inesquecíveis.

Ao Professor Dr. Luiz Francisco Dias, por ter aceitado o nosso convite para fazer parte da Banca Examinadora e pela contribuição enriquecedora deste estudo.

Ao Professor Dr. Thaisir Mahmudo Karim que, com sua percepção aguçada, nos seminários e apresentações, em relação ao meu objeto de estudo, deu dicas interessantes e significativas.

Ao Professor Dr. Albano Dalla Pria pelas discussões em sala de aula.

À Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), por ser a mediadora e responsável pela qualificação profissional através do Programa de Mestrado em Linguística.

A todos os professores do Programa de Mestrado em Linguística da UNEMAT-Turma 2013, pelas aulas valiosas que me incitaram a pesquisar e a conhecer autores (as)

de diferentes aportes teóricos, em especial à Prof.^a Dra. Ana Luiza Artiaga Motta, que me sugeriu para leitura textos sobre a cidade.

À Cristiane e Júlio, da Secretaria do Programa de Mestrado, pelo profissionalismo e ajuda necessária nos momentos requisitados.

À Secretaria de Estado de Educação (SEDUC-MT), por oportunizar a qualificação profissional com remuneração, pelo comprometimento social de que qualificar é uma prática indispensável e necessária à docência. Uma forma de contribuir com o processo educacional e profissional de nossos alunos, ultrapassando os “muros” da escola.

Aos professores, alunos, e todo o quadro profissional da Escola Estadual “Prof. Demétrio Costa Pereira”, em Cáceres-MT, pelo carinho e incentivo para o meu crescimento como professora da Área de Linguagem.

Aos meus amados pais, Ernesto e Evanilze, que, muitas das vezes deixei de visitá-los durante o processo da escrita, mas que compreendiam que este era um sonho meu e necessário para a minha vida profissional, e sempre que possível mandavam iguarias para adoçar as minhas manhãs, tardes ou noites tão solitárias.

Aos meus irmãos, Ester que, com a sua oração e palavras sábias proporcionava-me paz; Estela, quando me via no meio de tantos livros com seu jeito doce, alegre e extrovertido fazia-me sorrir e com a sua experiência de Mestre dizia: “É assim mesmo...”, “Vai dar certo!”, isso me confortava; José Carlos, o meu único irmão e amigo verdadeiro para todas as horas; e Vânia, sempre solidária soube dispor de tempo para ouvir as minhas preocupações...

Aos meus sobrinhos Sthephany, Nayara, Maysa, Karen, Cássio e João pelos alegres e contagiantes domingos em família.

A minha única cunhada Raquel pela amizade fraterna.

Ao meu querido primo Ellier, que me ajudava emocionalmente com seu humor incomparável e palavras incentivadoras, dizia-me: “Priminha querida, seja forte!”.

Aos meus amigos e colegas da turma de Mestrado do ano de 2012 e 2013, pelo carinho e momentos de descontração. De modo especial, Karine e Jane, que viveram e sofreram comigo momentos de ansiedades e aprendizados, além de contribuir com as minhas leituras através de sugestões e trocas de textos.

À Renilce, amiga fiel de muitos anos, exemplo de perseverança e coragem para a realização deste novo projeto em minha vida.

À Marcia Furtado, minha querida amiga que, mesmo fazendo Doutorado no Rio de Janeiro, tem um tempinho para me enviar mensagens otimistas e confortantes.

Ao Silvestre, Maria, Neli e Ana, pelas orações.

A cor dessa cidade sou eu

O canto dessa cidade é meu

A cor dessa cidade sou eu

O canto dessa cidade é meu [...].

(Daniela Mercury - O canto da cidade)

RESUMO

Nesta pesquisa analisamos como a cidade de Cáceres-MT, localizada a 205 km de Cuiabá, capital do Estado de Mato Grosso, significa e é significada nas propagandas político-partidárias de candidatos à Prefeitura municipal, expostas sob diferentes materialidades nos espaços públicos centrais e não centrais, no período eleitoral do ano de 2012. Os textos que integram os *slogans* aparecem associados às figuras de cada candidato, e são as imagens dos candidatos juntamente com as cores partidárias que os distinguem para o público que desejam atingir. Este estudo se inscreve na área de concentração *Estudo das relações entre língua, história e instituições* e na linha de pesquisa *Estudos e análises dos processos discursivos e semânticos* do Programa de Mestrado em Linguística da Universidade do Estado de Mato Grosso, e tem como *corpus* documentos oficiais, como a Lei eleitoral 9.504/97, propagandas e materiais como revista, panfletos, placas, adesivos, ‘santinhos’, divulgados durante a propaganda política. As propagandas eleitorais configuram um jogo simbólico pela disputa de sentidos, retomando e evocando enunciados já ditos, além de projetar novas enunciações e/ou interpretações. Analisamos também o Domínio Semântico de Determinação das palavras *candidato* e *povo* em dicionários de língua portuguesa, observando a relação de sentidos entre o que essas palavras designam nos textos dos dicionários e nos textos das propagandas político-eleitorais. Como tratamos de propagandas políticas, de disputas políticas entre candidatos que buscam a mesma finalidade, observamos que o espaço de enunciação, em que se dão essas disputas entre os locutores-candidatos, regulado pela palavra e pelas línguas, porque o político, segundo Guimarães (2002, p. 16), deve ser tratado “como o fundamento das relações sociais, no que tem importância central a linguagem”.

Palavras-chave: Semântica do Acontecimento. Cidade. Propaganda Eleitoral. Domínio Semântico de Determinação.

ABSTRACT

In this research we have analyzed how the city of Cáceres-MT, located at 205km of Cuiabá, the capital of Mato Grosso State, means and also how it is meant in the party political advertisements of candidates for the Municipal Government exposed under the different materialities in public central places and non-central ones in 2012 electoral time. The texts which constitute the slogans are linked to the pictures of each candidate and are the candidates' images that adding up the colours of the parties that make the difference to the public they want to target. This study takes part in the concentration area of Study of the relationship about language, history and institutions and in the research line - Studies and analyzes of discursive and semantic processes of the Masters Program in Linguistics from the State University of Mato Grosso and it has as *corpus* official documents, such as the electoral Law 9.504/97, political advertisements and materials as one as magazines, pamphlets, outdoors, stickers, 'political cards' published during the political advertising. The electoral advertisements make a symbolic game by the dispute of the senses, retaking and evoking statements that had just said before, besides, projecting new enunciations and/or interpretations. We have also analyzed the Semantic Domains of Determining of words candidate and people in the Portuguese language dictionaries, observing the relationship of the meaning between what the words appoint in the texts of the dictionaries and in the texts of the electoral political advertisements. As we deal with the political advertisements, political disputes about candidates who seek the same purpose we have observed that the space of enunciation in which these disputes occur on the candidates announcer is regulated by word and by languages because according to Guimarães (2002, p. 16), the political has to be treated "as the base of social relationships in which the language has central importance".

Key words: Semantics of the Event. City. Electoral Advertising. Semantic Domains of Determining.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO I.....	16
A CIDADE DE CÁCERES: HISTÓRIA E MEMÓRIA DO PROCESSO ELEITORAL.....	16
1.1 A Cidade de Cáceres e a Instituição de Cargos Políticos.....	19
1.2 As Propagandas e o TSE	24
1.3 O Funcionamento das Propagandas na Cidade de Cáceres.....	29
CAPÍTULO II.....	33
A CIDADE DE CÁCERES NAS PROPAGANDAS ELEITORAIS 2012: DISPUTA DE SENTIDOS.....	33
2. Propagandas Político-partidárias.....	36
2.1 Coligação: <i>Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento</i>	36
2.1.1 <i>A Cáceres que queremos</i>	39
2.1.2 <i>Cáceres capital do Turismo</i>	41
2.1.3 <i>Cáceres com INFRAESTRUTURA</i>	44
2.2 Coligação: <i>O futuro começa agora</i>	47
2.2.1 <i>Cáceres nas mãos do POVO</i>	50
2.2.2 <i>CÁCERES NAS MÃOS DE QUEM SABE CUIDAR</i>	52
2.3 <i>Partido dos Trabalhadores</i>	56
2.3.1 “Cáceres nas Mãos do Povo”	56
CAPÍTULO III.....	60
DOMÍNIO SEMÂNTICO DE DETERMINAÇÃO DAS PALAVRAS CANDIDATO E POVO.....	60

3.Dicionários de Língua Portuguesa.....	63
3.1 <i>Candidato</i> no Dicionário Aulete - <i>online</i>	64
3.2 <i>Candidato</i> no Dicionário Aurélio	66
3.3 <i>Candidato</i> no Dicionário Houaiss	68
3.4 <i>Povo</i> no Dicionário Aulete	69
3.5 <i>Povo</i> no Dicionário Aurélio	72
3.6 <i>Povo</i> no Dicionário Houais	74
CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
REFERÊNCIAS	81

INTRODUÇÃO

O tema deste estudo surgiu a partir da leitura das propagandas eleitorais dos candidatos a cargo de prefeito da cidade de Cáceres-MT, para o mandato de 2013-2016, e da observação dos modos de instalação desses materiais nos espaços públicos urbanos, especialmente nos canteiros paralelos às Avenidas 7 de Setembro, no centro, e Talhamares, na entrada da cidade, durante a campanha eleitoral.

Por se tratar de um tema que emerge a cada quatro anos, percebemos que as propagandas se deslocam espacialmente no período das eleições, determinadas por normas jurídicas (leis federal e municipal), projetando o real da cidade sob os aspectos políticos, sociais, jurídicos e administrativos para os leitores-eleitores.

Deste modo não se pode negar que, no período eleitoral, as questões políticas interferem no social e vice-versa intermediadas na/pela linguagem das propagandas que interpelam o leitor e o eleitor, na busca de capturá-los partidariamente.

Adotando a perspectiva teórica da Semântica do Acontecimento, analisamos como a cidade de Cáceres-MT significa e é significada nos textos que integram os *slogans* e outros materiais de propagandas das campanhas dos candidatos ao cargo de prefeito no pleito de 2012, ou ainda, como cada partido político interpreta a cidade em seus vários aspectos e os transforma em materiais de propaganda, considerando que a linguagem dos *slogans* político-partidários e de outros materiais eleitorais não é transparente, e os sentidos não são dados *a priori*, pois os sentidos estão em movimentos, dadas as condições dos sujeitos que formulam os textos das propagandas para a cidade.

Na perspectiva de que o funcionamento da língua é afetado pelo interdiscurso (discursos já ditos), adotamos os procedimentos metodológicos propostos por Guimarães (2011), que considera o enunciado como um elemento linguístico que integra o texto numa relação transversal, em que a relação da significação mantém uma relação integrativa do enunciado com o texto.

Pensando a enunciação como acontecimento de linguagem, do dizer, que se realiza no funcionamento da língua afetada pelo interdiscurso, estruturamos esta pesquisa em três capítulos.

No primeiro capítulo trazemos algumas concepções sobre a cidade, pelo viés da história, da sociologia, da análise do discurso e da arquitetura, buscando compreender como a cidade é pensada na sua espessura material e histórica, para cada uma dessas áreas do conhecimento. Discutimos a constituição histórico-social do processo eleitoral na cidade de Cáceres, a partir da instalação da câmara municipal, quase um século e meio após a sua fundação, a instituição de cargos de governantes, a eleição para o cargo de intendente até a criação do cargo de prefeito, bem como o surgimento das propagandas eleitorais, por envolver a relação entre língua, sujeito e história.

No segundo capítulo analisamos enunciativamente como a cidade de Cáceres é dita e significada nas propagandas político-partidárias dos três candidatos: 1) da Coligação: *Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento*; 2) da Coligação: *O futuro começa agora* e 3) do Partido dos Trabalhadores.

Nos textos das propagandas político-partidárias dos candidatos, a cidade de Cáceres significa diferentemente pela posição política e ideológica de cada candidato/coligação, pois, de acordo com o lugar social de cada candidato no acontecimento do dizer, os sentidos projetados para a cidade de Cáceres mudam, se alteram e passam a (re)significar. Ou seja, trata-se de considerar “a atribuição de sentidos que sofrem os enunciados considerados na relação com o sujeito no acontecimento da enunciação” (GUIMARÃES, 2011, p.33).

As três propagandas têm uma determinação social e política e produzem sentidos conforme os lugares sociais de cada partido no acontecimento do dizer, que buscam produzir no eleitor a confiabilidade das propostas que defendem. Em relação à intertextualidade das propagandas, podemos dizer que a enunciação “se dá como o lugar de posições de sujeito que são os liames do acontecimento com a interdiscursividade” (GUIMARÃES 2002, p. 68), considerando que o que se diz é exposto à exterioridade.

No terceiro capítulo, considerando a análise da disputa de sentidos nas propagandas eleitorais entre candidatos, através das quais se estabelece uma relação político-partidária entre *candidato* e *povo*, examinamos a construção das relações de sentidos entre *candidato* e *povo* em dicionários de língua portuguesa e nas propagandas eleitorais dos três candidatos, bem como o Domínio Semântico de Determinação de cada uma dessas palavras, observando o que elas designam nos textos dos dicionários, visto que os dicionários de cada época trazem os modos de dizer de uma determinada sociedade.

Assim, considerando as propagandas políticas como disputas de sentidos em que os candidatos têm o mesmo propósito de se eleger para o cargo a que se candidatam, tomamos, nesta pesquisa, o político não como discussões eleitoreiras, mas como o “fundamento das relações sociais, no que tem importância central a linguagem” (GUIMARÃES, 2002, p. 16), visto que os candidatos se colocam em um espaço de enunciação regulado e de disputas pela palavra e pelas línguas. E essa relação se torna fundamental à vida social e política, pelo fato de o homem estar sempre sujeito a assumir a palavra, mesmo que lhe seja negada.

CAPÍTULO I

A CIDADE DE CÁCERES: HISTÓRIA E MEMÓRIA DO PROCESSO ELEITORAL

Não podemos nos esquecer dos verdadeiros lugares de memória, aqueles onde se deve procurar, não a sua elaboração, não a produção, mas os criadores e os denominadores da memória coletiva: 'Estados, meios sociais e políticos, comunidades de experiências históricas ou de gerações, levadas a constituir os seus arquivos em função dos usos diferentes que fazem da memória.

(Le Goff, 1994)

As múltiplas linguagens que tingem a cidade se apresentam sob diferentes textualidades nos acontecimentos do dizer urbano. Uma das linguagens que constitui o corpo significativo da cidade são as propagandas eleitorais que se instalam de quatro em quatro anos, nos espaços públicos central e periférico, conferindo um novo visual à cidade, principalmente aos canteiros paralelos às avenidas, que perdem, durante esse período, a sua função de espaço de cultivo de flores e plantas ornamentais para espaços político-eleitorais.

A mudança da imagem da cidade, no período eleitoral, decorre de leis que institucionalizam e regularizam o uso e a fixação das propagandas nos espaços públicos urbanos, e determinam que os materiais de campanha devem ser de fácil mobilidade para não dificultar a trafegabilidade de pedestres e veículos. Permitida legalmente a mudança da imagem da cidade que, no período de campanha política, é tomada por uma variedade de propagandas político-eleitorais, apresentamos alguns questionamentos: Como a cidade é significada com as propagandas eleitorais que se espacializam nela? Como a cidade vivencia as propagandas e de que modo elas interpelam e são capturadas pelos transeuntes? Como a cidade é interpretada nas propagandas de cada partido? Que sentidos são produzidos nesse jogo de disputa entre o dito e o não dito? Qual a mensagem que cada candidato procura propagar e para quem?

A partir dessas questões que decorrem da lente do observador/analista do espaço urbano, trazemos para discussão algumas concepções sobre a cidade pelo viés da história, da sociologia, da análise do discurso e da arquitetura.

Muitas são as formas de significar a cidade, não só pelas formas físicas, naturais, imagens, cores, ruídos, como também pela linguagem que nela se espacializa e pelos sujeitos que nela transitam e se movimentam, estabelecendo interlocuções diárias com a cidade e com outros sujeitos. Enquanto símbolo de sociabilidade humana, lugar de encontro, desencontro e de vida em comum, a cidade é também um símbolo da diversidade humana, pois é nesse “habitat urbano” que o sujeito citadino significa e é significado.

Na contemporaneidade, a cidade toma a forma de um mosaico de formas e linguagens que joga com outras palavras/outros espaços, lugar de distintas linguagens e sujeitos. Le Goff (1924, p. 143) diz que “a cidade contemporânea escapa às definições tradicionais [...], o passado se esquiva àquilo que lhe pede o presente”.

Até os últimos tempos, conforme Lefebvre (2001), a cidade era vista pelo pensamento teórico como uma entidade que refletia simplesmente nela a história geral. Na atualidade começa-se a apreender a especificidade da cidade, nas relações com a sociedade no seu conjunto, seu funcionamento e com sua composição, e também, com a sua história. Nas palavras de Lefebvre (Idem), a cidade é a obra de uma história, ou seja, de pessoas e de grupos em condições sócio- históricas realizam essa obra com determinação. Segundo o autor (Ibidem, p. 52), “a cidade é obra a ser associada mais com a obra de arte do que com o simples produto material”, pois se há uma produção da cidade e das relações sociais na cidade, a produção e reprodução são de “seres humanos por seres humanos”, sendo mais do que uma produção de objetos.

Weber (1979 in ORLANDI, 2004, p. 12) diz que “a cidade surge como um dos resultados e ao mesmo tempo como um pressuposto do desenvolvimento capitalista”. Na visão do sociólogo, a cidade é significada como um aglomerado de instituições política, administrativa e jurídica, incluindo a questão da cidadania e urbanidade.

Orlandi (2001, p.8) considera a cidade como um espaço que significa e que é significado, ao significar a cidade o sujeito se significa na e pela cidade. Nessa direção, a autora pensa a cidade como “o olho que busca a individualidade tirando partido (e sucumbindo) da dispersão”. “[...] “prismas” diferentes convivendo em quantidade concentrada em um mesmo espaço simbólico”. Essas relações de sentidos, segundo

Orlandi, não são de conteúdo, nem são divisões, são movimentos de distintas formas na relação espaço-tempo.

Nos estudos urbanos que desenvolve, Rolnik (1988, p.8) considera a cidade como “uma obra coletiva que desafia a natureza”, pois, ao nascer com a sedentarização, a cidade delimita uma nova relação homem/natureza: a necessidade de gestão da produção coletiva. Do ponto de vista da autora, a cidade pode ser pensada como ímã ou como escrita, pois “construir e morar em cidades implica necessariamente viver de forma coletiva” (Idem, p.19).

A cidade pensada na sua espessura material e histórica significa concebê-la como espaço simbólico de produção e confronto de sentidos. Para Mota (2013), o termo espaço é visto como um lugar atravessado pela memória e na qual o sujeito se inscreve historicamente, produzindo sentidos. Como afirma Pfeiffer (2001, p.32):

No caso da cidade, tomamos *lugar* como local referencial na cidade, que não chamamos de lugar físico pelo fato de trabalharmos sempre com a forma material, isto é, não há separação entre forma e conteúdo. Assim a rua, a calçada, as praças, as escadarias e as casas não são apenas formas urbanas, mas desde sempre “formas materiais” onde cidade e história são indissociáveis.

Nos espaços da cidade, considerados como lugar de manifestação e de liberdade de expressão, diversos tipos de textos circulam no período que antecede as eleições municipais, sob diferentes textualidades e materialidades produzidas pelos partidos políticos que procuram convencer o eleitorado quanto às propostas e/ou soluções para administrar a prefeitura da cidade. É importante dizer que essa pluralidade de propostas permite, segundo Neves Filho (2012, p.20), “o debate ilimitado, para que livres, possam os eleitores responder, positiva ou negativa, aos apelos políticos”.

É possível perceber que as histórias da cidade são marcadas por uma diversidade de eventos especiais e habituais, porém o evento mais duradouro é o das propagandas políticas que, além de modificar progressivamente a imagem urbana durante o período que antecede a eleição, se impõem nos espaços modificando a rotina dos sujeitos que a constituem.

Henry (1997, p. 51-52), ao questionar a história das ciências humanas e sociais por considerar que é ilusório colocar para a história uma questão de origem e esperar dela a explicação do que existe, posiciona-se contrariamente dizendo:

Não há “fato” ou “evento” histórico que não faça sentido, que não peça interpretação, que não reclame que lhe achemos causas e consequências. É nisso que consiste para nós a história, nesse fazer sentido, mesmo que possamos divergir sobre esse sentido em cada caso.

Acompanhando a posição do autor, propomos discutir, neste capítulo, a constituição histórico-social do processo eleitoral na cidade de Cáceres, a partir da instalação da câmara municipal, quase um século e meio após a sua fundação, a instituição de cargos de governantes e o surgimento das propagandas eleitorais, que, no conjunto, reclamam interpretação, por envolver a relação entre língua, sujeito e história.

1.1 A Cidade de Cáceres e a Instituição de Cargos Políticos

A cidade de Cáceres, lócus desta pesquisa, foi criada por determinação de Luiz de Albuquerque de Melo Pereira e Cáceres, Governador e Capitão General do Mato Grosso e Cuiabá, em 6 de outubro de 1778, com o nome de Vila Maria do Paraguai, em homenagem à D. Maria I, rainha de Portugal (MENDES, 1998), e ao Rio Paraguai, localizado à margem esquerda da povoação.

Embora a povoação tenha sido fundada com o nome de *Vila Maria do Paraguai*, para Florence (1977, p. 199), quando de passagem pelo lugar, a Vila era “uma aldeia com um renque de casas em mal estado”, e mesmo não apresentando as condições para permanecer com essa denominação, manteve-a até 1859. Somente em 1874 foi elevada à categoria de cidade, com o nome de *São Luís de Cáceres*, e mais de meio século depois, sob o Decreto-Lei estadual nº 208, de 26 de outubro de 1938, a cidade é renomeada como *Cáceres* (MENDES, idem), sem nenhuma determinação, mantendo apenas o sobrenome do fundador português.

Revisitando a história do Brasil, encontramos os primeiros vestígios de instituição e preenchimento de cargos políticos, no início da colonização do país, em 1532, com a instalação da primeira Câmara de Vereadores na Vila de São Vicente (São Paulo), na qual

os moradores, segundo França (2008)¹, foram às urnas para eleger o Conselho Municipal, sob a orientação do *Livro das Ordenações*². Este sistema de escolha é tido como “um processo um tanto complexo”, pelo fato de apenas os “homens bons”, representantes da sociedade dominante, serem selecionados pelo corregedor (representante do rei) para votar.

De acordo com Ferreira (2005), a convocação dos eleitores era instituída por meio de edital, um documento oficial, afixado em lugares públicos para convocar os “homens bons”³ e informar sobre a realização da eleição. Os cargos das Câmaras eram preenchidos através de eleições organizadas a cada três anos. Nessas eleições, escolhiam-se entre os “homens bons” três ou quatro vereadores, um escrivão, um tesoureiro e um procurador, além de alguns oficiais da câmara. Os membros eleitos, além de deliberar sobre vários assuntos, eram responsáveis pela organização e administração local.

Esse modelo foi instituído nas cidades e vilas criadas ao longo da colonização brasileira, quer no litoral, quer no interior do país, visto que cada cidade ou vila, uma vez fundada, deveria dispor da autoridade de um juiz, de câmara e pelourinho.

Na ata de fundação da Vila Maria do Paraguay (hoje Cáceres), datada de 6 de outubro de 1778, visualizam-se as futuras construções, incluindo o conselho: “poderão os moradores erigir a sua **igreja** por ficar a porta principal d’ella para o poente, como o determinam os rituais; e o mais terreno d’esta frente da praça por agora se não ocuparia em casas, deixando-o livre para as do **conselho** e **cadeia** quando se deverem fabricar”. (Grifo nosso)

No entanto, com o passar dos tempos, as câmaras municipais se transformam em executoras das ordens superiores e/ou instrumentos dos todo-poderosos vice-reis, capitães-generais e capitães-mores (FAORO, 2000).

Por outro lado, Silva (2009, p. 04) apregoa que as Câmaras Municipais

Exerceram importante papel político na história do Brasil. Seus cargos eram de eleição popular, de modo que elas se colocaram como elo entre o povo e as autoridades gerais. Eram nas Câmaras que transitavam as queixas e os desejos do povo. [...] As Câmaras Municipais eram concebidas como a “cabeça do povo”, o que lhes atribuiu um papel

¹ O Processo Eleitoral no Brasil Colônia (1500-1822) - no Anais do II Encontro Internacional de História Colonial – Revista de humanidades. UFRN, v.9, n.24, Set/out.2008. Disponível em: www.cerescaico.ufrn.br/mneme/anais. Acesso em: 20/07/2014.

² Livro máximo do Reino de Portugal, a “Ordenação do Reino”, estabelecia os fundamentos jurídicos da *Monarquia*, no âmbito nacional, e das *repúblicas* das vilas e cidades, no âmbito local. Cf. Ferreira (2005, p.28).

³ Aqueles que pertenciam à *nobreza das vilas e cidades* (Idem, p.32), ou de acordo com Silva (2009, p.4) pertenciam à “*nobreza, milícia e clero*”.

político de relevo na independência política, na constitucionalização e na fundação do Império, no século XIX.

Como o período colonial não dispunha de um sistema eleitoral próprio, as Ordenações do Reino vigoraram até a metade do século XIX. Ferreira (2005) assinala que, por decreto de 3 de junho de 1822, D. Pedro convoca a Assembleia Geral Constituinte e Legislativa composta de deputados das províncias do Brasil eleitos na forma das Instruções, que passam a constituir a primeira lei eleitoral brasileira, ou seja, fundando o dizível da primeira lei para presidir as eleições no Brasil.

Para Ferreira (2005, p.73-74), “O povo escolhia os eleitores, os quais, por sua vez, iriam eleger os deputados. [...] Somente os delegados, os eleitores da paróquia, possuiriam o necessário diploma, uma cópia das atas das eleições”. O processo político-eleitoral dessa época mostra que os candidatos escolhidos pelo povo, denominados eleitores de paróquia, só podiam ser os assalariados das mais altas categorias e os proprietários de terras ou de outros bens que lhes dessem renda, restringindo o voto às classes econômicas menos favorecidas.

O Império, a partir das Instruções ou Lei Eleitoral de 26 de março de 1824, para a eleição de senadores, deputados e membros das Assembleias Legislativas Provinciais, passa a aprimorar o processo eletivo com a criação de duas leis, a de 1º de outubro de 1828, para as eleições municipais (vereadores); e a de 12 de agosto de 1834, para a eleição de regente⁴.

Com o advento da República, a Assembleia Constituinte eleita teve como missão elaborar uma nova Constituição que, promulgada em 1891, aboliu a exigência de renda para ser eleitor ou candidato, o direito de voto passa a ser garantido aos brasileiros maiores de 21 anos, mas continuavam excluídos desse direito os analfabetos, soldados, religiosos e mulheres.

Segundo Mendes (2009), a Lei de 1º de outubro de 1828, denominada “Regimento Interno das Câmaras Municipais do Império”, substitui as “Ordenações do Reino”, e passa a vigorar nos municípios até o ano de 1891, quando se separam as funções deliberativa e executiva, ficando a última a cargo de um Intendente Geral.

⁴ O imperador é considerado menor até os 18 anos de idade. Na sua menoridade, o Império é governado por uma Regência, a qual pertencerá ao parente mais próximo do imperador, de acordo com a ordem da sucessão, e que tenha mais de vinte e cinco anos. Caso o imperador não tenha parente algum que possua essas qualidades, o império será governado por uma Regência permanente (nomeada pela Assembleia Geral), composta de três membros, sendo que mais velho em idade será o presidente. Conforme Ferreira (2005, p. 90).

Com a instituição da República no Brasil, Mato Grosso deixa de ser província e se torna Estado, conforme o Decreto nº 1, de 15 de novembro de 1889⁵. Nessa transição, o General Antonio Maria Coelho, aclamado pelo povo e pela Assembleia Provincial, é nomeado Governador de Mato Grosso. O Estado, nessa configuração política, passa a ter autonomia na organização do processo eleitoral de governantes e representantes das assembleias legislativas, e na constituição de regras para escolha dos representantes políticos dos municípios, conforme os artigos 45,46 e 47, da Constituição⁶ Estadual de 1891:

Artigo 45- O Município será autônomo e independente na gestão dos seus negócios.

Artigo 46- O governo do município será cometido, na parte deliberativa, a uma **Câmara** cujos **membros denominar-se-ão vereadores**, e, na **parte executiva**, a um cidadão com o título de **Intendente Geral**. (Grifo nosso)

Artigo 49 - **Os vereadores, o Intendente e os Vice-Intendentes serão eleitos** na mesma ocasião **por sufrágio direto e por pluralidade de votos** e servirão **durante quatro anos, não podendo ser reeleito o Intendente e seus substitutos**. (Grifo nosso)

No período entre a fundação da Vila Maria do Paraguay (1778) e a primeira eleição para Intendente Geral da cidade de Cáceres, em 1892, não consta nos registros históricos do município documentos que dizem sobre o funcionamento da Câmara e nem dos nomes dos vereadores que a constituíram. No entanto, com a criação do Conselho de Intendentes pelo governo republicano, observamos no registro da ata, de 17 de fevereiro de 1890, a extinção da Câmara: “[...] O presidente da Câmara fez o relatório da sua administração e finda a leitura [...] e nomeou uma comissão para despedir os membros da extinta Câmara”⁷. O acontecimento dessa ata, em que foi dada posse aos Intendentes do Conselho Municipal de Cáceres, nos leva a pressupor que, anterior a esse período, funcionou, na Vila Maria, a Câmara Municipal nos moldes das demais câmaras brasileiras.

Retomando a eleição e o preenchimento de cargo de vereadores, intendentes e vice-intendentes, a primeira eleição para esses cargos aconteceu em 16 de novembro de 1892. Esses cargos foram mantidos até a criação do cargo de prefeito que foi preenchido

⁵ Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-1-15-novembro-1889-532625-publicacaooriginal-14906-pe.html> . Acesso em: 03/08/2014.

⁶ Cf. Mendes (2009, p. 60).

⁷ Cf. ata de reunião extraordinária dos Intendentes (MENDES, 2009, p.58-59).

pela primeira vez, na cidade de Cáceres, por Joaquim Augusto da Costa Marques, nomeado pelo governo estadual em 1931. Esse sistema de nomeação se manteve até as eleições municipais ocorridas em 1937.

Durante o primeiro governo Getulista (1930-1937), criam-se a Justiça Eleitoral, a instituição do voto feminino, a elaboração do Código eleitoral (1932)⁸ e a Constituição de 1934. Porém, no governo de 1937 a 1945, Getúlio Vargas extingue os direitos políticos dos brasileiros, impede qualquer tipo de participação política, instituindo uma ditadura que se prolongou até 1945.

De 1946 a 1964, período denominado República Populista, as políticas do Governo se revestiam de valores populistas, o que contribuiu com a deposição de João Goulart, da presidência do Brasil em 1964, dando início aos governos militares, conhecido como o “golpe militar”, marcado como o período da ditadura que se estende até 1985, em que os governos restringem o funcionamento das instituições democráticas, suspendem os direitos políticos e fecham o Congresso Nacional.

Durante a ditadura militar, assim como outros municípios localizados na faixa de fronteira, Cáceres foi considerada zona de segurança nacional, o que dava ao Governador o direito de indicar e nomear os prefeitos municipais (MENDES, 2009).

O ano de 1985 é considerado um marco histórico na política brasileira com a eleição de um presidente civil, finalizando duas décadas do poder militar. Com a instalação da Nova República, retoma-se o processo democrático com eleições diretas para cargos do executivo em níveis nacional, estadual e municipal, e em Cáceres, elege-se para prefeito, pelo voto popular, Antonio Carlos Souto Fontes.

Podemos dizer que a história política da cidade de Cáceres vivenciou os reflexos dos períodos de exceção e da participação popular com menos intensidade que nos grandes centros urbanos, dada a sua localização geográfica e a dificuldade de comunicação.

Cabe-nos observar que a partir da redemocratização política do país, inaugura-se um novo processo eleitoral para o preenchimento de cargos executivo e legislativo, para o qual a propaganda política e/ou eleitoral tem se colocado como crucial para a campanha dos candidatos em todo o território nacional.

⁸ Conforme Vera Chaia. Disponível em:
http://www.pucsp.br/fundasp/textos/downloads/O_voto_no_Brasil.pdf. Acesso em: 20/06/2014.

1.2 As Propagandas e o TSE

O cenário eleitoral na cidade brasileira, no intervalo de quatro a quatro anos, é marcado por momentos de reafirmação da cidadania. O voto passa a ser configurado como poder de escolha, decisivo para dar estabilidade política ao regime democrático representativo. O jogo simbólico entre eleitor e candidato é sustentado por tomadas de decisões construídas pelo candidato, cuja legitimação é confirmada nas urnas. Desse modo, a propaganda eleitoral, de forma direta, nada mais é do que o pedido direto do voto aos eleitores.

No entanto, para que ocorra essa legitimação, entra em cena a propaganda eleitoral, regida pela Lei Eleitoral 9.504/97, a qual tem como finalidade, segundo Filho (2012, p.50), “a cooptação lícita da vontade do eleitor e do seu voto”.

A propaganda eleitoral, conhecida também como propaganda política eleitoral, segundo Ramos (2005, p. 14) é “uma forma de capacitação de votos usada pelos partidos políticos, coligações, ou candidatos, em época determinada por lei”, a partir da circulação de suas propostas com vistas à eleição do cargo eletivo, como a que estamos tratando, neste estudo, do cargo eletivo à Prefeitura do município de Cáceres-MT.

Já a propaganda partidária ou propaganda política para o autor significa a “divulgação genérica” no período da eleição, ou fora dela de forma exclusiva do programa e da proposta política do partido, sem mencionar nomes de candidatos, exceto os partidários à procura de adeptos.

Cabe-nos destacar que conforme Ramos (Idem, p.12), o termo “propaganda”, é o gerúndio latino do verbo propagar, e significa “propagar”, “multiplicar” ou “reproduzir”. “Um conceito criado pela igreja católica, com o intuito religioso e que mais tarde passou a adquirir natureza política”.

De acordo com Capelato (in FILHO, 2012, p.18), “a propaganda política constitui, um elemento preponderante da política de massas que se desenvolveu no período entre guerras com base nas críticas ao sistema liberal considerado incapaz de solucionar os problemas sociais”. Filho (Idem) reflete que, no final do século XIX e início do século XX, os condutores das massas tentavam substituir a ideia da identidade individual própria do liberalismo pela identidade nacional na forma coletiva, correspondente “à ideia/imagem da sociedade unida e harmônica, guiada pelo líder, condutor das massas” (Ibidem).

Com a popularização, em meados do século XX, dos meios de comunicação, a propaganda política nas emissoras de rádio e televisão, e mais recentemente na internet, faz surgir o marketing político que, em 1956, já se tornava um instrumento indispensável às campanhas. O marketing político, de acordo com Lima (2002)⁹, é o conjunto de atividades que visa a garantir maior adesão possível a uma ideia ou a uma causa, que pode ou não ser encarnada na figura de uma pessoa, normalmente um político.

Como vimos, as técnicas para a disseminação da propaganda política são inúmeras, o que nos faz referir a Goebbels (em DOMENACH, 2002, p. 30) que diz: “Fazer propaganda é falar de uma ideia por toda a parte, até nos bondes. A propaganda é ilimitada em suas variações, em sua flexibilidade de adaptação e em seus efeitos”. Domenach (Idem, p.38), afirma que toda campanha de propaganda deve prezar a qualidade fundamental: “a permanência do tema, aliado à variedade de apresentação”.

No Brasil, Prudente de Moraes, em campanha eleitoral, montou sua estratégia de propaganda política, para chegar ao posto máximo aspirado por um político, o de presidente da República, no ano de 1894. Durante todo o percurso de sua carreira política trabalhou muito sua imagem pública¹⁰. Realizava comícios em muitas cidades, locomovendo-se de trens ou “até mesmo no lombo de um burro”. O político possuía uma caderneta de endereços com os principais nomes de interlocutores, a quem pedia voto e dinheiro para sua campanha eleitoral¹¹. Com o passar do tempo, inúmeras inovações foram ocorrendo em relação à propaganda política, como o emprego das fotografias, faixas, placas e cartazes ao longo das ruas e a entrega de brindes e flâmulas dos candidatos¹².

Quanto à regulamentação da propaganda eleitoral no plano nacional, convém destacar que mesmo com o primeiro Código Eleitoral brasileiro de 1932, conforme Ramos (2005, p.77), “a primeira lei que tratou da regulamentação da propaganda eleitoral foi a de nº 1.164, de 24 de julho de 1950, que instituiu o terceiro Código Eleitoral brasileiro”. Ainda, segundo o autor, as campanhas eleitorais, até então, eram feitas basicamente através de comícios em palanques instalados nos espaços principais da cidade, e de rádio, um

⁹ Em Marketing Eleitoral – versão para eBook eBooksBrasil.com fonte digital www.ngarcia. Acesso em: 10/07/2014.

¹⁰ Prudente de Moraes e os primórdios da propaganda política. Texto apresentado na “Sessão Coordenada História da Comunicação/Política do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política”, ocorrido na Universidade Federal da Bahia, em 2006. Disponível em http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2010/11/Queiroz_e_Romanini%25202006.pdf. Acesso em: 20/07/2014.

¹¹ Ver Ramos (2005).

¹² Idem.

instrumento que possibilitava a chegada das propagandas às casas dos eleitores. Com a edição da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, institui-se a regulamentação da propaganda eleitoral, que a rege até a atualidade.

Ao longo dos anos em que a cidade de Cáceres vivenciou campanhas eleitorais para os cargos eletivos do executivo e legislativo em nível nacional, estadual e municipal, proliferavam-se as propagandas nas rádios, nas ruas, nos postes, muros, o que causava uma forte poluição visual aos espaços da cidade. Sob o efeito do abuso e da falta de regularidade, o Tribunal Superior Eleitoral - TSE passa a intervir, limitando esses lugares por meio de normas jurídicas eleitorais.

Nos anos finais do século XX, ao se aproximar o período das eleições, era comum a cidade ser tomada por carros de som, alto-falantes, e por uma profusão de cartazes afixados em espaços públicos e privados.

As propagandas realizadas de forma irregular traziam um grande incômodo à população. Constantemente, candidatos/partidos que agiam com irregularidade quanto à disseminação das propostas, eram notificados e multados, porém, muitos deles voltavam a agir da mesma forma, infringindo a legislação da campanha eleitoral.

Com o passar dos anos, o TSE faz algumas alterações na Lei Eleitoral, determinando os locais públicos para fixação de propagandas eleitorais nos espaços da cidade no período da campanha eleitoral, acontecimento que produziu o interpretável da formulação, pelo Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso (TRE), de uma Cartilha com o objetivo de orientar os partidos políticos, candidatos, eleitores e demais envolvidos nas eleições municipais de 2012, quanto às normas relativas à Propaganda Eleitoral¹³, como mostram os parágrafos abaixo do artigo 37:

§ 6º É permitida a colocação de cavaletes, bonecos, cartazes, mesas para distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 7º **A mobilidade referida no § 6º estará caracterizada com a colocação e a retirada dos meios de propaganda entre as seis horas e as vinte e duas horas.** (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (Grifo nosso).

¹³ Conforme o Desembargador Rui Ramos Ribeiro (Presidente do Tribunal Regional Eleitoral), na apresentação da Cartilha, salienta que ela não substitui a leitura da legislação eleitoral, da jurisprudência e doutrina sobre o tema, pois esse material seria uma contribuição para o aprimoramento das instituições democráticas no Estado de Mato Grosso.
Disponível em: http://apps2.tre-mt.jus.br/subsite/eleicoes_2012/cart.asp. Acesso em: 17/07/2014.

Mesmo com essa regulamentação, é possível observar, durante o período eleitoral, diversos materiais de propagandas políticas, espalhados em lugares proibitivos da cidade, como nas rotatórias, nas ruas, nas calçadas, nos espaços particulares (como muros de residências e comércios), que constituem um nível exacerbado de poluição visual.

A lei resguarda a cidade e os cidadãos em relação à sonoridade dos alto-falantes, no período das vinte e duas horas até às oito da manhã, conforme o § 3º do Art. 38:

O funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som, ressalvada a hipótese contemplada no parágrafo seguinte, somente é permitido entre as oito e as vinte e duas horas, sendo vedados a instalação e o uso daqueles equipamentos em distância inferior a duzentos metros: (Grifo nosso).

I - das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos Tribunais Judiciais, e dos quartéis e outros estabelecimentos militares;

II - dos hospitais e casas de saúde;

III- das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

Além do tempo estabelecido para a propaganda eleitoral, legalmente surge outro limite decorrente da natureza dos bens, como pode ser visto no Artigo 37 da Lei 9.504/97, fazendo emergir uma contradição entre o que é proibido e o que não é proibido durante a campanha.

O artigo abaixo, diz sobre a proibição da propaganda em espaços públicos:

Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público, ou que a ele pertençam, e nos de uso comum, inclusive postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos, **é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza**, inclusive pichação, inscrição a tinta, fixação de placas, estandartes, faixas e assemelhados. (Redação dada pela Lei nº 11.300, de 2006). (Grifo nosso)

No entanto, no segundo parágrafo do mesmo artigo, autoriza-se o uso de propaganda, como podemos ver abaixo:

§ 2º Em bens particulares, independe de obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas ou inscrições, desde que não excedam a 4m² (quatro metros quadrados) e que não contrariem a legislação eleitoral, sujeitando-se o infrator às penalidades previstas no § 1o. (Redação dada pela Lei nº 12.034, de 2009). (Grifo nosso)

Entre o artigo 37 que “veda” e o seu § 2º que autoriza o uso de espaços particulares para fixação de propagandas eleitorais ocorre um deslocamento de sentidos, visto que os sentidos podem ser outros, mas não qualquer um entre o que disciplina a lei, no que tange ao uso público e ao uso privado para veiculação das propagandas eleitorais.

O recorte acima põe “em funcionamento o conjunto do que é preciso não dizer para poder dizer” (ORLANDI, 1993, p.76). Ou seja, “o silenciamento aí funciona como forma não de calar, mas de fazer dizer uma coisa, para deixar de dizer outras” (Idem, p. 55).

Segundo Pêcheux (2011, p.74), “a propaganda se faz com imagens e palavras, sentimentos, ideias e gestos. É, pois, evidentemente, um negócio de *psicologia*”. Complementa, ainda, dizendo:

Não repetiremos jamais em demasia: é importante, camaradas, a psicologia! É muito importante, na luta de classes, para ser capaz de responder no terreno da propaganda. Levar em conta o que as pessoas têm na cabeça. Saber como se endereçar a elas, saber tocá-las, quebrar os refrãos, encontrar o novo. Saber comunicar. Se ajustar às pessoas, para melhor ajustá-las, por todos os meios, para melhor mirar, nós também, o alvo de suas cabeças. Não hesitemos: vamos à psicologia, base científica da propaganda! Vamos aos especialistas da propaganda!” (Ibidem).

Os *slogans* políticos, constitutivos das propagandas eleitorais, funcionam como textos, produzindo sentidos na/pela cidade e também para os sujeitos cidadãos, e se movimentam associados às figuras de cada candidato, juntamente com as cores partidárias que os distinguem para o público que desejam atingir, mostrando que o sentido não é único e nem tão pouco transparente.

Figueiredo (In CARROZA, 2011, p. 82-83) diz que o *slogan* é “como aquilo que traz para o anunciante a responsabilidade do que é dito”, “uma forma mais sintética de posicionamento da empresa”, “é o espaço ideal para a afirmação do posicionamento, da personalidade da marca”.

Assim, pensar os textos/*slogans* na campanha eleitoral é observar as condições político-ideológicas dos sujeitos que os formulam, considerando que “a análise do sentido da linguagem deve localizar-se no estudo da enunciação, do acontecimento do dizer” (GUIMARÃES 2002, p.7).

1.3 O Funcionamento das Propagandas na Cidade de Cáceres

Antes da data prevista em lei para o início da campanha eleitoral, os espaços da cidade são tomados por anúncios comerciais em *outdoors*, painéis afixados em muros, além de propagandas de eventos culturais, musicais e políticos. Com a instalação das campanhas eleitorais dos candidatos, a cidade é inundada por propagandas políticas afixadas em cavaletes, cartazes, faixas, e em bandeiras que tremulam sob as mãos daqueles que prestam serviço aos candidatos em pontos estratégicos da cidade, encarregados de propagar a sigla partidária e o número do candidato, que interpelam direta e indiretamente os que trafegam a pé, de moto, de bicicleta ou de carro. Essas propagandas político-partidárias vêm juntar-se às de publicidade comercial já existente, poluindo o visual dos espaços públicos urbanos.

Com essas imagens, os espaços públicos como avenidas e ruas margeadas ou não por canteiros, durante o período eleitoral, perdem a função que as particularizam, e passam a ter outras funcionalidades a partir das relações de ocupação desses espaços por instrumentos de campanhas utilizados pelos agentes políticos que, segundo Zattar (2009, p. 74), “ao desenvolverem determinadas práticas sociais e de linguagem, emprestam aos espaços da cidade novas identidades”. As diferentes formas de ocupação e de (re)funcionalidade dos espaços públicos são chamadas pela autora de invasionismo.

Chamam a atenção do leitor, também nesse período, as propagandas de cada candidato que se distinguem pela forma, *slogan*/enunciado, cor, e principalmente pela foto do candidato e a sigla do partido à qual pertence, cujas imagens projetadas na urna eletrônica ‘ajudam’ o eleitor a reconhecê-las no momento do voto.

As propagandas em espaço aberto são criadas pelo marketing político de cada candidato, estrategicamente para o público eleitor, e uma vez afixadas em cavaletes,

funcionam como paisagens inscritas no corpo da cidade, espacializando a linguagem na/pela cidade, para aqueles que adentram a cidade e saem dela, como podemos ver nas imagens que se seguem.



As propagandas – materiais permitidos legalmente, instaladas nos canteiros e calçadas paralelos às ruas da cidade, funcionam simbolicamente como uma morfologia urbana que sinaliza para os transeuntes que esses espaços públicos, por um determinado

tempo, ficam à disposição dos partidos políticos, e perdem a finalidade para a qual foram construídos.

Vejamos o § 3º do artigo 37 da Lei Eleitoral 9.504/97 que regulamenta o impedimento de propagandas eleitorais nos espaços da cidade.

Nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, **não é permitida a colocação de propaganda eleitoral** de qualquer natureza, mesmo que não lhes cause dano. (Grifo nosso)

A apropriação dos espaços na cidade (re)significa, de um lado, a cidade atravessada pelos sentidos da campanha eleitoral, mudando o seu aspecto ambiental e, por outro lado, a apropriação desses espaços toma a linguagem como observatório do urbano em um duplo movimento: o espaço urbano que se diz e da linguagem que a espacializa¹⁴.

Já o parágrafo 6º do Art. 37, da mesma lei eleitoral, regulamenta a permissão de material de campanha em espaços públicos urbanos:

É permitida a colocação de cavaletes, bonecos, cartazes, mesas para distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis, e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009). (Grifo nosso)

O parágrafo acima, ao mesmo tempo que permite o uso de material físico, delimita o tipo, desde que tenha mobilidade e não interfira no trânsito das pessoas e dos veículos. A ordenação jurídica da Lei Eleitoral não diz sobre tamanhos e/ou formas dos materiais, abrindo brechas para que se produzam outros materiais alternativos como o cartaz em forma de uma mão instalado no tronco de uma árvore, ‘colocação’ que desrespeita o dispositivo da lei.

Além dos espaços determinados pela justiça para afixação dos materiais de propaganda ao longo das vias públicas, observa-se a distribuição de santinhos e de outros materiais de campanha, como adesivos, revistas e panfletos com propostas, que, usados pelos candidatos ou grupos/cabos eleitorais durante as visitas aos bairros, centros

¹⁴ Cf. contracapa do livro *Cidade atravessada: Os sentidos públicos no espaço/urbano*, de Eni Orlandi, 2001.

comunitários, residências, vão ficando sobre os espaços das calçadas principalmente, constituindo-se em lixo urbano.



Notamos que durante a campanha eleitoral, os candidatos se munem de estratégias políticas com o intuito de produzir no eleitorado sentidos de engajamento às propostas dos candidatos. Desse modo, os *slogans* políticos são utilizados pelos candidatos com forte apelo para a promoção da sua imagem e de sua proposta política.

Neste percurso, vemos que a propaganda política é o principal recurso dos candidatos; como já diziam os gregos, de acordo com muitos estudiosos, as palavras têm poder de persuadir, intimidar, convencer, inocentar ou condenar, de fazer crer, de eleger.

CAPÍTULO II

A CIDADE DE CÁCERES NAS PROPAGANDAS ELEITORAIS 2012:

DISPUTA DE SENTIDOS

Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico – sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação.
(Pêcheux, 1990)

Neste capítulo propomos analisar como a cidade de Cáceres-MT, localizada a 205 km de Cuiabá, capital do Estado de Mato Grosso, significa e se significa nas propagandas políticas de candidatos à Prefeitura municipal expostas nos espaços públicos centrais e não centrais, no período eleitoral do ano de 2012. Ou dizendo de outro modo, queremos analisar enunciativamente os sentidos da cidade de Cáceres nas propagandas eleitorais afixadas em lugares públicos estratégicos que funcionam como vitrines a céu aberto para interpelar os transeuntes, leitores e eleitores, na escolha do candidato à Prefeitura municipal de Cáceres.

Na perspectiva de que o acontecimento do dizer se faz pelo funcionamento da língua afetada pelo interdiscurso, vamos centrar o nosso foco em um conjunto de propagandas constituídas de textos associados às imagens de três candidatos, que veiculam em emissoras de rádio e televisão, e se apresentam sob diferentes materiais de campanha, expostos à leitura de pedestres e/ou motoristas que trafegam pelos espaços públicos da cidade, espaços em que as propagandas políticas, por determinação do TRE, são afixadas.

Para a análise que propomos, filiamo-nos teoricamente à Semântica do Acontecimento, disciplina desenvolvida no Brasil por Guimarães (2002, p. 7), e que se coloca como “uma semântica que considera que a análise do sentido da linguagem deve localizar-se no estudo da enunciação, do acontecimento do dizer”.

Para tanto, trazemos o conceito de acontecimento formulado pelo autor (2011, p.15), que diz:

o acontecimento é o que faz diferença na sua própria ordem. E o que especifica este acontecimento é a temporalidade que ele constitui. Assim, um acontecimento não é considerado em virtude de estar num certo momento do tempo, antes de um outro acontecimento também no tempo.

Em *Semântica do Acontecimento*, Guimarães (2002), ao redefinir a enunciação, inclui além da língua e do sujeito, a questão da temporalidade e do real. A temporalidade do acontecimento, conforme o autor (Idem, p.12),

constitui o seu presente e um depois que abre o lugar dos sentidos e um passado que não é lembrança ou recordação pessoal de fatos anteriores. O passado é, no acontecimento, rememoração de enunciações, ou seja, se dá como parte de uma nova temporalização, tal como a latência do futuro.

E o real, o autor define como “a que o dizer se expõe ao falar dele” (Ibidem, p. 11).

Como vamos tratar de propagandas políticas, de disputas políticas entre candidatos que buscam a mesma finalidade, e que se colocam em um espaço de enunciação regulado e de disputas pela palavra e pelas línguas, trazemos o pensamento de Guimarães (2002, p. 16) sobre o político que, segundo o autor, deve ser tratado “como fundamento das relações sociais, no que tem importância central a linguagem”, ou seja,

O político, ou a política, é para mim caracterizado pela contradição de uma normatividade que estabelece (desigualmente) uma divisão do real e a afirmação de pertencimento dos que não estão incluídos. Deste modo, o político é um conflito entre uma divisão normativa e desigual do real e uma redivisão pelo qual os desiguais afirmam o seu pertencimento (Idem).

O estabelecimento dessa relação, no entanto, se apresenta como necessária à vida social e política, ainda que “o homem esteja sempre a assumir a palavra, por mais que lhe seja negada” (Ibidem).

Ao considerar que a relação entre língua e o falante se constitui no acontecimento de linguagem, do dizer, tomamos o conceito de espaço de enunciação, definido por Guimarães (2002, p. 18) como “espaços de funcionamento de línguas, que se dividem, redividem, se misturam, desfazem, transformam por uma disputa incessante”, porque são espaços instaurados por falantes, por sujeitos divididos por seus direitos ao dizer e aos

modos de dizer. É nesses espaços que a enunciação é tomada como prática social e política.

Desse modo, a assunção da palavra se dá em cenas enunciativas que se caracterizam “por constituir modos específicos de acesso à palavra dadas as relações entre as figuras da enunciação e as formas linguísticas” (Idem, p. 23). Para o autor, as figuras da cena enunciativa são: o Locutor (L), que se representa no próprio dizer “como fonte deste dizer”; o locutor-x, enquanto lugar social do dizer, e os correlatos Alocutário e alocutário-x, e o enunciador, que representa o lugar de dizer, “o lugar de onde se diz”. É nesse espaço particularizado que se constituem os lugares enunciativos, “configurações específicas do agenciamento enunciativo para “aquele que fala” e “aquele para quem se fala” (Idem).

O *corpus* desta pesquisa é constituído de documento oficial, a Lei eleitoral 9.504/97, e de documentos não oficiais, como as propagandas de três partidos, nosso objeto de análise, que contêm as propostas políticas de desenvolvimento para a cidade de Cáceres, descritas e ilustradas com fotos da cidade, em forma de revista e folhetos diversos, cujos enunciados estratégicos são afixados nos espaços públicos da cidade e em espaços particulares, como residências.

Para as análises das propagandas dos três candidatos à Prefeitura municipal de Cáceres, mobilizamos o conceito de recorte que, segundo Guimarães (2011, p.44), é “um fragmento do acontecimento da enunciação”. Não se trata simplesmente de uma sequência, mas de formas linguísticas correlacionadas por terem com o acontecimento uma mesma relação, independente da posição na sequência.

Adotamos para as análises os procedimentos teóricos-metodológicos formulados pelo autor (Idem):

- a) toma-se um recorte e produz-se uma descrição de seu funcionamento;
- b) interpreta-se seu sentido na relação com o texto em que está integrado;
- c) chega-se a, ou toma-se, outro recorte e faz-se dele uma descrição;
- d) interpreta-se seu sentido na relação com o texto em que está integrado, tendo em vista a interpretação feita do primeiro recorte;
- e) busca-se um novo recorte, etc., até que a compreensão produzida pelas análises se mostre suficiente para o objetivo específico da análise.

Na perspectiva de que o acontecimento do dizer se dá pelo funcionamento da língua, afetada pelo interdiscurso, a operação de descrição e interpretação de um texto deve

evitar a noção de unidade homogênea ou de decodificação apenas, e buscar, ao mesmo tempo, “elementos específicos no texto e acompanhar seu funcionamento pensando-os enquanto integrados no texto, e assim reportados a tudo que está no texto” (Ibidem).

Nesse sentido, passaremos a analisar como a cidade de Cáceres é dita e significada nas propagandas político-partidárias dos três candidatos, na seguinte ordem:

1. Coligação: *Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento*;
2. Coligação: *O futuro começa agora*; e
3. Partido dos Trabalhadores.

2. Propagandas Político-partidárias

2.1 Coligação: *Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento*

Vamos tomar os textos reunidos na *Revista Coligação: Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento* como “unidades de sentido que integram enunciados no acontecimento de enunciação” (GUIMARÃES, 2011, p. 19), ou seja, como texto “que se caracteriza por ter uma relação com outras unidades de linguagem, os enunciados, que são enunciados e que significam por esta relação” (Idem, p. 20).

Das políticas de campanha definidas na *Revista Coligação: Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento*, destacamos para análise a propaganda fundadora *É com Francis que eu vou!* a partir da qual foram formuladas as seguintes propostas: *A Cáceres que queremos*, *Cáceres, capital do Turismo* e *Cáceres com INFRAESTRUTURA*.

Começamos com a propaganda que segue:



É com Francis que eu vou!

Observando a materialidade textual da propaganda, percebemos que o enunciado publicitário – *É com Francis que eu vou!* é o mais utilizado nos materiais de campanha do candidato, por trazer como estratégia política o seu próprio nome, que lido e dito diariamente, nas emissoras de rádio e TV, por pessoas, eleitores ou não, funciona como uma enunciação que, ao se repetir, ritualiza os gestos de interpretação desses leitores.

A composição gráfica da propaganda, o formato das letras, as cores e a disposição dos enunciados e do número que identifica o partido, bem como a inclusão do nome do candidato, se configura como estratégia de marketing eleitoral, que busca “conquistar a aprovação e simpatia da sociedade, construindo uma imagem do candidato que seja sólida e consiga transmitir confiabilidade e segurança à população elevando o seu conceito em nível de opinião pública” (MANHANELLI, 1992, p.22).

Vamos considerar o texto *É com Francis que eu vou!* como uma cena enunciativa constituída de dois Locutores predicados pelos lugares sociais que os autorizam a dizer: locutor-candidato, representando a Coligação, e locutor-agência de publicidade.

Em relação ao agenciamento enunciativo na propaganda, podemos dizer que o Locutor que enuncia é o locutor-candidato da Coligação, que diz desse lugar social que o apoia, e o outro Locutor, o locutor-candidato Francis que diz *É com Francis que eu vou!*, é o que se coloca nesse lugar, falando aos leitores/eleitores.

Assim, temos a seguinte representação do agenciamento:

- a) Locutor-candidato da coligação: EU DIGO QUE a Coligação diz “X”.
- b) Locutor-candidato Francis: EU DIGO X (que o candidato diz).

Estar no lugar do candidato é ser tomado pelo texto da Coligação e dizê-lo enquanto uma enunciação própria. O Locutor, do lugar de candidato da Coligação é quem

enuncia para o alocutário-eleitor, e o locutor-candidato Francis, engajado à sua campanha, é quem exclama: “É com Francis que vou!”.

O enunciado em questão, por ser exclamativo, não se caracteriza como um pedido ou um apelo ao eleitor, mas como um clamor, sugerindo aos leitores que se engajem também à campanha do candidato, repetindo o mesmo clamor.

Em relação à temporalidade do acontecimento da propaganda, o enunciado *É com Francis que eu vou!* retoma um conjunto de enunciações já realizadas como “A Cáceres que queremos”, “Cáceres, capital do Turismo”, “Cáceres com INFRAESTRUTURA” eleição do candidato à prefeitura da cidade de Cáceres–MT.

No enunciado *É com Francis que eu vou!*, a preposição *com* na expressão *com Francis* significa a adesão do eleitor (estar com), engajar-se às ideias do locutor-candidato, e o enunciado pode ser parafraseado por:

- a) *Concordo com as ideias de Francis!*
- b) *Com Francis eu vou até ao final da campanha!*
- c) *Eu vou com ele, Francis!*
- d) *Embarco nessa campanha!*

O pronome *eu*, no enunciado *É com Francis que eu vou!* remete ao que diz Benveniste (1989, p. 84) sobre “a emergência dos índices da pessoa (relação *eu-tu*) que não se produz senão na e pela enunciação: o termo *eu* denotando o indivíduo que profere a enunciação, e o termo *tu*, o indivíduo que aí está presente como alocutário”. Ou seja, o pronome *eu* identifica-se como locutor-candidato que diz de um determinado lugar social, e o *tu*, o Alocutário, é a figura enunciativa representada pelo eleitor, que deverá ler a propaganda.

Passamos agora às análises dos enunciados que resumem estrategicamente as propostas do candidato à prefeitura da cidade de Cáceres, na seguinte ordem:

- 1) *A Cáceres que queremos;*
- 2) *Cáceres capital do turismo;*
- 3) *Cáceres com INFRAESTRUTURA.*

2.1.1 A Cáceres que queremos

Devemos considerar inicialmente que a interpretação do texto é uma atribuição de sentidos dada pelo analista, em que a relação de significação está diretamente ligada a uma relação integrativa do enunciado com o texto, exposta à exterioridade.

Antes da análise desse enunciado, destacamos um recorte do discurso do candidato do PMDB, que funciona como o encontro entre o passado e a atualidade:

Ainda não **posso** uma extensa carreira política, mas **tenho** experiência em gestão, além do apoio de importantes lideranças do município. **Pretendo** colocar em prática **o meu plano de governo**, que é o rumo escolhido pela população de Cáceres [...].¹⁵ (Grifo nosso)

Nesse texto, o candidato apresenta a sua candidatura, afirmando que tem experiência em gestão, mas ainda não possui uma carreira política consolidada, e argumenta como candidato que, em seu plano de governo, pretende colocar em prática o rumo que a população tem escolhido para a cidade de Cáceres. O candidato, enquanto Locutor que se representa nesse dizer, assume o lugar social de locutor-candidato à Prefeitura da cidade, afetado por uma exterioridade do que é preciso se fazer para dar um novo rumo à cidade. Nesse texto, a expressão *meu plano de governo* é reescriturada por definição por *é o rumo escolhido pela população de Cáceres*.

O enunciado *A Cáceres que queremos* projeta sentidos para a cidade pelo que ela ainda não apresenta ou não possui, ou seja, a imagem que se projeta da cidade não satisfaz o candidato, a coligação e nem os seus eleitores, e pode ser parafraseado por *A Cáceres que não queremos*. Nesse jogo político marca-se o presente do acontecimento pela forma *queremos* pelo apagamento do complemento que não está dito, mas que está significando para a coligação do candidato.

Seguindo o ponto de vista de que “todo discurso se liga a outro, por sua ausência necessária” (ORLANDI, 2007, p.115), notamos que o enunciado *A Cáceres que não queremos*, formulado a partir do que não é dito mas que é sabido, funciona como uma

¹⁵Disponível em: <http://www.truckbrasil.com.br/wp/transportes/presidente-do-grupo-cometa-francis-maris-cruz-e-eleito-prefeito-de-caceres-no-mato-grosso-executivo-conquistou-49-dos-votos-na-cidade-que-sedia-a-matriz-do-grupo-cometa/>. Acesso em: 17 de dez./2013.

espécie de retorno ao pensamento. Quando se trata do não-dito, nos deparamos com a questão da incompletude, uma relação com a falta, o equívoco que, conforme Orlandi (1993, p. 12), “[...] há uma dimensão do silêncio que remete ao caráter de incompletude a linguagem: todo dizer é uma relação fundamental com o não dizer”.

Em relação ao pronome “nós” elíptico no enunciado *A Cáceres que queremos*, tomamos a análise que Freda Indursky (1997) faz do “nós” nas diferentes representações do sujeito presidencial. Diz a autora, que o “nós” no discurso dos presidentes militares que assumiram o poder no Brasil, no período de 1964 a 1984, pode pertencer à esfera do espaço público individual, à esfera do espaço público partilhado, ao espaço público institucional ao uso partitivo, e ao que se associa a todos os brasileiros, constituindo o uso coletivo, que passa a representar a totalidade dos brasileiros, na qual o presidente se inclui.

Conforme Benveniste (1966) *apud* Indursky (1997, 75), o **nós** “não é exatamente um plural, mas um **eu** ampliado, que possibilita ao enunciadador integrar outros enunciadadores ao seu dizer”. A autora ressalta ainda que o **nós**, “ao associar-se ao **eu** diferentes não-pessoas discursivas, produz um efeito muito especial que foi descrito por Jaques (1979, p. 356) como “um valor performativo porque realiza o que a palavra exprime: afirmar uma palavra comum”.

Pautando-nos na análise do **nós** coletivo feito pela autora, podemos dizer que o **nós** elíptico, em *A Cáceres que queremos*, é um **eu** ampliado que se funde no dizer de outros locutores e politicamente se refere ao **eu** (candidato) + **ela** (Coligação Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento) + **eles** (eleitores e simpatizantes da Coligação). Nesse enunciado, o locutor-candidato assimila o lugar de dizer do enunciadador coletivo que representa a voz de todos em uma única voz.

O enunciado *A Cáceres que queremos* instaura uma futuridade que funciona por um memorável do estado político-administrativo da cidade de Cáceres, como obras paralisadas, serviços deficientes e administração desorganizada, conforme os recortes abaixo retirados da *Revista Coligação: Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento* (2012, p.2):

Cáceres atravessa um momento difícil. É visível a crise de gestão e o estado de abandono. **Obras paralisadas, serviço de água deteriorado, deficiência em todos os setores, contas pendentes, serviço de saúde deficiente, enfim, todos os segmentos da administração com problemas.** (Grifo nosso).

A desordem administrativa impede as assinaturas de convênio e liberação de recursos. Os últimos quatro mandatos acabaram por levar a essa situação caótica”. (Grifo nosso).

Outro aspecto que vamos analisar no enunciado *A Cáceres que queremos* é o funcionamento do artigo “A” anteposto ao nome próprio. Nas Gramáticas Tradicionais (GT), o “A” aparece classificado como artigo, como uma palavra que acompanha o substantivo. Para Bechara (2001, p.122), o artigo definido “identifica o objeto designado pelo nome a que se liga, delimitando-o, extraindo-o de entre os objetos da mesma classe, como aquele que já foi (ou será imediatamente) conhecido do ouvinte”.

Dias (2001, p.71) comenta que nas gramáticas “a relação entre a palavra e a sua exterioridade ainda é tratada de forma muito precária”, e, nessa perspectiva, “a linguagem seria a representação do mundo exterior a ela” (Idem). Contrário a essa posição, o autor diz que as categorias gramaticais do português devem ser pensadas a partir de uma teoria da enunciação, em que os fatos gramaticais são também concebidos como fatos discursivos, ideia compartilhada com Guimarães (2002, p. 5), que diz: “as expressões linguísticas significam no enunciado pela relação que têm com o acontecimento em que funcionam.”

Nessa linha, vamos tomar o “A” em *A Cáceres que queremos* como um dêitico, que aponta para a cidade estabelecendo uma relação espacial entre a cidade e o candidato, e que pode ser substituído por *Esta Cáceres que queremos*, significando também pela relação do locativo com o candidato e pela identificação do espaço político como lócus de disputa de sentidos.

2.1.2 Cáceres capital do Turismo

O enunciado *Cáceres capital do Turismo*, que textualiza uma das propostas políticas mais ambiciosas do candidato à Prefeitura municipal de Cáceres, traz o memorável dos títulos simbólicos dados à cidade pelo cruzamento de diferentes discursos: a) “Princesinha do Paraguai”, nome determinado pela sua localização histórica e geográfica à margem esquerda desse rio; e b) “Portal do Pantanal”, nome que recorta como

memorável o acesso à parte Norte da região, ponto importante de navegação, ligando o município à capital do Estado de Mato Grosso, Cuiabá, e de turismo histórico e esportivo, como o maior campeonato de pesca do mundo em águas fluviais.

Essas nomeações têm a ver com a análise que Karim (2013, p.78) faz do nome *mato grosso*, “como descrição do que ali se encontrava”, ou seja, os nomes “Princesinha do Paraguai” e “Portal do Pantanal” descrevem uma característica de lugares em relação ao Pantanal.

Na proposta do candidato, projeta-se para a cidade o título de *capital do Turismo*, um título que a cidade ainda não possui, mas que se pretende criar, conforme o texto que segue:

A nossa **Cáceres tem potencial turístico. Vou buscar** investimentos para **transformar** nossa **cidade em uma capital do turismo** gerando qualidade de vida e mais empregos para as famílias cacerenses. (*Revista Coligação Cáceres no rumo ao desenvolvimento*, 2012, p.04). (Grifo nosso)

Os sentidos que se projetam para a cidade não significam o apagamento dos títulos já conquistados, dos sentidos já estabilizados, mas de incorporar a esses sentidos novos sentidos, a partir do que a cidade já vivencia como cidade turística, e transformá-la em *capital do Turismo*, como podemos ver no recorte abaixo:

A classificação de Cáceres como **um dos 65 municípios indutores do turismo no país é o reconhecimento nacional de sua vocação**. Francis e Eliene estão determinados a **ampliar** o leque de serviços oferecidos convertendo o potencial em efetivas oportunidades, como **turismo científico, de negócios, de pesca esportiva, de eventos, religioso, contemplativo, náuticos, feiras** etc. No Plano Diretor delineado para Cáceres, o objetivo é **utilizar os recursos naturais e culturais, valorizando a localização privilegiada** e a sua gente. (Grifo nosso). (*Revista Coligação: Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento*, 2012, p.5)

O texto, formulado do lugar da agência de publicidade da campanha do candidato, rememora a história da classificação do município de Cáceres, como “indutor ao turismo” reconhecido nacionalmente por essa vocação. Para a implementação da proposta, o Plano Diretor da cidade prevê a utilização dos recursos naturais e culturais existentes, com vistas

a valorizar a localização da cidade, situada na região do Pantanal mato-grossense, e os seus habitantes.

No enunciado *Cáceres capital do Turismo*, a expressão *capital do Turismo* funciona, segundo a gramática tradicional, como aposto pelas informações que traz do nome ao qual faz referência, ou como o termo que “identifica, explica, desenvolve ou resume um outro termo da oração, independentemente da função que este exerce (MESQUITA, 1997, p. 425). No entanto, é possível analisar o aposto sob o viés da semântica de enunciação, em que o nome significa pelas relações históricas e linguísticas que mantém com outros nomes.

Dias e Coelho (2014, p.133), nas análises que desenvolvem sobre o aposto explicativo à luz da semântica da enunciação, dizem que “o lugar sintático de aposto explicativo pode congrega pistas acerca da avaliação do falante sobre o seu interlocutor, o que constitui tanto um espaço para a argumentação como também para a marcação da modalidade”.

Dizem ainda os autores (Ibidem, p.136) que as informações (os apostos) “constituem estratégias argumentativas adotadas pelo locutor com vistas a obter a adesão do interlocutor”. Ao final das análises, Dias e Coelho (Idem, p. 146) concluem que o lugar do aposto explicativo também

traduz uma avaliação do conhecimento prévio do interlocutor por parte do falante, já que a informação introduzida pelo aposto é pressuposta pelo falante não apenas como potencialmente desconhecida do interlocutor, mas também como necessária para a construção do sentido.

Nessa perspectiva, a expressão “capital do Turismo” no enunciado *Cáceres capital do Turismo* pode ser analisada como aposto explicativo, por recortar o memorável de já-ditos (as informações) sobre o título da cidade no acontecimento do dizer, ou ainda como aposto explicativo por antecipação, visto que há um avanço temporal que produz efeitos de realidade ao que é proposto a algo não existente.

Uma outra possibilidade de análise desse aposto é a sua articulação com o nome (substantivo) “Cáceres”, trazendo uma caracterização específica. Ou seja, o sintagma *capital do Turismo* incide sobre o nome próprio *Cáceres* para especificá-lo, pois conforme Guimarães (2008, p.28), o aposto é definido como

Um termo que, no interior do enunciado, se articula a um nome (substantivo), para explicá-lo. Assim ele se diferencia dos caracterizadores (a Gramática tradicional os chama de “adjunto adnominal”), que se ligam ao nome para particularizá-lo.

Pautando-nos na análise do aposto desenvolvida por Guimarães (2008), o aposto no enunciado em estudo pode também funcionar como uma reescrituração, ou seja, reporta a outra palavra no mesmo enunciado, fazendo significar algo diferente.

2.1.3 Cáceres com INFRAESTRUTURA

Nessa cena enunciativa temos um Locutor que diz do lugar social de locutor-candidato para o Alocutário, representado pelo eleitor.

O enunciado *Cáceres com INFRAESTRUTURA* constrói sentidos para a cidade de Cáceres pelo que a cidade não possui ou ainda não dispõe, embora Cáceres já tenha sido administrada por vários prefeitos, a cidade ainda não conta, para o imaginário do candidato, com a infraestrutura desejável para a população da cidade.

A formulação *Cáceres com INFRAESTRUTURA* projeta o interpretável, a possibilidade de implantação de serviços básicos de uma sociedade, a partir de enunciações já ditas, como podemos ver nos recortes extraídos da *Revista Coligação: Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento*:

Um dos maiores problemas enfrentados pela nossa população é o **dilema da água**. Parte do ano na estação cheia, muitas casas ficam praticamente ilhadas de tanta água; na época da seca é como se vivessem praticamente num deserto. (p.7). Para resolver de uma vez por todas nosso problema de falta de água, Francis e Eliene irão **buscar recursos para construir uma nova Estação de Tratamento de Água – ETA, [...] (Idem, p.7). (Grifo nosso)**

O recape e pavimentação asfáltica, assim como a **manutenção das guias de sarjetas e das calçadas** permitirão que os moradores de Cáceres tenham, além de **infraestrutura**, qualidade de vida ao se livrarem de uma vez por todas **da poeira**. (Idem). (Grifos nosso)

É interessante observar que o enunciado *Cáceres com INFRAESTRUTURA* projeta duas imagens para a cidade, uma antes “sem estrutura”, que reflete a cidade pelo que não se tem, pelo que falta, pelo que falha nas administrações anteriores; e uma depois “com estrutura”, que reflete a cidade pelo que se terá, sem falta, sem falhas, se for eleito.

Queremos ressaltar que, na teoria que adotamos, o funcionamento da língua é com o interdiscurso e não com a situação. Nessa linha, a expressão “com INFRAESTRUTURA” funciona por estar exposta ao entrecruzamento de vários discursos que a atravessam, e “por isso, a língua está exposta a não completude, à falha, ao engano” (GUIMARÃES, 2002, p.6).

Recortamos outro texto da *Revista Coligação: Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento* que aparece abaixo do enunciado em estudo.



A cena enunciativa, enquanto “especificações locais nos espaços de enunciação” (GUIMARÃES, 2002, p. 23), é constituída de um locutor-x ou locutor-candidato, que reafirma o compromisso da campanha com os Alocutários representados por você (o individual) e (você) com sua família (o institucional), e que no final partilha com esses Alocutários o desenvolvimento de nossa cidade, assimilando o lugar do enunciador coletivo, aquele que representa a voz de todos como uma única voz.

Em o desenvolvimento de nossa cidade, a cidade funciona como algo pertencente ao candidato, à Coligação e aos eleitores pela presença do possessivo “nossa”, significando que a cidade não pertence a um único indivíduo, mas à coletividade na qual se incluem o candidato, a coligação e os seus eleitores. Nessa cena, o locutor-candidato também

assimila o lugar de dizer do enunciador-coletivo, colocando-se, por antecipação, como o representante da população da cidade.

No enunciado *Meu compromisso com você, com sua família e com o desenvolvimento de nossa cidade*, temos o procedimento de articulação por coordenação. A articulação por coordenação é “aquela que toma elementos de mesma natureza e os organiza como se fossem um só da mesma natureza de cada um dos constituintes” (GUIMARÃES 2009, p.51).

A repetição da preposição *com* nas expressões *com você, com sua família e com o desenvolvimento de nossa cidade*, além de destacar a relação de proximidade do candidato com o Alocutário (você), com a instituição *família* e com a *cidade*, funciona também para estabelecer relações de compromisso e de obrigação.

Após a apresentação das propostas políticas para a cidade, a *Revista Coligação: Cáceres no Rumo ao Desenvolvimento* traz na contracapa o seguinte texto:

***Guarde nossas propostas
e acompanhe-nos durante
os 4 anos na transformação
da nossa cidade.***

Vamos tomar esse texto como uma cena enunciativa que, segundo Guimarães (2007, p.207), descrever uma cena enunciativa é “analisar o próprio modo de constituição dos lugares de dizer pelo funcionamento da língua”.

Essa cena é constituída de um Locutor, o lugar que se representa no dizer como fonte desse dizer, e para estar nesse lugar é preciso que o Locutor esteja afetado por um lugar social, ou seja, só é Locutor enquanto se dá como locutor-x ou vice-versa, pois o Locutor é díspar a si, e sem essa disparidade não há enunciação.

Observamos no enunciado *Guarde as nossas propostas* que o emprego do possessivo *nossas* faz significar que as propostas não pertencem apenas ao candidato ou a sua coligação, mas a todos os alocutários a quem foi dirigida a campanha e que, por antecipação, devem guardar e acompanhar a implantação das propostas.

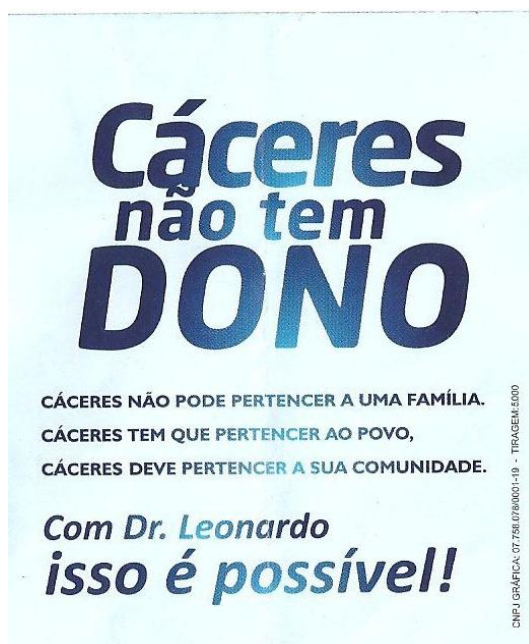
No apelo em “Guarde nossas propostas”, que pode ser parafraseado por “Guarde na memória nossas propostas”, o passado funciona como algo que se guarda, que se

deposita na memória, no entanto, na teoria à qual nos filiamos, o passado “não é lembrança ou recordação pessoal de fatos anteriores, o passado é, no acontecimento, rememoração de enunciações, que se dá como parte de uma nova temporalização” (GUIMARÃES, 2002, p. 12).

Chamam a atenção nesse enunciado os verbos *Guarde* e *acompanhe* que, conjugados no modo imperativo, significam um duplo apelo para que os eleitores se coloquem como guardiões e fiscais do cumprimento das propostas de campanha durante a gestão do candidato, se eleito for. O enunciado imperativo, segundo Guimarães (2011, p.64), “traz uma diretiva de um locutor para um alocutário a respeito de uma ação futura em virtude de alguma razão”.

2.2 Coligação: *O futuro começa agora*

Continuando as análises, trazemos um texto da campanha eleitoral do candidato do PSD (Partido Social Democrático).



É interessante salientar que o sentido de um texto não está exclusivamente no texto. Como afirma Guimarães (2013, p.195), a análise de um texto “não está toda prevista nas formas linguísticas que o Locutor apresenta e organiza, de um certo modo”. Ou seja, não está só no texto. Não se dá na relação locutor e alocutário. Mas numa “relação do texto com que está fora dele, exatamente porque não se dá na relação entre o Locutor, mas com o lugar social de locutor (locutor-x)” (Idem, p. 196).

Isso significa dizer que a relação de interpretação com o texto “abre um jogo de cena enunciativa, que precisa, é verdade, dar conta de encontrar, descrever e interpretar as cenas pela relação autor” (Ibidem, p. 34).

Nessa perspectiva, no texto do folheto acima temos uma cena enunciativa constituída de dois Locutores predicados pelos lugares sociais que os autorizam a dizer: o locutor-candidato e o locutor-agência de publicidade.

Na cena, não é o Locutor que escolhe uma palavra ou expressão para dizer algo, pois segundo Guimarães (2009, p. 50),

ele é agenciado a dizer pelo modo como o espaço de enunciação distribui as línguas e os modos de dizer e o que dizer para os seus falantes. O Locutor só é Locutor enquanto falante determinado por este espaço político do dizer, o espaço da enunciação.

Nesse agenciamento enunciativo, o Locutor que enuncia é o locutor-candidato, que fala do lugar da Coligação que o apoia politicamente, e o locutor-agência de publicidade é o que diz do lugar do candidato: *Com Dr. Leonardo isso é possível!*

Podemos representar esse agenciamento do seguinte modo:

- a) locutor-candidato da Coligação: EU DIGO QUE a Coligação diz “X”.
- b) locutor- agência de publicidade: EU DIGO X.

No texto do folheto, o enunciado introdutório *Cáceres não tem DONO*, funciona na propaganda como título estratégico pela afirmação de que a cidade teve/tem dono. Esse enunciado traz o memorável de que a cidade é propriedade de determinados grupos políticos, daqueles que detêm o poder sobre ela, que têm o controle político e administrativo e decide individualmente sobre os rumos da cidade.

Ser “DONO” da cidade também estabelece uma relação de poder entre o político e a cidade. No entanto, o Locutor responsável por esse dizer, o locutor-candidato da

Coligação *O futuro começa agora* é contraditório quando se candidata a ocupar o lugar de prefeito para tornar-se o próximo ou o novo “DONO” da cidade.

Os sentidos da palavra “DONO” nos remetem a Guimarães (2007, p.81) que diz:

É preciso observar, no entanto, que embora não considere de antemão nenhuma realidade a que as palavras se reportam, há um real que a palavra significa. E as palavras têm sua história de enunciação. Elas não estão em nenhum texto como um princípio sem qualquer passado.

Assim como outras palavras, “DONO” também tem sua história de enunciação, pelo dizível das relações escravocratas, em que o senhor de escravos estabeleceu por muitos séculos, no Brasil, a relação de dono, de proprietário de homens e mulheres, história que se perpetua no imaginário do brasileiro.

O segundo enunciado *Cáceres não pode pertencer a uma família* rememora enunciações já ditas sobre determinadas famílias que se alternam no poder municipal local, e que agora, para o locutor-candidato, não devem continuar administrando a cidade. Esse enunciado pode ser parafraseado por “Cáceres deve pertencer a todas as famílias”.

Nos dois primeiros enunciados do folheto ocorre um deslocamento de sentidos em relação ao pertencimento da cidade, de “Dono”, o individual, para “família”, o social. Ao contrário do que dizem esses enunciados, os dois últimos *Cáceres tem que pertencer ao povo e Cáceres deve pertencer a sua comunidade* estão dizendo que a cidade deve pertencer ao povo e à comunidade desse povo. Nessa relação de pertencimento, ocorrem novos deslizamentos de sentidos, de pertencimento ao povo para o pertencimento à comunidade, sendo que os sentidos de *povo* dizem respeito ao universo de habitantes da cidade, enquanto que os sentidos de *comunidade* dizem respeito a uma parcela do povo.

Desse modo, vimos no texto da propaganda eleitoral que o pertencimento da cidade passa por vários estágios: *Dono, família, povo, comunidade*. E se o candidato que defende essa premissa for o ganhador, a ordem de pertencimento deverá mudar para *comunidade, povo, família, dono*, mesmo que nessa ordem o lugar de *povo*, pela sua significação, seria o primeiro.

Nesses dizeres, a história reclama sentidos e, se por um lado “a linguagem fala de algo”, por outro, temos a incompletude da linguagem. Pois, o que se diz é incontornavelmente construído na linguagem, os sentidos não são fechados, podem ser sempre outros. Ou como diz Guimarães (2002, p.67-68), “a enunciação de um texto se

relaciona com a enunciação de outros textos efetivamente realizados, alterando-os, repetindo-os, omitindo-os, interpretando-os”.

Nos enunciados *Cáceres não pode pertencer a uma família, Cáceres tem que pertencer ao povo e Cáceres deve pertencer a sua comunidade*, temos uma performatividade assertiva constituída pela *autoridade* do locutor-candidato na relação com o alocutário-eleitor. Desse modo, a performatividade, uma relação constituída entre posições enunciativas determinadas sócio-historicamente, se constrói pela relação de engajamento do locutor-eleitor às mudanças propostas pelo locutor-candidato e à ruptura do continuísmo de poder na cidade.

Os sentidos do verbo *pertencer* em “não pode pertencer”, “tem que pertencer” e “deve pertencer” são impositivos e tendem a produzir efeitos no povo eleitor de que, entre eleger o continuísmo, o eleitor tem/deve eleger aquele que administrará a cidade com o povo e para o povo.

No enunciado *Com Dr. Leonardo isso é possível*, disposto no final da propaganda, o pronome *isso* resume os enunciados anteriores pelo procedimento de condensação, ou seja, condensa todo o texto da propaganda, provocando efeito de evidência em relação ao que se pretende fazer.

Passemos aos enunciados que também integram o texto da Coligação: *O futuro começa agora*:

2.2.1 Cáceres nas mãos do POVO



A cena enunciativa *Cáceres nas mãos do POVO* é constituída de um Locutor, que do lugar social de locutor-candidato diz aos alocutários, representados pelos eleitores/leitores.

Nessa cena enunciativa, o locutor-candidato, afetado pela exterioridade de que Cáceres deve pertencer a um dono ou a uma família, propõe uma gestão compartilhada com o *POVO*, ou seja, uma gestão representada pelo povo cacerense, independente da cor partidária ou daqueles que não o apoiam. Nesse enunciado, o candidato se propõe a governar com o *POVO*, o que nos leva a dizer que nos governos anteriores o povo não participava das discussões políticas do município, mas que no seu governo será diferente, ou seja, o povo terá voz de decisão. Trata-se de um enunciado político que joga com o imaginário do leitor-eleitor, pois no regime democrático em vigor no país, o povo está representado pela Câmara municipal legitimada nas eleições pelo próprio povo.

A imagem ou a matéria significativa do cartaz em formato de uma mão estabelece uma relação de complementaridade com o texto de propaganda política, pois na imagem da mão associada ao enunciado *Cáceres nas mãos do POVO*, a cidade de Cáceres está significando pela relação de companheirismo/parceria do povo numa administração conjunta com o candidato.

Quanto à imagem projetada no cartaz, remetemos a Freda Indursky (2011, p.188) que diz que a imagem se caracteriza como

uma das possíveis materialidades, através das quais o ideológico pode se manifestar. [...] não apenas o discurso verbal funciona como um discurso já-lá que suporta o discurso não-verbal, mas o discurso não-verbal também pode funcionar como uma memória do dizer para tantas imagens que dão materialidade ao discursivo [...].

Assim, podemos dizer que tanto a linguagem verbal (o texto da propaganda) como a linguagem não-verbal (a imagem da mão) funcionam por uma memória do dizer e se intercomplementam semanticamente, pois o sentido em um acontecimento de linguagem, de acordo com Guimarães (2002, p. 67), “são efeitos da presença do interdiscurso, ou melhor são efeitos do cruzamento de discursos diferente no acontecimento”.

É preciso destacar que no Art. 2º do Estatuto do Partido Social Democrático (PSD)¹⁶, que diz sobre os princípios do partido, a palavra “povo” não aparece, mas está significando pela expressão: *todos os brasileiros*.

O Partido Social Democrático constitui-se como instrumento de realização do processo político **fiel ao princípio democrático, ao regime republicano** em sua forma federativa, para defender um Brasil mais forte, desenvolvimentista, com uma economia dinâmica, moderna, competitiva e sustentável; um Brasil mais justo, no qual **todos os brasileiros sejam**, de fato, **iguais perante a lei**; [...] e um Brasil mais solidário, com mais oportunidades para todos. (Grifos nosso).

A imagem da mão no cartaz recorta o memorável de outras imagens e de textos poéticos que celebram a relação da mão com o companheirismo, como o célebre poema “Mãos Dadas”, de Carlos Drummond de Andrade, do qual recortamos os versos:

Estou preso à vida e olho meus companheiros
Estão taciturnos mas nutrem grandes esperanças
Entre eles, considere a enorme realidade.
O Presente é tão grande, não nos afastemos.
Não nos afastemos muito, **vamos de mãos dadas**. [...]. (Grifo nosso)

Como no texto de Drummond, a imagem da mão utilizada na campanha do candidato significa também uma relação de companheirismo, convívio permanente, de modo a construir uma ciranda partidária entre o candidato e o povo.

2.2.2 CÁCERES NAS MÃOS DE QUEM SABE CUIDAR



¹⁶ Disponível em: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-estatuto-do-psd-deferido-em-6-maio-2014>. Acesso em: 18/10/2014.

O texto acima integra o panfleto intitulado “Nosso povo merece respeito”, um dos materiais de campanha da Coligação *O futuro começa agora*.

Nessa cena enunciativa, temos um locutor-candidato que diz do lugar do locutor-agência de publicidade da Coligação. O locutor-candidato, ao ser tomado pelo texto da agência de publicidade da Coligação, o diz como uma enunciação própria.

Na cena do panfleto, há uma divisão do Locutor no acontecimento, e essa divisão se dá porque “falar, enunciar, pelo funcionamento da língua no acontecimento, é falar enquanto sujeito”, pois “ser sujeito de seu dizer, ser sujeito, é falar de uma posição de sujeito” (GUIMARÃES, 2002, p.14).

O Locutor nessa cena enunciativa, na condição de candidato da Coligação: *O futuro começa agora*, convoca para si outro lugar social como a de locutor-médico, que no mesmo folheto diz: “Também tenho a sorte de poder ter escolhido a minha profissão. Me dedico, desde o princípio da minha carreira como médico, a cuidar da saúde das pessoas”.

Desse modo, o enunciado *CÁCERES NAS MÃOS DE QUEM SABE CUIDAR* projeta sentidos de que a cidade de Cáceres está enferma pelos reflexos da administração atual, e que precisa ser tratada por um profissional da saúde, no caso, pelo candidato médico.

Vemos que a temporalidade deste acontecimento não é marcada por um tempo cronológico, mas pelo memorável de enunciações já realizadas, projetando o interpretável de que a cidade, uma vez nas mãos de quem sabe cuidar, deixará o estado de enfermidade e passará a se desenvolver com vigor. Ou seja, o enunciado é dito do lugar de quem tem experiência em cuidar da saúde pública do município, e que deseja fazer o mesmo em relação à administração municipal.

Tratando-se de uma disputa político-eleitoral entre os candidatos, trazemos um recorte que traduz essa disputa pela prefeitura da cidade:

Mesmo com o abandono, **mesmo** com o descaso, **mesmo** com o sofrimento do nosso povo, em plena véspera de eleição em vez de estarmos debatendo propostas e políticas públicas para a melhoria de nossa tão amada cidade, as outras forças políticas [...]. Esquecem que em primeiro lugar deve estar Cáceres e seus cidadãos. Agem como se aqui fosse um território que pertence a eles¹⁷.

¹⁷ Texto extraído do panfleto da Coligação *O futuro começa agora*.

Como podemos ver, “são as relações enunciativas do acontecimento que constituem sentido” (GUIMARÃES, 2007, p.50). Nesse sentido, no recorte acima, o locutor-candidato emprega a conjunção “mesmo” para repetir a situação da cidade e do povo, e criticar os outros candidatos que, mesmo diante desses fatos, se esquecem de priorizar a cidade. Ou seja, os sentidos das propostas que projetam para a cidade migram dando espaço à construção de outros sentidos.

Desse modo, o candidato procura mostrar aos alocutários-eleitores que nessa disputa político-eleitoral, sua preocupação maior é com a cidade e com os cidadãos.

No recorte que segue, vamos analisar o funcionamento do vocativo *Meu caro cidadão*.

Meu caro cidadão. A cidade pertence a você, a eles, a mim, a cidade deve pertencer a todos nós. Cáceres não pode pertencer a uma ou duas famílias, Cáceres deve e vai pertencer ao povo. Cáceres não precisa de dono, **a cidade precisa é de carinho, precisa é de cuidados.** Precisamos **curar velhas doenças, e fechar antigas feridas. Cáceres precisa de união.** (Texto do panfleto divulgado pela Coligação *O futuro começa agora*). (Grifos nosso).

O recorte acima rememora o que já foi falado em outros enunciados formulados pelo candidato do partido do PSD, como por exemplo, os enunciados *Cáceres não tem DONO* e *CÁCERES NAS MÃOS DE QUEM SABE CUIDAR*, reafirmando o estado simbólico de enfermidade da cidade. Nesse recorte, a cidade é comparada a um paciente enfermo, e o candidato propõe a “cura” pela substituição daquele que deverá colocar fim nas velhas rixas políticas e na cicatrização de velhas diferenças partidárias pela união sugerida pelo próprio candidato.

O vocativo “Meu caro cidadão” instala a cena enunciativa estabelecendo o alocutário do texto. O vocativo, segundo Guimarães (2011, p. 52), “não é uma referência a algo pré-existente, simplesmente, o enunciado vocativo estabelece a designação de algo e nestas condições a ele se refere”. Esse enunciado vocativo é dirigido individualmente a cada um dos cidadãos da cidade de Cáceres e dos distritos que compõem o município, com os quais o Locutor, representado pelo candidato, estabelece relações de cidadania.

No recorte em estudo, o Locutor se divide, e enquanto locutor-cidadão, fala ao alocutário-cidadão, ou seja, há uma identificação entre o Locutor e o alocutário quanto ao exercício da cidadania.

Segundo Guimarães (2011, p.52), o vocativo

não é simplesmente um modo de estabelecer uma relação com o interlocutor, é bem mais que isso, é a própria constituição desta relação, na medida em que significa as divisões do falante na cena enunciativa. [...] o vocativo estabelece o alocutário do texto. É nesta medida que o vocativo estabelece elementos da configuração da cena enunciativa.

Vejamos como o Dicionário da Língua Portuguesa Caldas Aulete (online) e o dicionário de Cândido de Figueiredo (1913) definem “cidadão”:

(ci.da.dão) sm.

1. **Pessoa no gozo de seus direitos políticos e civis**; indivíduo que é membro de um Estado e tem perante este a mesma condição que a maioria do povo: dever de obediência às leis e ao governo e direito a proteção.

2. Pop. Irôn. Joc. Indivíduo, pessoa.

3. **Habitante de uma cidade**; esp., na Idade Média, aquele era livre de laços ou obrigações em relação a algum senhor.

(Aulete digital).¹⁸(Grifo nosso).

cidadão: “ s..m. **Morador de uma cidade**. Aquelle que está no gôzo dos direitos civis e políticos de um Estado”. (CANDIDO DE FIGUEIREDO, 1913, p. 468 *apud* Elias, 2012, p.7)¹⁹. (Grifo nosso)

Desse modo, trabalhar os sentidos de palavras e expressões é observar como as relações de sentido dessas palavras estão funcionando no texto acima. Estamos considerando os dicionários como instrumentos linguísticos “produzidos numa certa história de relação com a língua em suas práticas e com distintos modos de produção e de diferentes formas de conhecimento sobre ela” (ORLANDI, 2002, p.105).

Nesses dois dicionários, as acepções de “cidadão” como “pessoa no gozo de seus direitos políticos e civis”, “habitante de uma cidade” e “morador de uma cidade” estabelecem relações de cidadão com o Estado, com o espaço geopolítico, e também como cidadão local que partilha o espaço da cidade.

¹⁸ Disponível em: <http://www.aulete.com.br/>. Acesso em: 20/10/2014.

¹⁹ Em Cidadãos e Concidadãos nos Discursos de Posse da Primeira República. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel>. Acesso em: 20/10/2014.

Assim, podemos dizer que ao usar o vocativo “meu caro cidadão”, o locutor-candidato fala para o “habitante”, para o “morador da cidade”, ou seja, para o eleitor cidadão.

2.3 Partido dos Trabalhadores

O Partido dos Trabalhadores, único partido na campanha que não coligou com nenhum outro, faz circular, nos mais diversos materiais de propaganda eleitoral, o enunciado abaixo, que se torna norteador para as propagandas do candidato do PT.

2.3.1

“Cáceres nas Mãos do Povo.”

A cena enunciativa “Cáceres nas Mãos do Povo” é constituída de um Locutor, que se representa como fonte desse dizer, que assume o lugar social de locutor-candidato do Partido dos Trabalhadores. Nessa cena, a cidade de Cáceres significa que deixará de estar nas mãos ou de ser governada por um determinado grupo social e passará para as mãos ou será governada pelo “Povo”.

O locutor-candidato, no enunciado *Cáceres nas Mãos do POVO*, afetado pelo ideário do Partido dos Trabalhadores, propõe governar pelo povo, para o povo e com o povo, por meio de uma gestão em que o povo será prioridade. Essa proposta, exposta à exterioridade, significa governar pelo e para povo em oposição aos governos de um determinado grupo social.

Esse enunciado recorta o já-dito do Estatuto do PT, que diz lutar por políticas “destinadas a eliminar a exploração, a dominação, a opressão, a desigualdade, a injustiça e

a miséria”²⁰, em oposição a qualquer cidadão que não esteja contemplado nos objetivos do partido.

A temporalidade nesse acontecimento do dizer retoma o passado de enunciações já ditas sobre desigualdade, injustiça e miséria do povo oprimido e produz o interpretável de que se o candidato for eleito, esse quadro será revertido.

Chama a atenção, no enunciado “*Cáceres nas Mãos do POVO*” o emprego das aspas que, conforme as gramáticas tradicionais servem para destacar, entre outros empregos, citação ou transcrição. Nesse sentido, as aspas significam que essa proposta já foi dita em outro lugar, como *slogan* da proposta²¹ de governo na campanha de 1996, do candidato à prefeitura de Santo André-SP, pelo Partido dos Trabalhadores, e que agora retorna com aspas.

No recorte do folder do PT, o perfil do candidato é construído estrategicamente para projetar no imaginário do eleitor uma vida de luta em *defesa dos/as trabalhadores/as e dos mais fracos*:

[...] candidato a prefeito de Cáceres pelo Partido dos Trabalhadores. Na juventude, **trabalhou na roça** [...] **foi servente de pedreiro**. Estudou no CEOM [...] Rodrigues Fontes [...] Milton Marques Curvo. [...]. Formou-se em Pedagogia [...] **se tornou professor**. **Atualmente milita** no Movimento Nacional de Direitos Humanos, e por essa situação, **recebeu** em 2009, congratulações da Assembleia Legislativa de Matogrosso, pelos serviços prestados em defesa da cidadania no Estado. [...] **militando em defesa dos/as trabalhadores/as e dos mais fracos** [...]. **A história de Edinho** mostra que ele **nasceu do povo, cresceu com o povo e luta com o povo**. (Grifo nosso).

Ou seja, esse recorte faz funcionar o memorável da trajetória política desse candidato.

O recorte abaixo diz sobre os **13 pontos** do Programa de Governo do PT,²² que significam, na justiça eleitoral, o número que identifica o partido:

1. **Pagamento** do piso salarial dos/as trabalhadores/as da educação, conforme lei federal [...];
2. **Construção** de creches nos bairros da cidade e no campo, utilizando recurso de programa federal [...];
3. **Defesa** da Reforma Agrária, [...], criando condições para o assentamento de centenas de famílias de trabalhadores/as sem terra [...];

²⁰ Disponível em: <http://www.pt-pr.org.br/docs/estatuto.pdf>. Acesso em: 10/11/2014.

²¹ Disponível em: <http://www.diariodecaceres.com.br>. Acesso em: 20/10/2014.

²² Cf. folder informativo de campanha do PT.

4. **Defesa** de uma política agrícola que beneficie a pequena produção rural, [...] articulação de parcerias entre os cursos das áreas de agricultura e da pecuária da UNEMAT e do IFMT [...];
5. **Ação e defesa** da saúde pública de qualidade e gratuita [...] implantação de UPAS (Unidades de Pronto Atendimento à Saúde [...] com recursos de programa federal [...];
6. **Reestatização** da gestão e do serviço de água [...]; reforçar a luta pela implantação de rede de esgoto e seu tratamento, com recursos federais do PAC [...];
7. **Promover** um reordenamento tributário no município de Cáceres, com a implantação do tributo justo [...];
8. **Trabalhar** pela regulamentação fundiária da cidade [...] evitando a formação de latifúndios urbanos, [...];
9. **Recuperação** de equipamentos públicos importantes e caros para o município, mas que estão sucateados [...]; programa de asfaltamento de ruas, avenidas e de estradas rurais;
10. **Defesa** do patrimônio histórico material e imaterial da cidade [...], com a valorização, do Museu Municipal, da Biblioteca Municipal e de espaços culturais [...];
11. **Rediscussão** do Plano de Carreira dos serviços municipais, [...]com a plena valorização dos/as trabalhadores/as do Município;
12. **Luta** contra a Lei de Responsabilidade Fiscal, que impede o poder público de atender as demandas da população [...];
13. **Gabinete participativo** itinerante, **com o prefeito e os secretários indo até onde o povo está**: nos bairros e nas comunidades da cidade e do campo. (Grifos nossos).

Nesse recorte temos um processo de reescrituração, definido por Guimarães (2009, p. 5) como “um procedimento que coloca em funcionamento uma operação enunciativa fundamental na constituição do sentido pelo acontecimento enunciativo.” Podemos dizer que se trata de uma reescrituração por enumeração “descritivamente”. Assim temos a apresentação dos 13 pontos, que de forma descritiva, apresenta um conjunto de elementos como modos de apresentar cada um dos 13 pontos que juntos formam uma unidade de sentido.

Na relação dos 13 pontos, as palavras em negrito, nos itens 1 a 6, e nos itens 9, 10, 11 e 12, funcionam como construções nominalizadas (ILARI & GERALDI, 1995), em que os verbos são transformados em nomes, configurando-se como uma sinonímia estrutural, conforme o que segue:

- a) Pagamento /pagar;
- b) Construção/construir;
- c) Defesa/defender;
- d) Ação/agir; etc.

Essas formas também são compreendidas como paráfrases, ou melhor, como formas de reescrituração de uma classe gramatical (verbo) por outra classe (substantivo).

Podemos perceber que cada item da proposta apresentada vem coordenado assindeticamente aos outros, e todos apresentam, cada um por sua vez, os elementos que compõem o “conjunto” dos 13 pontos. Neste caso, a enumeração se dá por reescrituração dos 13 pontos. Tem-se aqui o que chamamos de reescrituração por expansão enumerativa.

É interessante observar que tanto a Coligação *O futuro começa agora* como o *Partido dos Trabalhadores* empregam o mesmo *slogan* e colocam a palavra *povo* em destaque. O primeiro emprega a forma *povo* em maiúsculo e o segundo, entre aspas. Independente da grafia das formas linguísticas POVO e “Povo”, os sentidos dessas expressões significam diferentemente pelas propostas apresentadas, afetadas pelos lugares históricos e ideológicos de cada partido nos acontecimentos das propagandas político-partidárias em que se inscrevem.

CAPÍTULO III

DOMÍNIO SEMÂNTICO DE DETERMINAÇÃO DAS PALAVRAS *CANDIDATO* E *POVO*

O sentido de uma expressão não é construído pelo sentido de suas partes. O sentido é constituído pelo modo de relação de uma expressão com outras expressões do texto.

(Guimarães, 2002, p.28)

O interessante no trabalho de um semanticista é poder falar da significação de uma palavra, bem como mostrar como ela se “reporta a”, “se relaciona a”, considerando que tanto a significação quanto a sua relação com “aquilo que acontece” são construídas linguisticamente. Como diz Guimarães (2007, p.77), “a significação é produzida enunciativamente no e pelo acontecimento da enunciação”, pois “o estudo do sentido de palavras e expressões, desde muito, inclui a questão das relações de sentido” (Idem).

Considerando a proposta desta pesquisa, analisar a disputa de sentidos nas propagandas eleitorais entre candidatos à prefeitura da cidade de Cáceres-MT, no pleito ocorrido em 2012, e compreendendo que as propagandas são formuladas estrategicamente para produzir efeitos de confiabilidade e segurança ao povo, a quem é delegado jurídico-eleitoralmente a responsabilidade de legitimar apenas um candidato ao poder, queremos examinar as relações de sentidos entre *candidato* e *povo* em dicionários de língua portuguesa e nas propagandas político-eleitorais analisadas, visto que os dicionários trazem para cada época os modos de dizer de uma determinada sociedade.

Desse modo, neste capítulo, vamos analisar o Domínio Semântico de Determinação das palavras *candidato* e *povo* em dicionários de língua portuguesa, observando o que essas palavras designam nos textos dos dicionários.

Para a análise escolhemos os seguintes dicionários: o Dicionário Aulete *online* de Francisco Júlio de Caldas Aulete; o Novo Dicionário Aurélio (1975), de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira; e o Dicionário Houaiss da língua Portuguesa (2001), de Antônio Houaiss.

A partir da leitura das acepções dessas duas palavras nos dicionários, vamos atentar para os movimentos de deriva que constituem a textualidade dos textos de cada verbete, pois para Oliveira (2012, p.2)²³,

a normatividade do dicionário, da qual se tem usualmente um imaginário de uniformidade e estabilidade, se (re)faz no movimento próprio do político, pelas formulações e reformulações dos elementos que compõem o corpo definicional do verbete.

Ao tomarmos os dicionários de língua portuguesa como material de análise nos remetemos a Zattar (2013, p.312), que toma o dicionário

para além de instrumento de consulta, que produz no imaginário dos leitores um conjunto de possibilidades sinonímicas ou definitórias postas como sentidos naturalizados, ou de um depositário lexicográfico que armazena conceitos, sentidos e usos expressos numa língua. Compreende o dicionário como um conjunto de textos/enunciados que integram cada um dos verbetes que os compõem afetados por um memorável que transpõe os sentidos de quem os formula.

Essa relação de sentidos se dá porque a língua funciona afetada pelo interdiscurso no acontecimento de linguagem, ou seja, o sentido se produz na enunciação, no acontecimento do dizer.

Observamos que o espaço de enunciação em que os dicionários funcionam é o da Língua Portuguesa, da Língua Oficial do Brasil. Nas cenas configuradas nesses espaços de enunciação, temos um Locutor que fala do lugar social de lexicógrafo da língua oficial, que assimila o lugar de dizer do enunciador-universal, um lugar próprio do discurso do saber linguístico.

Nas palavras de Guimarães (2011, p.19), o texto é definido como “uma unidade de sentido que integra enunciados no acontecimento da enunciação”. O semanticista se distancia daqueles que consideram o texto como uma unidade “pragmático-comunicativa”, marcada pelas intenções comunicativas do autor, que instaura a concepção de uma língua transparente sem opacidades.

Para o autor (Idem, p.27), “um aspecto importante a considerar na constituição do texto é que seus enunciados se reportam sempre a enunciados de outras enunciações

²³ Cidade e urbanidade: algumas relações entre palavras. Disponível em: www.discursividade.cepad.net.br. Acesso em: 02/11/2014.

anteriores, de outros textos. Há no acontecimento do texto sempre o dizer de outros”. Nessa perspectiva, o texto não pode ser pensado linearmente, numa relação de integração segmental, mas como unidade integrada por enunciados numa relação transversal. “Por uma relação com a exterioridade, por uma relação com um lugar social de locutor (o lugar do autor)” (Ibidem, p.26).

Na caracterização do texto, os procedimentos básicos de textualidade são: a *reescrituração* e a *articulação*. Reescrever, para Guimarães (2002, p. 28), significa que “ao fazer interpretar algo como diferente de si, este procedimento atribui (predica) algo ao reescriturado”. Ou seja, ao predicar algo ao reescriturado temos a predicação, que

trata-se de uma operação pela qual no fio do dizer, uma expressão se reporta a outra, pelos mais variados procedimentos. Ou por negar a outra, ou por retomá-la, ou por redizê-la com outras palavras, ou por expandi-la ou condensá-la (Idem, 2007, p. 84).

Tomar a predicação como uma relação enunciativa é compreender a relação do sujeito com a língua, pois tomar a enunciação como histórica é assumir que “a predicação não se dá numa relação direta com o objeto “em si”, mas sim mediada pela linguagem, pela interdiscursividade que a constitui” (OLIVEIRA, 2006, p. 35).

Por sua vez, a articulação “diz respeito às relações próprias das contiguidades locais, ou seja, de como o funcionamento de certas formas afetam outras que elas não redizem” (GUIMARÃES, 2007, p. 87-88).

No interior de um enunciado temos as relações semânticas de determinação e predicação, e a diferença entre elas se dá pelo sintático e pelo semântico. A relação de determinação “é tal que se x determina (é determinante de) y é porque y é determinado por x. Ou seja, não há nada numa expressão que seja necessariamente um determinante para y. Esta relação é construída enunciativamente” (Ibidem, p. 78).

Como podemos ver, a relação de predicação e determinação é crucial para o sentido das formas linguísticas no acontecimento enunciativo e juntas compõem o Domínio Semântico de Determinação, que nos permite chegar à *designação* de uma palavra em um *corpus* selecionado.

A designação, para Guimarães (2007, p.82), “é o modo pelo qual o real é significado na linguagem”. Desse modo, a designação nos faz compreender que “as coisas existentes são referidas enquanto significadas, e não apenas enquanto existentes” (Idem,

p.10). Assim, a designação passa a se constituir como o conjunto de determinações do nome numa certa enunciação.

Nesse horizonte, o Domínio Semântico de Determinação é construído, conforme Guimarães (Idem, p.80), “pela observação das relações de uma palavra com as outras que a determinam em um texto específico”. O autor (Ibidem, 81) define o DSD como “uma análise de uma palavra” (p. 81), e acrescenta que

o processo de referência através de uma palavra, que aparece como algo neutro, como um modo de indicar algo pela expressão linguística, na verdade significa o que o DSD desta palavra no seu texto (ou textos) significa. É preciso observar, no entanto, que embora não se considere de antemão nenhuma realidade a que as palavras se reportam, há um real que a palavra significa. E as palavras têm sua história de enunciação. Elas não estão em nenhum texto como princípio sem qualquer passado.

O DSD é representado por uma escrita própria, que estabelece as relações por meio de alguns sinais específicos como: $\top$ ou $\perp$ ou $\vdash$ ou $\dashv$, (que significam determina, por exemplo, $y \vdash x$ significa x determina y, ou $x \dashv y$ significa igualmente x determina y); - significa sinonímia; e um traço como _____, dividindo um domínio, significa antonímia.

3. Dicionários de Língua Portuguesa

O dicionário além de ter a função de normatizar e regular uma língua, é definido por Auroux (2009) como instrumento linguístico de gramatização que, junto com a gramática, são vistos como processos que levam à descrição e instrumentalização de uma língua. Nunes (2002, p.102) destaca que “o saber lexicográfico resulta de um longo processo de instrumentação, cuja origem não está em um acontecimento isolado, mas em uma série de fatos inter-relacionados”.

Na perspectiva adotada para este estudo, os sentidos de um elemento linguístico têm relação “com o modo como este elemento faz parte de uma unidade maior ou mais

ampla” (GUIMARÃES, 2007, p.7). Desse modo, ao tomar uma palavra e percorrer no texto em que ela se encontra, as predicções que se juntam ao seu significado, é possível observar no acontecimento enunciativo como a palavra vai sendo determinada.

A partir dessas considerações, passamos, então, a analisar como se constituem as relações de sentidos entre *candidato e povo*, bem como a representação dos DSDs desses nomes, nos dicionários selecionados, começando com o primeiro verbete, na seguinte ordem.

3.1 *Candidato no Dicionário Aulete - online*²⁴

O título original do dicionário Caldas Aulete é *Dicionário Contemporâneo da Língua Portuguesa*, que tem como seu primeiro idealizador o português Francisco Julio de Caldas Aulete, que veio a falecer antes do término da produção lexicográfica, ficando em seu lugar António Lopes dos Santos Valente.

Vejamos as acepções do verbete *candidato*.

(can.di.**da**.to)
sm.

1. Pessoa que pretende eleger-se ou ser escolhida em eleição, nomeação etc.: candidato à presidência: candidata a deputada.
2. Pessoa que disputa vaga em concursos para empregos, escola etc.: mais de três mil candidatos inscritos para o exame vestibular.
3. Pessoa, grupo, instituição etc. que se submete oficialmente a algum processo de seleção, licitação, concorrência etc.: O Brasil é um dos candidatos a sediar a Copa do Mundo de futebol.
4. P.ext. Pop. Aquele ou aquilo que tem condições ou grandes probabilidades de ser escolhido, de vencer disputa ou obter algo entre vários outros de um grupo, de uma lista: O setor têxtil é um dos candidatos a ganhar subsídios do governo: A atleta é uma das candidatas a (ganhar) medalha. [Não raro, us. de modo irôn. ou joc.: *Detestei o filme; é o meu candidato ao (prêmio de) pior do ano.*] [F.: Do lat. *candidatu(m)*, cujo significado original é 'em trajes brancos' (ver *candid-*), pois os aspirantes a cargos eletivos na antiga Roma vestiam togas dessa cor.]

²⁴ Disponível em: <http://www.aulete.com.br>. Acesso em: 04/11/2014.

O *Dicionário Caldas Aulete* apresenta quatro definições do verbete *candidato*. O primeiro enunciado definidor diz sobre a eleição do *candidato*, e conforme os exemplos, *candidato à presidência: candidata a deputada*, trata-se de uma acepção em que o candidato concorre a cargos políticos tanto para o poder executivo como para o poder legislativo.

Temos, então, uma definição específica por referir apenas a candidatos a cargos eletivos para os poderes executivo e legislativo. Nessa acepção, *candidato* estabelece relações de sinonímia com o candidato das propagandas eleitorais que analisamos, pois através delas, o candidato busca se eleger para o cargo de executivo, ou seja, de prefeito municipal da cidade de Cáceres.

A segunda e a terceira acepções são mais genéricas. A segunda acepção se diferencia da primeira, porque trata de “disputa de vaga em concursos” para empregos de modo geral, marcado pelo “etc.”, ou seja, trata-se de concurso que não depende de eleição, mas da capacidade/preparação de cada candidato. A terceira acepção também se diferencia da primeira, por tratar-se de “processo de seleção, licitação, concorrência etc.”. Observa-se que as acepções de *candidato* em relação ao primeiro enunciado definidor mudam, ocorrendo uma deriva de sentidos.

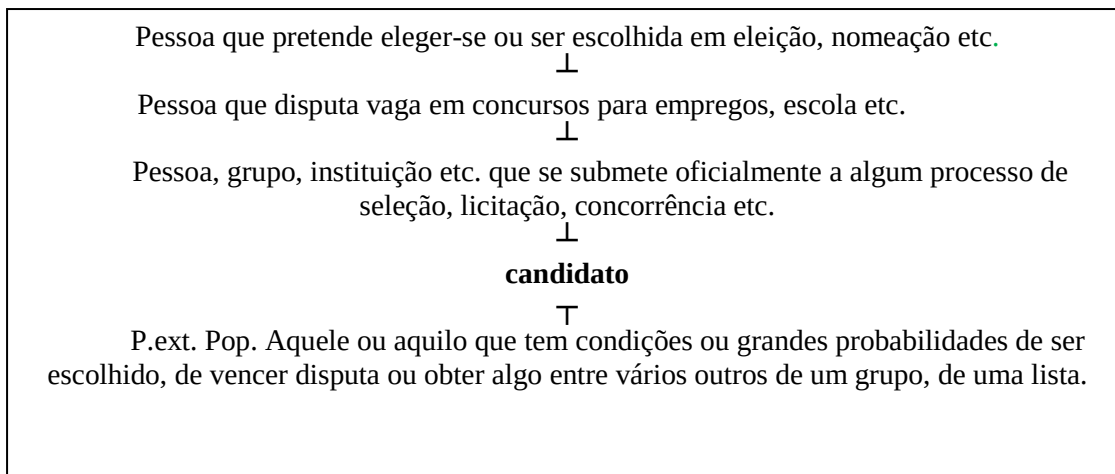
Já a quarta definição de *candidato* estabelece relação de sinonímia com a primeira acepção, e diríamos que a acepção de uso popular, *P.ext. Pop. Aquele ou aquilo que tem condições ou grandes probabilidades de ser escolhido, de vencer disputa ou obter algo entre vários outros de um grupo, de uma lista*, reescritura por expansão a primeira acepção *Pessoa que pretende eleger-se ou ser escolhida em eleição, nomeação etc.*

Nas três primeiras acepções, o locutor-dicionarista emprega a palavra “Pessoa” para designar *candidato* como uma pessoa que tem pretensões de se eleger, e na última acepção emprega os dêiticos “Aquele ou aquilo” para referir-se ao *candidato*, embora “aquilo” seja empregado para referir-se à coisa ou objeto. Nesta acepção, *candidato* representa qualquer pessoa desde que apresente condições não ditas de vencer uma disputa.

Nas acepções do dicionário em estudo, os sentidos do verbete *candidato* direcionam para um mesmo processo: *pretende eleger-se ou ser escolhida em eleição* (A1); *disputa vaga em concursos para empregos* (A2); *submete oficialmente a algum processo de seleção, licitação, concorrência* (A3); *tem condições ou grandes probabilidades de ser escolhido, de vencer disputa* (A4), embora para finalidades diferentes.

Destacamos que todas as acepções do verbete *candidato* são políticas, não no sentido político-partidário, mas no sentido de o candidato assumir um lugar social na enunciação em que se dispõe a concorrer, a se eleger.

Vejamos a constituição do DSD 1:



(Onde se lê: *Pessoa que pretende eleger-se ou ser escolhida em eleição, nomeação etc.*, *Pessoa que disputa vaga em concursos para empregos, escola etc.*, e *Pessoa, grupo, instituição etc. que se submete oficialmente a algum processo de seleção, licitação, concorrência etc.* determinam *Candidato* que por sua vez determina *Aquele ou aquilo que tem condições ou grandes probabilidades de ser escolhido, de vencer disputa ou obter algo entre vários outros de um grupo, de uma lista.*)

3.2 Candidato no Dicionário Aurélio

Nos estudos da lexicografia de Língua Portuguesa, Aurélio Buarque de Holanda Ferreira torna-se referência nacional. O início de sua participação nas atividades lexicográficas se deu a partir da elaboração do *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa* (PDBLP), contribuindo com registros do brasileirismo e com a coordenação do respectivo material. No ano de 1975, publicou-se pela editora Nova Fronteira, com diversas reimpressões, o *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*, conhecido como Dicionário Aurélio ou somente Aurelião²⁵, o qual preencheu uma enorme lacuna na produção lexicográfica brasileira.

²⁵ Em A lexicografia brasileira do século XX: dicionários inaugurais e temáticos. *Cadernos do CNLF*, Vol. XIII, Nº 04. Disponível em: <http://www.filologia.org.br>. Acesso em: 06/11/2014.

Vejamos as acepções trazidas pelo dicionário Aurélio:

Candidato. [Do lat. *candidatu.*] S.m. 1. Aspirante a emprego, cargo, honraria, ou dignidade. 2. Aquele que pede votos que o elejam para um cargo.

No início do texto do verbete, o dicionário Aurélio traz a origem de *candidato* “[Do lat. *candidatu.*]”. Na primeira acepção, *candidato* é predicado por *Aspirante*, ou seja, *candidato* determina *Aspirante* à medida que *Aspirante* o determina, e essa acepção mostra a imagem de um sujeito que não só aspira a “emprego, cargo”, como também à “honraria, ou dignidade”. Neste caso, o cargo a que aspira significa, além de poder, uma relação de privilégios.

A segunda acepção projeta a imagem de certos candidatos no período eleitoral, “Aquele que pede votos que o elejam para um cargo”. Aqui temos outra predicação para *candidato*, “Aquele que pede votos [...]”. Assim como em Aulete, Aurélio emprega o dêitico “Aquele” para se referir a *candidato*.

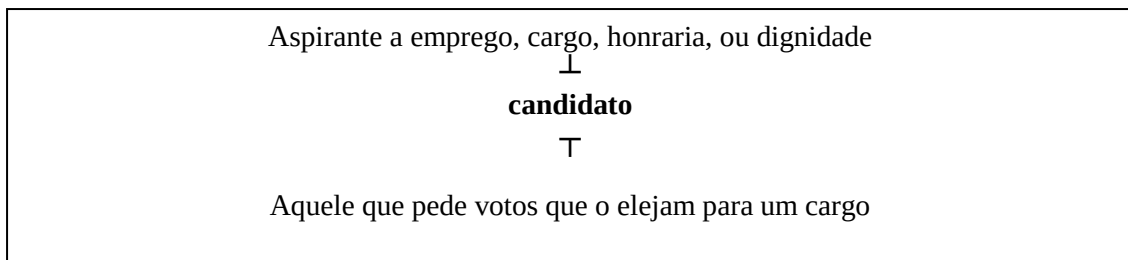
É preciso destacar que, embora o dicionário Aurélio seja reconhecido como um dos mais importantes dicionários do país, do final do século XX, o dicionário não traz as acepções lusitanas de Aulete, registrando apenas duas acepções para o verbete *candidato*.

As acepções 1 e 2 do verbete em estudo estabelecem relações de sinonímia quanto à aspiração ao cargo, de modo que a primeira acepção pode ser reescriturada por substituição por “Aquele que pede votos que o elejam para um cargo”.

Para Guimarães (2007, p. 87), o processo de reescrituração

constrói, o sentido das palavras e das expressões linguísticas, em virtude do próprio processo com que se dá. Nosso interesse, então, não está no fato de que uma retomada se faz sobre algo que é o mesmo, mas o contrário, ao se fazer, faz significar algo que não estava significado.

O DSD 2 é assim representado:



(Onde se lê: *Aspirante a emprego, cargo, honraria, ou dignidade* determina *candidato* que por sua vez determina *Aquele que pede votos que o elejam para um cargo*).

3.3 Candidato no Dicionário Houaiss

Esse dicionário foi publicado no século XXI, período em que são assegurados os direitos constitucionais ao cidadão, e coloca-se, conforme Zattar (2013, p. 314), “como obra de referência para os países lusófonos, com um grande número de registros de verbetes, definições e informações etimológicas do léxico brasileiro”.

Vejamos as acepções trazidas por Houaiss:

Candidato s.m. (1612 cf.VascAM) 1. aquele que aspira a um cargo, honraria, emprego etc. 2. aquele que precisa de votos que o elejam para um cargo ou função. *ETIM lat. *candidātus*, a, um ‘candidato’, em Roma, os candidatos a cargo eletivos vestiam toga branca [...]

O dicionário Houaiss retoma as duas acepções dadas por Aurélio, reescrevendo-as por substituição. E as definições de *candidato* trazem as seguintes predicções: 1. *aquele que aspira a um cargo*; e 2. *aquele que precisa de votos*.

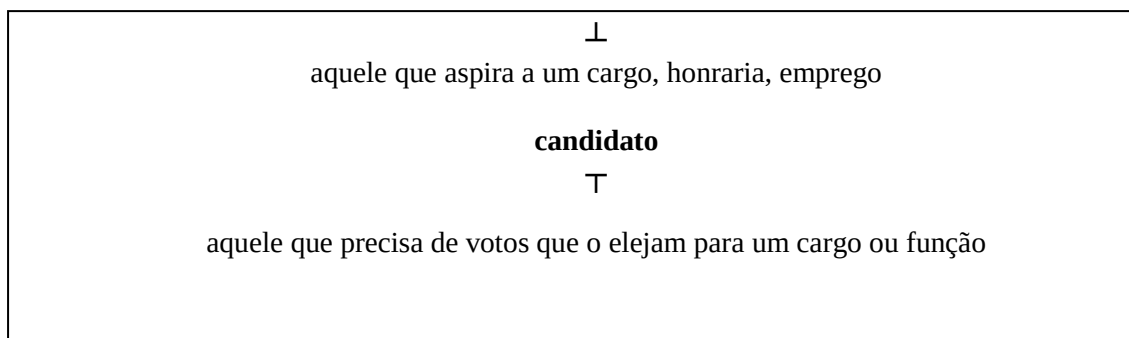
Diferente de Aulete, os dicionários Aurélio e Houaiss introduzem o vocábulo “voto” que estabelece com *candidato* sentidos de como, num processo eleitoral, o voto do eleitor e/ou participante decide a eleição do candidato.

Na reescrituração da primeira acepção, Houaiss substitui “Aspirante” por “aquele que aspira”, e na segunda acepção, substitui “Aquele que pede votos” por “Aquele que precisa de votos.” Ou seja, nessa operação, o reescriturado significa algo diferente de si. No final do texto do verbete, o dicionário traz a etimologia latina da palavra-entrada

candidato, que traz o memorável do modo de se vestir dos candidatos a cargos eletivos da antiga Roma.

Considerando que cada palavra tem sua história de enunciação (GUIMARÃES, 2007), os enunciados definidores de um dicionário se juntam a outros enunciados, afetados pelas relações que estabelecem com outros enunciados, em que uns se incorporam ao texto do verbete e outros não.

O DSD 3 pode ser representado da seguinte forma:



(Onde se lê: *aquele que aspira a um cargo, honraria, emprego* e *aquele que precisa de votos que o elejam para um cargo ou função* determinam *candidato* e por eles é determinado)

Para a constituição dos DSDs de *candidato*, observamos, conforme Guimarães (2007, p.95), que “parte-se de uma palavra específica e procura-se, por um procedimento de análise específico, relacioná-la a outras do *corpus*, buscando as relações de determinação que organizam as relações”.

Na sequência, passaremos a analisar os sentidos da expressão *povo* nos mesmos dicionários utilizados para as análises de *candidato*.

3.4 Povo no Dicionário Aulete

Vejamos as acepções de *povo*:

(*po.vo*) [ô]
sm.

1. Conjunto de pessoas que vivem num mesmo país e que estão sujeitas às mesmas leis (povo brasileiro).

2. Os habitantes de uma localidade ou região: Povo de Minas Gerais.
 3. Conjunto de pessoas que não necessariamente habitam o mesmo país ou região mas que são ligadas por laços culturais, linguísticos etc. (povo cigano).
 4. Grande número de pessoas: O povo lotou o pequeno estádio.
 5. O conjunto de pessoas que pertencem à classe mais pobre.
 6. Fig. O conjunto de pessoas que pertencem à mesma família ou à mesma casa: Gosto de ficar em casa, cercado pelo meu povo.
 7. Pop. Grupo de pessoas, gente, turma: O povo chegou cedo para o churrasco.
- [...]

Nesse texto temos sete definições do verbete *povo* que, de modo geral, o especificam pela sua relação com a localidade.

Na primeira acepção, o enunciado define *povo* como: *Conjunto de pessoas que vivem num mesmo país e que estão sujeitas às mesmas leis*. Esse enunciado traz o memorável das leis que definem e determinam os direitos e os deveres para as pessoas de um país.

A segunda acepção diz sobre o *povo* de uma determinada localidade e região, citando como exemplo, o povo (os habitantes) do estado de Minas Gerais. Deste modo, a acepção de *povo* é mais específica, mais local, e se diferencia da primeira acepção que é mais genérica por se referir a totalidade de pessoas de um país.

Notamos que a terceira acepção de *povo* se diferencia das demais acepções, por abranger *povo* que necessariamente não habita o mesmo país, mas que se liga a *laços culturais, linguísticos, etc.*, citando como exemplo dessa relação o povo cigano.

Na quarta acepção, *povo* é predicado por *Grande número de pessoas*. Desse modo, *povo* determina *Grande número de pessoas* à medida que *Grande número de pessoas* determina *povo*.

Observamos que o dicionarista, ao definir *povo*, utiliza formas da língua para quantificar, como nas acepções (1 e 3) “Conjunto de pessoas” e (4) “Grande número”.

Na quinta acepção, o verbete *povo* aparece determinado pela “classe mais pobre”, pela classe econômica de um país, ou seja, o conjunto de pessoas que pertencem à classe mais desfavorecida, um modo de dividir o *povo* de um mesmo país pelo que ele é diferente de outros ‘povos’ desse país, pela pobreza.

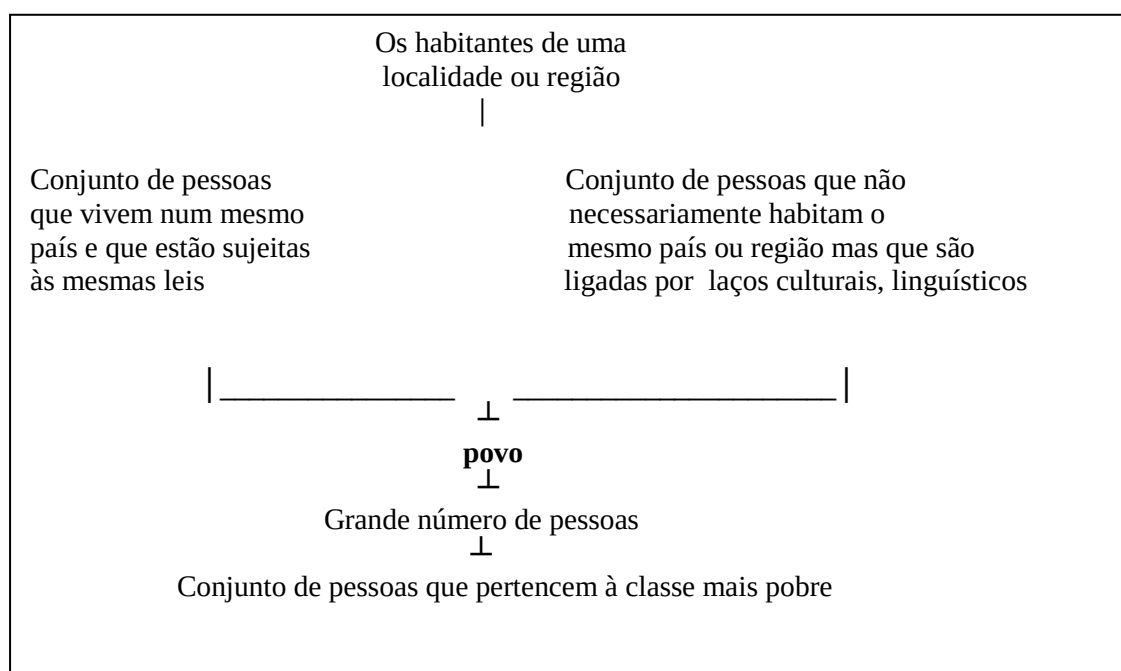
No sexto enunciado, temos o sentido figurado de *povo* que o particulariza por significar *Conjunto de pessoas que pertencem à mesma família ou à mesma casa*. Aqui o sentido de *povo* de um país também se divide/fragmenta, não se trata de pessoas de um

país, mas de pessoas que pertencem à mesma família. O último enunciado de uso popular define *povo* como: *Grupo de pessoas, gente, turma*.

Observando as acepções de *povo*, notamos que a maioria dessas acepções tem em comum a palavra “pessoas”: *Conjunto de pessoas* (1, 3, 5 e 6); *Grande número de pessoas* (4); *Grupo de pessoas* (7), e também se diferencia em relação à localidade a que pertencem.

Desse modo, percebemos que dentre as três primeiras acepções de *povo*, a primeira se dá no espaço de enunciação da nação portuguesa, por recortar o já-dito do discurso jurídico da Constituição do país, que assegura ao *povo* a condição de cidadão com direitos e deveres, entre eles, o de participar do processo eleitoral.

O DSD 4 é assim representado:



(Onde se lê: *Conjunto de pessoas que vivem num mesmo país e que estão sujeitas às mesmas leis* determina *Conjunto de pessoas que não necessariamente habitam o mesmo país ou região mas que são ligadas por laços culturais, linguísticos* e *habitantes de uma localidade ou região* determinam *povo*, que, por sua vez determina *Grande número de pessoas*, que determina *Conjunto de pessoas que pertencem à classe mais pobre*.)

3.5 Povo no Dicionário Aurélio

As acepções de *povo* nesse dicionário:

Povo (ô). [Do lat. *populu.*] S.m. 1. Conjunto dos indivíduos que falam a mesma língua, têm costumes e hábitos idênticos, afinidade de interesses, uma história e tradições comuns. 2. Os habitantes de uma localidade ou região: *É alegre o povo do Rio* 3. V. *povoado* 4. Aglomeração de gente; multidão: (1): *O povo de Paris tomou a bastilha em 1789* 5. V. *plebe* 6. V. *ralé* (1). 7. Fig. Grande número; quantidade. 8. Bras. A família: *Meu povo do Brasil é todo do Ceará*. 9. Bras. P. ext. As pessoas que nos cercam; os colegas, os amigos, os companheiros; gente – *Meu povo é ordeiro, dona – explicou o que parecia ser o chefe do grupo [...]*.

Aurélio começa apresentando a etimologia latina do verbete *povo*. Em seguida, traz a primeira acepção que especifica *povo* de uma nação que tem em comum a língua, costumes e hábitos, história e tradições comuns. Essa definição traz mais elementos que a definição dada por Aulete. Enquanto Aulete relaciona *povo* com o discurso jurídico, Aurélio relaciona *povo* com o discurso sociocultural. Ainda no enunciado definidor 1, a expressão “Conjunto dos indivíduos” reescritura “Conjunto de pessoas” dado por Aulete.

A inclusão da palavra “indivíduos” no enunciado definidor de *povo* marca o espaço de enunciação numa relação entre o falante e a língua. Conforme Oliveira (2012, p.2)²⁶, os enunciados definidores

se põem em relação de correspondência com a palavra-entrada; por sua vez, os exemplos, marcações, comentários explicativos e outros elementos semânticos da definição se põem em relação de correspondência com os enunciados definidores. É neste jogo de correspondências que o sentido vai se dividindo e se deslocando, dando visibilidade à polissemia da palavra-entrada.

O dicionário Aurélio retoma a definição de *povo* *Os habitantes de uma localidade ou região* dada por Aulete e a reescritura por repetição. Os enunciados (3) V. *povoado* e (4) Aglomeração de gente; multidão estabelecem relação de sinonímia, e também as acepções “(5) V. *plebe*” e “(6) V. *ralé*”, que predicam *povo*, funcionam, no dicionário em estudo, como palavras sinônimas.

²⁶ Cidade e urbanidade: algumas relações entre palavras. Disponível em: www.discursividade.cepad.net.br. Acesso em: 06/11/2014.

Do ponto de vista semântico, no funcionamento dessas expressões linguísticas, temos os lugares de produção de sentido. Assim, numa relação simétrica *povo* vai sendo reescriturado por enumeração *em conjunto dos indivíduos que falam a mesma língua, têm costumes e hábitos idênticos, afinidade de interesses, uma história e tradições comuns*.

A definição de uso popular *Bras. P. ext. As pessoas que nos cercam; os colegas, os amigos, os companheiros; gente*, reescritura o verbete *povo* por expansão enumerativa. Para Guimarães (2007, p. 56), “a reescrituração por enumeração é um dos modos de expansão”, ou seja, esse modo de reescrever por expansão é uma maneira de ampliar o que já foi dito no texto.

Conforme Guimarães (2007, p. 53),

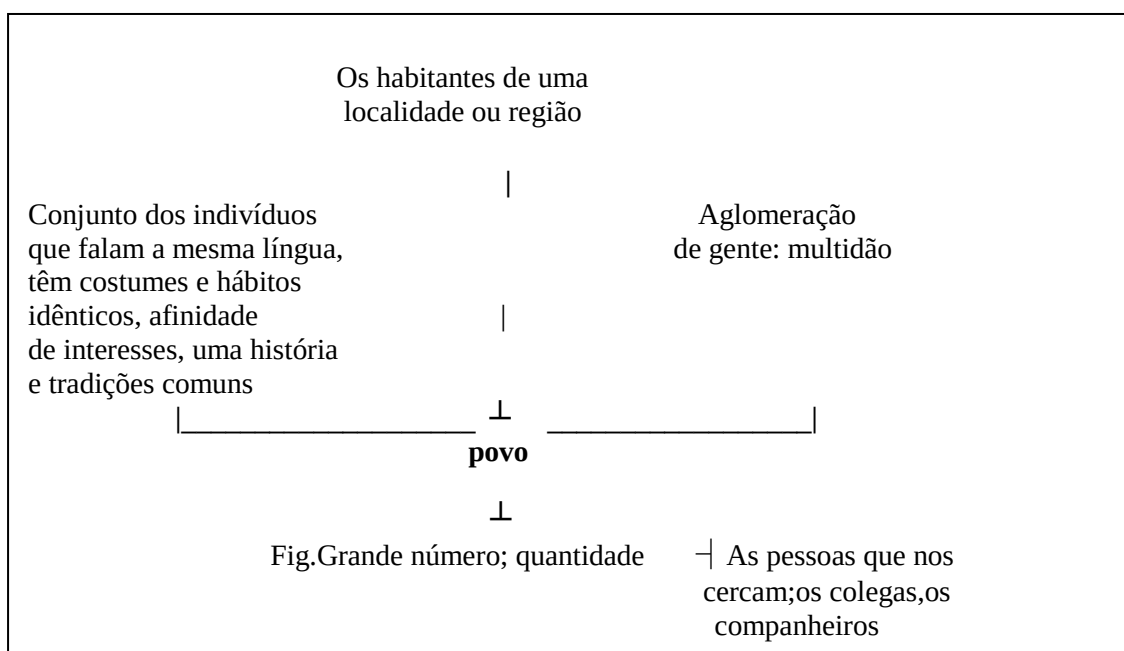
A reescrituração não se constitui pela ordenação dos elementos linguísticos. Essa relação (a reescrituração) é uma das que operam os modos de integração dos enunciados com o texto. Ou seja, é uma relação que tem a ver diretamente com o fato de que os enunciados e seus elementos significam em virtude do texto que integram.

É interessante destacar também que o dicionário Aurélio retoma a acepção dada por Aulete em relação ao emprego de palavras que quantificam o significado de *povo*: *Grande número* (4); *quantidade* (7), reescrevendo-os por repetição.

Assim, o verbete *povo* designa indivíduos que têm a mesma língua, cultura e história, ou ainda habitantes de um mesmo local, ou uma aglomeração, ou pessoas que nos circundam como “companheiros”, “gente” e outros.

De todas as acepções de *povo* no texto do verbete, podemos dizer que a única acepção em que *povo* aparece relacionado ao eleitor e/ou à eleição de *candidato* é a primeira, por associá-lo às pessoas pela nacionalidade, língua, interesses políticos, história e tradições comuns, que vivem em um país.

O DSD 5 é constituído da seguinte forma:



(Onde se lê: *Conjunto dos indivíduos que falam a mesma língua, têm costumes e hábitos idênticos, afinidade de interesses, uma história e tradições comuns* determina *Os habitantes de uma localidade ou região* e *aglomeração de gente: multidão*, que determina *povo*, que, por sua vez determina *Fig. Grande número; quantidade*, que, determina *As pessoas que nos cercam; os colegas, os amigos, os companheiros; gente.*)

3.6 Povo no Dicionário Houaiss

Apresentamos as seguintes acepções do dicionário Houaiss.

povo /ô / s.m. (sXIII cf. Fich IVPM) 1. conjunto de pessoas que falam a mesma língua, têm costumes e interesses semelhantes, história e tradições comuns 2. conjunto de pessoas que vivem na mesma comunidade num determinado território, nação, sociedade 3. conjunto de indivíduos de uma mesma região, cidade, vila, ou aldeia 4. conjunto de indivíduos de uma mesma ou de várias nacionalidades, agrupados num mesmo Estado 5. conjunto de pessoas que não habitam o mesmo país, mas que estão ligadas por uma origem, sua religião ou qualquer outro laço 6. conjunto de cidadãos de um país em relação aos governantes 7. conjunto de pessoas que pertencem à classe mais pobre, à classe operária, plebe 8. conjunto dos cidadãos de um país, excluindo-se os dirigentes e a elite econômica. 9. multidão de pessoas 10. Fig. grande número, grande quantidade (de algo) 11. ant. terceiro Estado da nação, antes da Revolução Francesa (clero, nobreza e povo) 12. lugarejo, aldeia, vila, pequena povoação 13. A gente de casa, a família 14. B infm. Turma, gente. [...]

Nesse espaço de enunciação, o que estabelece o sentido no acontecimento de linguagem é que existe uma história de enunciações “em outros lugares”. Ou seja, o já-dito antes em outros dicionários utilizados para este estudo.

Na primeira acepção, Houaiss reescreve a acepção dada por Aurélio por repetição; e pelo mesmo processo retoma ainda as definições: (5) *conjunto de pessoas que não habitam o mesmo país, mas que estão ligadas por uma origem, sua religião ou qualquer outro laço*; e (9) *multidão de pessoas*, reescrevendo-as.

Na sexta acepção *povo* é definido como *conjunto de cidadãos de um país em relação aos seus governantes*. Esse enunciado diz sobre a participação política dos cidadãos ou habitantes de um país com direitos e deveres “em relação aos seus governantes”.

O enunciado definidor 7. *conjunto de pessoas que pertencem à classe mais pobre, à classe operária, plebe* reescritura por expansão as acepções 5. V. *plebe*, 6. V. *ralé* (1), e por substituição 8. *conjunto dos cidadãos de um país, excluindo-se os dirigentes e a elite econômica* registradas em Aurélio. No enunciado definidor 7, temos a expansão enumerativa em: *conjunto de pessoas que pertencem à classe mais pobre/, à classe operária, plebe*.

Desse modo, o funcionamento da enumeração “é marcado por paralelismos, por superposições, por cruzamentos entre articulação e reescrituração. Isto por si, já indica na direção de que não se trata de uma relação entre as partes e seu todo” (GUIMARÃES, 2009, p. 67).

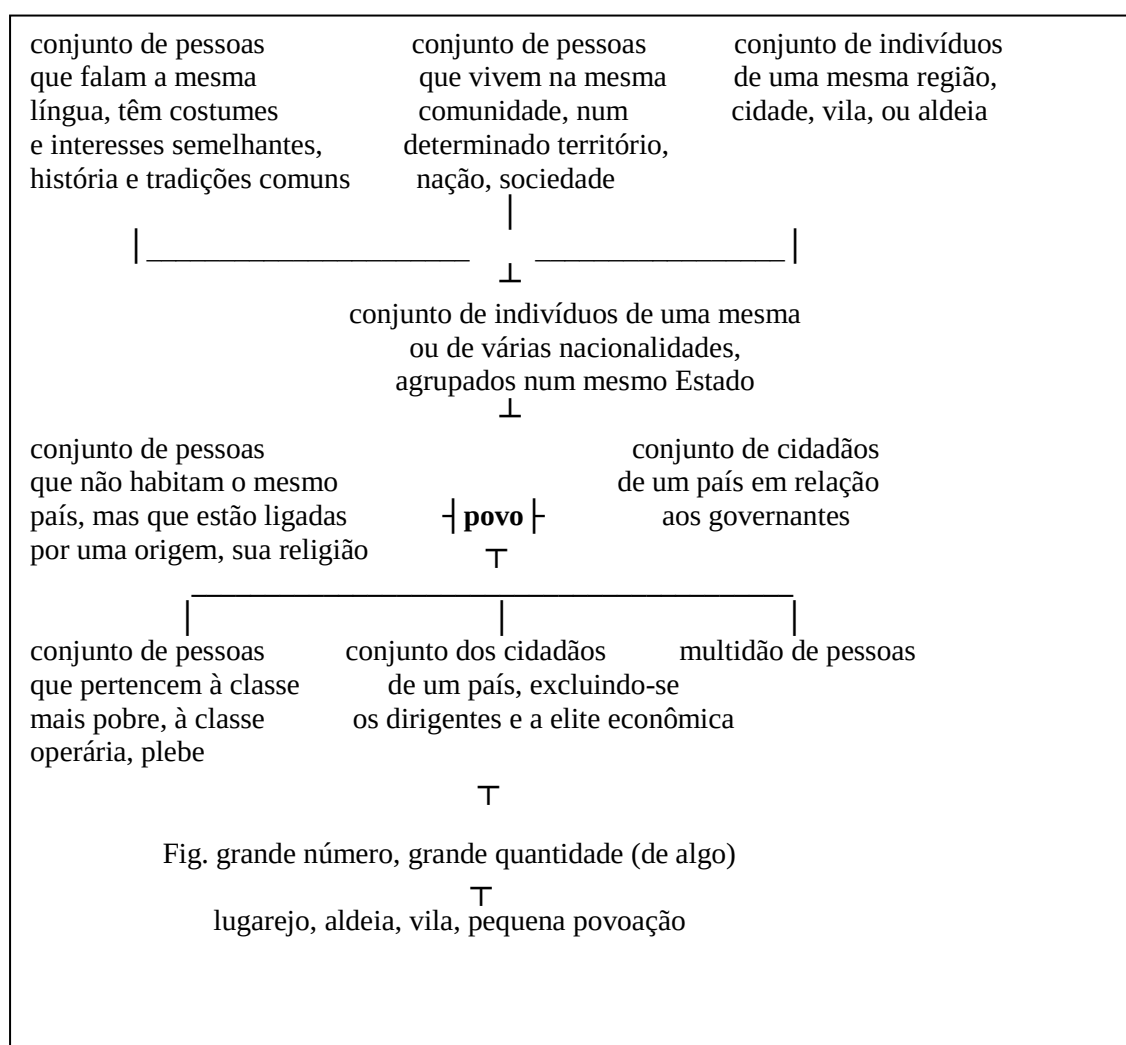
A acepção 10. *Fig. grande número, grande quantidade (de algo)*, no dicionário Houaiss é reescritura por substituição pela acepção 7. *Fig. Grande número; quantidade*, dada por Aurélio. Já a acepção 11. *ant. terceiro Estado da nação, antes da Revolução Francesa (clero, nobreza e povo)* traz o dizível da composição do Estado francês, constituído de três camadas sociais: clero, nobreza e povo, e que funciona como efeito de pré-construído, dito em outro lugar e que retorna significando uma acepção em desuso.

Nas definições analisadas, *povo* designa um conjunto de pessoas, de indivíduos, de cidadãos, particularizados pelas relações históricas, sociais, econômicas e geográficas, de acordo com os sentidos atribuídos a *povo* pela sociedade de cada época.

Como o processo de designação se movimenta com o funcionamento da língua e dos sujeitos aí instituídos, as designações atribuídas a *povo* vão constituindo novos significados, pois, designar “é constituir significação como uma apreensão do real, que significa na linguagem na medida em que o dizer identifica este real para os sujeitos” (GUIMARÃES, 2002, p. 91).

Parafraseando Guimarães (2007), diríamos que a língua não é tomada como estrutura, sistema fechado, mas como um sistema de regularidades constituído historicamente pelos sujeitos no espaço de enunciação.

O DSD 6 fica assim constituído



(Onde se lê: *conjunto de pessoas que falam a mesma língua, têm costumes e interesses semelhantes, história e tradições comuns; conjunto de pessoas que vivem na mesma comunidade num determinado território, nação, sociedade; e conjunto de indivíduos de uma mesma região, cidade, vila, ou aldeia determinam conjunto de indivíduos de uma mesma ou de várias nacionalidades, agrupados num mesmo Estado. Este por sua vez determina povo, que é*

determinado também por *conjunto de pessoas que não habitam o mesmo país, mas que estão ligadas por uma origem, sua religião ou qualquer outro laço*; por *conjunto de cidadãos de um país em relação aos governantes*; por *conjunto de pessoas que pertencem à classe mais pobre, à classe operária, plebe*; por *multidão de pessoas*; por *conjunto dos cidadãos de um país, excluindo-se os dirigentes e a elite econômica*; e por *Fig. grande número, grande quantidade (de algo)*, que, por sua vez determina, *lugarejo, aldeia, vila, pequena povoação*).

No estudo dos verbetes *candidato* e *povo* nos dicionários de Língua Portuguesa, observamos que os textos desses verbetes integram enunciados numa deriva de sentidos, de reescrituração, de retomada de acepções, construindo sentidos que se movimentam associados ao conjunto de definições e de sinonímias, mostrando que os sentidos não se fecham, abrindo a novas interpretações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, ao tomarmos a cidade de Cáceres-MT como um “corpo significativo”, composto de diferentes enunciados e imagens políticas que propagam as pretensões de cada candidato à prefeitura da cidade, no período eleitoral de 2012, deparamos com alguns questionamentos: Como a cidade é significada com as propagandas eleitorais que se espacializam nela? Como a cidade vivencia as propagandas e de que modo elas interpelam e são capturadas pelos transeuntes? Como a cidade é interpretada nas propagandas de cada partido? Que sentidos são produzidos nesse jogo de disputa entre o dito e o não dito? Qual a mensagem que cada candidato procura propagar e para quem?

A partir dessas questões, desenvolvemos um estudo enunciativo sobre a imagem da cidade de Cáceres, projetada nas propagandas eleitorais de três candidatos ao cargo de prefeito para a gestão 2013-2016, e exposta nos espaços públicos da cidade, cujos espaços foram definidos pela Lei Eleitoral 9504/97.

Nos estudos que empreendemos, buscamos compreender no primeiro capítulo como a cidade é pensada/refletida, na sua espessura material e simbólica, por teóricos de outras áreas do conhecimento como história, sociologia, arquitetura, bem como a constituição do processo sócio-histórico eleitoral da cidade de Cáceres que, no decorrer da sua história política, encontramos poucos registros sobre a participação popular; a instituição para os cargos de intendente e prefeito, e o surgimento das propagandas eleitorais, que se colocaram como decisiva para a campanha dos candidatos em nível nacional, estadual e municipal, de acordo com os regimes políticos instalados no país.

Discutimos, ainda, o funcionamento das propagandas nos espaços da cidade, a instituição da Lei 9.504/97, que regulamenta a lei eleitoral durante o período de campanha, e a importância do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) que, através de normas jurídicas, atua contra os desmandos do uso das propagandas na tentativa de promover a igualdade nas campanhas eleitorais, acontecimento que produziu o interpretável da formulação, pelo Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso (TRE), de uma Cartilha para orientar os partidos políticos e todos os envolvidos em relação à Propaganda Eleitoral.

No segundo capítulo, analisamos como a cidade de Cáceres é significada nas propagandas político-eleitorais construídas sócio-historicamente por candidatos de partidos diversos.

Na propaganda da Coligação *Cáceres Rumo ao Desenvolvimento*, a cidade para se desenvolver é significada pelo que não possui, não detém, e se projeta para ela uma imagem de uma cidade que todos querem, como por exemplo as condições básicas para o bem-estar do cidadão cacerense.

Na Coligação: *o futuro começa agora*, Cáceres significa pela mudança que deverá produzir em relação a seu pertencimento, ou seja, a ruptura do continuísmo de poder na cidade, além de projetar para o que ela precisa: políticas públicas, imprescindíveis à administração futura. Porém, essas mudanças só serão possíveis a partir de uma gestão compartilhada com o *POVO*.

Nas propostas do candidato do Partido dos Trabalhadores, notamos que a cidade de Cáceres significa por não contemplar as políticas que devem beneficiar o povo trabalhador, e que o Partido dos Trabalhadores, se eleito, deverá instituir as políticas de valorização da classe trabalhadora da cidade de Cáceres.

As propagandas eleitorais dos candidatos à prefeitura do município de Cáceres-MT configuram um jogo simbólico pela disputa de sentidos, retomando e evocando enunciados já ditos, além de projetar novas enunciações e/ou novas interpretações.

Desse modo os sentidos das propagandas se mexem, se movimentam em direção ao eleitor responsável pela eleição de uns dos candidatos ao poder executivo.

É interessante ver que a materialidade simbólica dos enunciados políticos eleitorais significa a propagação das pretensões dos candidatos, afetadas por um memorável que transpõe os sentidos de quem as formula. Tratando-se de um tema instigante, todo e qualquer cidadão no período eleitoral exposto à disputa de sentidos, não fica alheio aos efeitos das propagandas afixadas nos espaços centrais da cidade. Como diz Orlandi (2007), ao se deparar com um objeto simbólico (as propagandas, no caso), o sujeito é levado a interpretar.

No terceiro capítulo, examinamos as concepções dos vocábulos *candidato* e *povo* em dicionários de Língua Portuguesa, observando como se dá a relação de sentidos entre essas palavras nas propagandas eleitorais analisadas, ou seja, o que essas palavras designam, e percebemos que nem todas as acepções dos vocábulos em estudo dadas pelos lexicógrafos estabelecem relações de sinonímia com os vocábulos empregados nas

propagandas eleitorais, por considerar que os sentidos desses vocábulos estão em constantes movimentos e se deslocam conforme os lugares sociais do locutor na enunciação em que são ditos.

Ao final de cada análise desses verbetes, apresentamos os Domínios Semânticos de Determinação, por compreender que um DSD caracteriza-se por estabelecer relações de sentido entre palavras. Desse modo, uma palavra determina outra ao passo que esta se apresenta como por ela determinada pela enunciação, considerando que os dicionários trazem para cada época os modos de dizer de cada sociedade.

Assim, através do funcionamento da língua, mostramos as possibilidades de descrição e interpretação dos textos eleitorais, compreendendo que todo e qualquer material de campanha eleitoral faz transitar sentidos determinados pela história e pela memória.

Como tratamos de propagandas políticas, de disputas políticas entre candidatos que buscam a mesma finalidade, e que se colocam em um espaço de enunciação regulado e de disputas pela palavra e pelas línguas, trazemos o pensamento de Guimarães (2002 p. 16) sobre o político que, segundo o autor, deve ser tratado “como fundamento das relações sociais, no que tem importância central a linguagem”.

REFERÊNCIAS

AUROUX, Sylvain. *A revolução tecnológica da gramatização*. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. 2.ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

ARRUDA, Adson de. Os discursos dos administradores públicos sobre a cidade de São Luiz de Cáceres nas primeiras décadas do século XX. In: *História e memória: Cáceres*. Editora UNEMAT, 2011.

BENVENISTE, Émile. *Problema de linguística geral II*. Trad. Eduardo Guimarães. Campinas, SP. Pontes. 1989.

BEAUJEU-GARNIER, J. *Geografia urbana*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1977.

BECHARA, Evanildo. *Moderna gramática portuguesa*. 37. ed. rev.ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

CARLOS, Ana Fanini Alessandri. *O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade*. São Paulo: Contexto, 2004.

CARROZA, Newton Guilherme. O(s) logos da cidade. In: ORLANDI, Eni P. (Org.). *Discurso, espaço, memória - Caminhos da identidade no sul de Minas*. Campinas, Editora RG, 2011.

DUCROT, O. (1984). *Esboço de uma teoria polifônica da enunciação*. In: O Dizer e o dito. Campinas, Pontes, 1988.

DIAS, Luiz Francisco. *Texto, escrita, interpretação, ensino e pesquisa*. (Org.). João Pessoa: Ideia, 2001.

DIAS, Luiz Francisco; COELHO, Sueli Maria. Regularidades sintáticas e determinações enunciativas: uma abordagem do aposto explicativo. In: *Enunciação & discurso – língua e literatura*. SANTOS, Hélder Souza e FREITAS ASSUNÇÃO, Karina Luiza de. (Orgs.). Curitiba: Editora Prismas, 2014.

DOMENACH, Jean-Marie. *A propaganda política* (2002). Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>. Acesso em: 20/07/2014.

FAORO, Raymundo. *Os donos do poder: formação do patronato brasileiro*. 10. ed. SP: Globo/ Publifolha, 2000.

FEDATTO, Carolina Padilha. *Um saber nas ruas: o discurso histórico sobre a cidade brasileira*. Tese de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, SP [s.n] 2011.

FERREIRA, Manuel Rodrigues. *A evolução do sistema eleitoral brasileiro*. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2001.

FERREIRA, A. B. de H. *Novo dicionário de língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira 1975.

GUIMARÃES, Eduardo. A enumeração funcionamento enunciativo e sentido. In: *Caderno de Estudos Linguísticos*. Nº 51, Campinas, SP, 2009.

_____. *Análise de texto – Procedimentos, análises, ensino*. Campinas, SP: Editora RG, 2011.

_____. Ler um Texto uma perspectiva enunciativa. In: *Revista da Abralin*. Volume XII, n.2 (jul./dez. 2013) Semestral. São Carlos, SP: UFSCar 2013.

_____. Designação e espaço de enunciação: um encontro político no cotidiano. In: *Língua e literatura: Limites e fronteiras*. Letras n. 26, jun.2003.

_____. Aposto e nome próprio. In: *Entremeios: Revista de Estudos do Discurso*. N. 5, jul. 2012.

_____. *Os limites do sentido: um estudo histórico e enunciativo da linguagem*. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2002.

_____. *Semântica do acontecimento: um estudo enunciativo da designação*. Campinas, SP: Pontes, 2002.

_____. Domínio semântico de determinação. In: _____ & M.C. Mollica. *A palavra: Forma e sentido*. Campinas, Pontes, 2007.

_____. História, sujeito e enunciação. In: *Cadernos de Estudos Linguísticos*, n. 35, Campinas, SP, 1998.

_____. Quando o eu se diz ele – Análise enunciativa de um texto de publicidade. In: *Os falantes e as línguas: multilinguismo e ensino*. Cefiel/IEL/Unicamp 2008.

_____. Um mapa e suas ruas. In: ORLANDI, Eni. (Org.). *Cidade atravessada: os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas, SP: Pontes, 2001.

HOUAISS, Antônio. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HENRY, Paul. A história não existe? In: ORLANDI, Eni et al. *Gestos de leitura: da história no discurso*. Tradução Bethânia S. C. Mariani et al. 2. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

INDURSKY, Freda. A representação do MST na mídia: discurso verbal e não verbal. In: ZANDWAIS, Ana; ROMÃO, Lucília M. Souza. (Orgs.). *Leituras do político*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

_____. *A fala dos quartéis e as outras vozes*. Campinas, SP: Unicamp, 1997.

KARIM, Taisir Mahmudo. Mato Grosso: de descrição a nome – um percurso enunciativo. In: *Línguas e Instrumentos Linguísticos*, n.32. Campinas. Editora RG, 2013.

LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro, 2001.

LE GOFF, Jaques. *Por amor às cidades*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1988.

MANHANELLI, Carlos Augusto. *Eleição é guerra: Marketing para campanhas eleitorais*, 2. ed. São Paulo: Summus, 1992.

MENDES, Natalino Ferreira. *História de Cáceres: história da administração municipal*. Editora UNEMAT, 2009.

MESQUITA, Roberto Melo. *Gamática da língua portuguesa*. São Paulo: Saraiva, 1997.

MOTTA, Ana Luiza Artiaga R. da. Planejamento Urbano: A Voz da Cidade. In: *Linguagem, História e Memória* - discursos em movimento. Campinas: Pontes, 2011.

MOTA, Ilka de Oliveira. Inglês na rua, na avenida, na cidade – uma análise discursiva sobre a língua inglesa no espaço urbano brasileiro. In: *Revista Rua*. Campinas, SP, nº 19, novembro, 2013.

NEVES FILHO, Carlos. *Propaganda eleitoral e o princípio da liberdade da propaganda política*. Belo Horizonte, 2012.

OLIVEIRA, Sheila Elias de. *Cidadania: história e política de uma palavra*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006.

ORLANDI, Eni. P. *Cidade dos sentidos*. Campinas, SP: Pontes, 2004.

_____. (Org.). *Cidade atravessada: os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas, SP: Pontes, 2001.

_____. *As formas do silêncio; no movimento dos sentidos*. Campinas, Editora da Unicamp, 1993.

_____. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 11. ed. Campinas, SP. Pontes Editores, 2013.

_____. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. In: *RUA- Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp - NUDECRI*. Campinas, SP, nº 1, março, 1995.

ORLANDI, Eni & LAGAZZI-RODRIGUES, Susy. (Orgs.). In: *Introdução às ciências da linguagem – Discurso e textualidade*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006.

PFEIFFER, Cláudia C. Cidade e sujeito escolarizado. In: ORLANDI, Eni. (Org.). *Cidade atravessada*. Os sentidos públicos no espaço urbano. Campinas, SP: Pontes, 2001.

PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas, Pontes, 1990.
RAMOS, Wolney. *Regime jurídico da propaganda política*. São Paulo: SP, 2005.

ROURE, G. Q. Todo mundo sabe disso... *Miô* eu sumi daqui. In: *Cidade atravessada*. Os sentidos públicos no espaço urbano. Campinas, SP: Pontes, 2001.

SABBAG, Lúcia Maria. *O olhar através da televisão: formas de construção de sentidos para a cidade*. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, SP [s.n], 2004.

SILVA, Karla Maria da. O Papel das Câmaras Municipais no Brasil Colonial: novas possibilidades de análise. In: *ANPUH – XXV Simpósio Nacional de História*. Fortaleza, 2009. Disponível em:
<http://anpuh.org/anais/wpcontent/uploads/mp/pdf/ANPUH.S25.1251.pdf>. Acesso em: 3/08/2014.

SOUZA, Pedro de. Espaços interditados e efeitos-sujeito na cidade. In: ORLANDI, Eni. (Org.) *Cidade atravessada: os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas, SP: Pontes, 2001.

LAGAZZI-RODRIGUES, Susy. A negação no discurso político eleitoral: impossibilidade e inaceitabilidade. In: INDURSKY, Freda e FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Orgs.). *Os múltiplos territórios da análise do discurso*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 1999.

ZATTAR, Neuza B. da Silva. Calçadas: espaços públicos ou privados? In: *Línguas e Instrumentos Linguísticos*. Nº 23/24. Campinas: Editora RG, 2009.

_____. Caixa 150 Anos: poupança e liberdade de escravos na segunda metade do século XIX. In: *Revista SIGNUM: Estud. Ling., Londrina*, n. 16/1, p. 309-328, jun. 2013.

_____. *Os Sentidos de liberdade do escravo da constituição do sujeito de enunciação*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

_____. A corte portuguesa mudou-se ou fugiu para o Brasil? In: *Webrevista discursividade*. Versão Eletrônica. 9. ed. 2012.

ZOPPI-FONTANA, Mônica G. É o nome que faz a Fronteira. In: *Os múltiplos territórios da análise do discurso*. INDURSKY, Freda e FERREIRA, Maria Cristina Leandro. (Orgs.). Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 1999.