



A FUNÇÃO SOCIAL DA LÍNGUA NATURAL INDÍGENA: de sujeitos eleitores a atores sociais no processo eleitoral¹

THE SOCIAL FUNCTION OF NATURAL INDIGENOUS LANGUAGE: from electoral subjects to social actors in the electoral process

Aparecida Luzia Alzira Zuin ²
Marcelo Xavier da Silva³

Resumo: O objetivo deste trabalho é trazer para o debate da propaganda eleitoral o que é língua natural, na perspectiva da Semiótica Discursiva (francesa ou greimasiana). Almeja-se, também, discorrer sobre os modos como os indígenas, por meio das suas línguas naturais (materna; com função social própria da natureza humana deste grupo específico), que se distinguem da língua portuguesa, passem a conferir seu papel como atores sociais no processo eleitoral. Daí propor ao Sistema de Normas Eleitorais que as línguas naturais dos povos nativos sejam estimuladas na propaganda eleitoral quando um/a candidato/a indígena esteja concorrendo ao pleito e quando a propaganda eleitoral, nos demais casos, for dirigida às comunidades indígenas, haja vista que a defesa desse modelo expressaria melhor o vínculo político e democrático, pois, como eleitores, são atores do processo eleitoral, mas como grupo vulnerável são atores sociais. A abordagem metodológica é qualitativa; com os procedimentos bibliográficos e documental, com aplicação de questionário semiestruturado enviado às lideranças e associações de povos indígenas do estado de Rondônia, via online, para subsidiar a pesquisa, como também, possibilitar a participação ativa dos atores sociais envolvidos.

Palavras-Chave: 1. Língua Natural. 2. Indígena. 3. Propaganda Eleitoral.

Abstract: The purpose of this work is to bring into the discussion about political-electoral marketing what is a natural language, from the perspective of Discursive Semiotics (French or Greimasian). It also aims to discuss the ways in which indigenous people, through their natural languages (mother tongue; with a social function specific to the human nature of this specific

1 Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho: GT 12 Propaganda e Comunicação Eleitoral da 9ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (9ª COMPOLÍTICA), realizado em formato remoto, de 24 a 28 de maio de 2021.

2 Docente dos Programas de Pós-Graduação Mestrado Profissional Interdisciplinar em Direitos Humanos e Desenvolvimento da Justiça (DHJUS) e Mestrado Acadêmico em Educação (PPGE), e do curso de Direito, da Universidade Federal de Rondônia (UNIR). Doutora em Comunicação e Semiótica. E-mail: profalazuin@unir.br.

3 Docente do Departamento de Ciências Jurídicas (DCJ), da Universidade Federal de Rondônia (UNIR). Ministra as disciplinas Direito Administrativo e Direito Eleitoral. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional Interdisciplinar em Direitos Humanos e Desenvolvimento da Justiça (DHJUS). E-mail: marcelo.xavier@unir.br

group), which are distinguished from the Portuguese language from subject-voters, start to exert their role as social actors in the electoral process. Hence, to propose to the Electoral Norms System that natural languages to be stimulated in the electoral marketing when an indigenous candidate runs for election and when electoral propaganda, in other cases, is directed to indigenous communities, given that the defense of this model would better express the political and democratic link -- because, as voters, they are actors in the electoral process, but as a vulnerable group they are social actors. The methodological approach is qualitative; with bibliographic and documentary procedures; with the application of an online semi-structured questionnaire sent to indigenous peoples' leaders and associations in the State of Rondonia, to support the research as well as to enable the active participation of the social actors involved.

Keywords: 1. Natural language. 2. Indigenous. 3. Electoral marketing.

1. Introdução

O objetivo deste trabalho é trazer para o debate da propaganda eleitoral o que é língua natural, na perspectiva da Semiótica Discursiva (francesa ou greimasiana), isto é, a língua natural é uma macrossemiótica, cuja especificidade, embora parecendo evidente, não se deixa facilmente definir.

Por isso mesmo, neste caso específico, é importante além de definir o que é língua natural, também apresentar a língua indígena como conceito sociossemiótico, e como ela se caracteriza na natureza humana indígena; pois, embora transcendendo os indivíduos que a utilizam, apresenta-se como organização estrutural imanente, cumprindo a função social na luta dos povos indígenas para sua manutenção viva. Almeja-se, também, discorrer sobre os modos como os indígenas, por meio das suas línguas naturais (materna; com função social própria da natureza humana deste grupo específico), que se distinguem da língua portuguesa (porque constituída de elementos semióticos distintos daquela), - de sujeitos-eleitores, passem a conferir seu papel como atores sociais no processo eleitoral.

Daí propor ao Sistema de Normas Eleitorais (SNE) a condução para que as línguas naturais dos povos nativos sejam estimuladas na propaganda eleitoral quando

um/a candidato/a indígena estiver concorrendo ao pleito e quando a propaganda eleitoral, nos demais casos, for dirigida às comunidades indígenas, haja vista que a defesa desse modelo expressaria melhor o vínculo político e democrático, pois, como eleitores são atores do processo eleitoral, mas como grupo vulnerável são atores sociais.

Além do mais, sendo a propaganda eleitoral um direito do/a eleitor/a, e não apenas do/a candidato/a, esta deve considerar as tradições e organização social daqueles eleitores inseridos em grupos vulneráveis cuja diferença é reconhecida e protegida constitucionalmente. Assim, chama a atenção para que a condição de sujeito-eleitor também seja a confirmação do sufrágio que é um direito público subjetivo, ou seja, um direito próprio da condição de cidadão/ã, que inclui tanto o poder de escolha dos seus representantes, quanto à possibilidade de concorrer aos cargos públicos eletivos. Mais, em um regime democrático representativo, por meio do qual o povo elege seus representantes, dando-lhes poderes para que atuem em seu nome, o sujeito-eleitor merece ser visto para além do voto.

Justifica-se a propositura tendo em vista que, enquanto os indígenas constituem-se como grupos vulneráveis, o processo eleitoral, nesse contexto, que não se confunde com processo judicial eleitoral, significa o período que se inicia com convenção e se encerra com a diplomação dos eleitos, incluindo, nele, a campanha eleitoral, caracterizada pela propaganda eleitoral em suas mais diversas formas, conseqüentemente, ato democrático de direito.

A abordagem metodológica que envolve a pesquisa é qualitativa; e como está em fase de desenvolvimento, a primeira consiste nos procedimentos técnicos bibliográficos e documental; na segunda fase, com aplicação de questionário semiestruturado enviado às lideranças e associações de povos indígenas do estado de Rondônia, via *online*, pretende subsidiar os estudos, como também, possibilitar a participação ativa dos atores sociais envolvidos.

2. A língua natural e as línguas naturais indígenas

Segundo Ferdinand de Saussure, denomina-se língua ou língua natural um “tipo de macrossemiótica”, cuja especificidade, já mencionava o linguista, não é fácil de ser definida em si. Isso significa que, quando se trata de denominar língua natural em uma perspectiva macrossemiótica, também é preciso o reconhecimento dos dois vastos conjuntos significantes, como dita a semiótica discursiva (francesa ou greimasiana). Estes dois conjuntos são recobertos por “aquilo que chamamos de: i) mundo natural e; ii) de línguas naturais – que constituem o domínio das semióticas naturais” (GREIMAS; COURTÈS, 2008, p. 299).

O mundo natural é entendido como um conjunto de qualidades sensíveis que se apresenta ao ser humano, é dotado de certa organização e por vezes é designado como o mundo do senso comum. Mas, é preciso compreender que o mundo natural tem relações com as estruturas que lhes são conferidas, como a relação profunda do universo observada na ordem física, biológica, química, etc.; - a este mundo corresponde, para melhor significação, à estrutura de superfície. Sobre outra estrutura, o mundo natural se apresenta pela estrutura discursiva, porque aqui envolve a relação sujeito e objeto: “é o enunciado construído pelo sujeito humano e decifrável por ele” (GREIMAS; COURTÈS, 2008, p. 324).

Qualificada de natural, pressupõe-se que as línguas naturais se opõem às linguagens artificiais, na medida em que é dotada de característica da natureza humana, embora possa transcender os indivíduos que as empregam. O uso de línguas naturais é expressado para sublinhar o paralelismo do mundo natural com as línguas naturais.

Tratar do natural significa, neste caso, que é apresentada como uma organização estrutural imanente. A imanência, justificável pela especificidade de seu objeto, foi afirmada por Saussure, depois retomada por Louis Hjelmslev, sob a forma do princípio da imanência. Sobre este princípio pressupõe a manifestação lógica de tudo que é manifestado, conseqüentemente é essencial para a linguística, ou seja, a forma semiótica imanente, por extensão.

A manifestação é, antes de tudo, a formação do nível dos signos. No quadro das modalidades veridictórias, apresentadas por Greimas e Courtès (2008, p. 300), “o esquema da manifestação é o do parecer em contraditoriedade ao não/parecer, por oposição (e complementaridade) ao esquema de imanência – ser/não ser” (FIG.1).

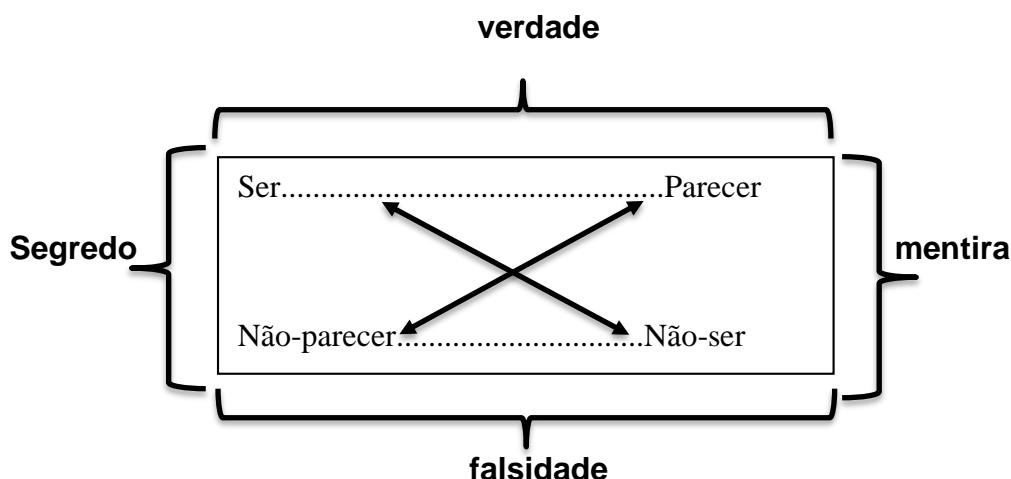


FIGURA 1 – Modalidades (veridictórias)

FONTE – GREIMAS E COURTÈS, 2008, p. 532

Por que estas modalidades veridictórias para o caso em estudo? Na teoria clássica da comunicação, a preocupação pela transmissão correta das mensagens em relação à mensagem emitida, propõe resumir o problema da verdade das mensagens transmitidas. Mas no que tange à imanência, de caráter de qualquer linguagem, a semiótica se preocupou não apenas com o problema da verdade, mas com o “dizer-verdadeiro”, da veridicção.

Vejamos o caso: a mensagem que é transmitida por meio da propaganda eleitoral (objeto da análise) na língua portuguesa, dirigida a um grupo linguístico que não tem a língua portuguesa como materna, confirmaria o –dizer-verdadeiro- da mensagem recebida? Respondendo: - se a língua tem existência semiótica ela cumpre a função semiótica (social) que é definida como pressuposição recíproca (ou de solidariedade), na criação de sentido. O ato da linguagem é previsto aí, e consiste, por uma parte essencial, no estabelecimento da função semiótica (GREIMAS; COURTÈS, 2008). Não significa que a mensagem transmitida pela língua portuguesa

seja falsa ou verdadeira; secreta ou mentirosa. O pressuposto é que, visando o saber-fazer articulado com a competência do enunciador, a propaganda eleitoral pode ser um discurso cognitivo. E como discurso persuasivo, próprio da sua natureza orgânica de ser, tais como os discursos da pedagogia, da publicidade, da política, da medicina, no jogo de simultaneidade dos sujeitos envolvidos no ato da linguagem (eleitor(a)/candidato(a), explorando os referenciais próprios da língua materna, explora-se o saber-verdadeiro como projeto e objeto de valor visado (GREIMAS; COURTÈS, 2008, p. 67). A integração do problema da verdade com a veridicção tem a ver com as marcas da veridicção das línguas naturais indígenas, isto é, graças àquilo que está disposto no enunciado dos seus discursos; tidos como dizeres verdadeiros pelas comunidades que os manifestam. Ainda, as línguas naturais indígenas não ostentam como verdadeiras ou falsas e/ou em contrariedade com a língua portuguesa (não se nega esta), mas na imanência do – ser - a língua materna indígena cumpre a função social, porque valoriza as práticas orais, com a política linguística do Sistema de Normas Eleitorais (SNE).

Atribuir valor à transmissão da propaganda eleitoral em línguas naturais indígenas, não oculta a língua portuguesa, porém, assumida pelo SNE, estas línguas engendram o bom funcionamento que deve estar previsto no contrato entendido como tácito entre os usuários das línguas naturais dos povos indígenas.

O bom funcionamento desse contrato, que tem a ver com o modo veridictório (dizer-verdadeiro possível), se apresenta como uma manifestação dos povos indígenas, a partir da qual, como dito acima, é atribuído ao estatuto do nível da imanência - serem conferidas sobre o seu “ser” línguas cumpridoras da função social, e não no seu “não-ser” línguas a serviço da propaganda eleitoral.

É aqui que aparecem diversas atitudes epistêmicas coletivas, culturalmente relativizadas, concernentes à interpretação veridictória dos discursos-signos. É assim que certas sociedades exploram, por exemplo, a materialidade do significante para assinalar o caráter anagógico e verdadeiro do significado. [...] Face ao relativismo cultural que engendra diversos sistemas de conotações veridictórias, delineia-se uma reformulação da problemática da “verdade”: em decorrência de não ser mais considerado como a representação de uma verdade que lhe seria exterior, o discurso não pode mais contentar-se com a simples inscrição das marcas da veridicção. A “verdade”, para ser dita e assumida, tem de deslocar-se em direção às instâncias do enunciador e do enunciatário. Não mais se imagina que o

enunciador produza discursos verdadeiros, mas discursos que produzem um efeito de sentido “verdade”: desse ponto de vista, **a produção da verdade corresponde ao exercício de um fazer cognitivo particular, de um fazer parecer verdadeiro que se pode chamar, sem nenhuma nuance pejorativa, de fazer persuasivo**” (GREIMAS; COURTÈS, 2008, p. 531) (grifos nossos).

Resumindo, o exercício do enunciador no processo persuasivo tem a finalidade de conseguir a adesão do enunciatário, o que está condicionado pelo fazer interpretativo que este exerce. De outro lado, para o fazer-interpretativo é necessário passar pela estrutura e regras contextuais da língua, que pode ser organizada diferentemente de outra.

Apreende-se, então que, em condições como essas, a – propaganda eleitoral serve para convocar e persuadir a fim de alcançar a adesão do enunciatário (eleitor/a) ao(à) candidato(a) a quem propaga o discurso (enunciador(a)). Sendo assim, umas das formas do fazer cognitivo - que é o fazer persuasivo - está relacionado à instância da enunciação e, por conseguinte, na convocação por parte do enunciador, de todo tipo de modalidades, com vistas a fazer com que o enunciatário(a) (eleitor/a) aceite o contrato enunciativo proposto pelo(a) enunciador(a), tornando, por isso mesmo, a comunicação eficaz.

Nessa perspectiva, em se tratando das línguas naturais indígenas, o programa narrativo-discursivo se torna mais complexo, porque a manifestação visa a levar o enunciatário(a) (eleitor/a indígena) a atribuir ao “processo semiótico ou a qualquer um dos seus segmentos – que só pode ser por ele recebido como manifestação – o estatuto da imanência” (Greimas; Courtès, 2008, p. 368), da língua natural indígena.

Por exemplo, quando a propaganda eleitoral, para além da persuasão do fazer-fazer votar no(a) candidato(a), inscreve programas na ordem da dimensão cognitiva saber-fazer, tende a aproximar os sujeitos envolvidos no processo enunciativo (processo eleitoral), porque é no interior do percurso gerativo de sentido que se constroem os programas modais, mais ou menos complexos, das línguas naturais indígenas.

Daí a propositura, segundo a qual, a propaganda eleitoral é definida como a manifestação direta ou indireta, voltada à população em geral com o intuito de propagar, por qualquer meio de divulgação publicitária permitida na Lei Eleitoral: - o

partido político, - a sigla da legenda, - o nome da candidatura de determinado candidato/a, para convencer, influenciar e captar o voto de eleitores. Sem, contudo, deixar de apoiar, no fazer persuasivo, a modalidade do poder, porque configura no ato da propaganda eleitoral, a comunicação entre os sujeitos envolvidos.

O(a) enunciatário(a) na dimensão pragmática, proporá então ao eleitorado objetos positivos (valores culturais) ou negativos (ameaças); em outros casos, persuadirá o(a) destinatário(a) graças ao seu saber, pois, na dimensão cognitiva, fará com que o eleitorado saiba o que pensa de sua competência modal sob forma de juízos positivos ou negativos. Esta competência modal só é possível pela língua. Língua e competência (F. de Saussure) são consideradas dotadas de uma existência virtual, opondo-se (e sendo logicamente anteriores) uma à fala, outra à performance, concebidas como atualização de potencialidades prévias (GREIMAS; COURTÈS, 2008, p. 76). Todavia, esta discussão sobre a competência modal, veridicção, visa, sobretudo, a humanização da comunicação, problema que é concomitante com a inserção das línguas naturais indígenas no fazer-fazer propaganda eleitoral.

Assim, ao assumir a língua do “eu” e não a língua do “outro”, na propaganda eleitoral, a propaganda passa ser, ela própria, o objeto cognitivo; sem que o saber da língua portuguesa diminua: tal particularidade explica-se, pelo “fato de que o sujeito da enunciação (o/a indígena) é um ator sincrético, porque vai acionar várias linguagens de manifestação; afinal, segundo Greimas e Courtès (2008, p. 467) “a comunicação verbal não é somente de tipo linguístico: inclui igualmente elementos paralinguísticos sociolinguísticos” (gestos, ornamentos, pinturas na pele, etc.)

3 As Línguas Naturais Indígenas na Propaganda Eleitoral

Para Lucy Seki (1999, p. 3), até uns tempos atrás, a expressão "linguística indígena" não seria apropriada no contexto brasileiro, não só em decorrência da situação incipiente da Linguística no país, mas porque as línguas indígenas praticamente não tinham lugar nesta ciência. Se por um lado, pouco ou nada se dedicou aos estudos linguísticos das línguas naturais indígenas no Brasil, por outro,

por muito tempo, também não foi evidenciado nenhum movimento jurídico que pudesse reverter esse desinteresse.

Demorou tempos até que a linguística brasileira começasse a transitar nos estudos das línguas naturais indígenas, embora se tenha conhecimento que no território brasileiro, a parte das distinções de regionalismos, sotaques e/ou dialetos da língua portuguesa (única língua falada no país), as línguas indígenas permanecem vivas. Na contramão do processo de inclusão social, as línguas naturais indígenas são poucas trazidas para a academia; mais ainda tem-se a dizer para a área jurídica, mormente conhecida como o lugar da linguagem elitista e erudita, por vezes palco do latim clássico, em um país ainda com analfabetos. Com isso, o possível resultado é o desaparecimento das línguas indígenas, caso este modelo excludente linguístico permaneça na sociedade brasileira.

Esses riscos, segundo aponta Santana (2020, p. 2)

[...] não se restringem apenas ao seu desaparecimento. Por serem línguas ágrafas, ou seja, de tradição apenas oral, e não escrita, quando essas línguas morrem também se vai toda uma tradição histórica secular contada oralmente, de geração a geração, de clã para clã. Estima-se que, antes da chegada dos portugueses no Brasil, havia entre 600 e mil línguas sendo faladas pelos nativos indígenas. Hoje, existem um total de 154 línguas indígenas faladas no Brasil.

Outros autores apontam que atualmente, mais de 160 línguas e dialetos são falados pelos povos indígenas no Brasil. Elas integram o acervo de quase sete mil línguas faladas no mundo contemporâneo (SIL International, 2009). Antes da chegada dos portugueses, só no Brasil esse número devia ser próximo de mil.

O texto da Constituição da República Federativa do Brasil (1988) confere que o Estado deve “proteger as manifestações das culturas populares, inclusive indígenas” (Art. 215) e garantir “o respeito a utilização de suas línguas maternas e processos próprios de aprendizagem” (Art. 210). Ainda, reconhece, aos indígenas, a sua organização social, costumes, línguas, crenças e tradições (Art. 231).

Verifica-se, portanto, a clara intenção do constituinte de promover a inclusão dos grupos indígenas por meio do reconhecimento e respeito de suas diferenças. Sobre a temática, é importante a lição de Gomes da Silva (2015, p. 82-83):

[...] já se pode argumentar que a inclusão, considerada como o mecanismo social pelo qual os sistemas sociais tomam a pessoa humana em

consideração, não pode ser representada pela integração, pois que a Constituição, quando positiva o direito fundamental dos grupos indígenas à diferenciação, já está a incluir, como regra, a todos esses grupos, ou seja, a forma de inclusão dos grupos indígenas operada pela Constituição é por meio do reconhecimento e respeito de suas diferenças. E a integração, como manifestação da vontade espontânea dos índios, além de se configurar como uma limitação ou ato de disposição de um seu direito fundamental, guarda estrita relação com os direitos de liberdade, pois que presente, nesse seu ato de limitação, certa margem de escolha a respeito de como viver sua vida, **enquanto que o direito fundamental à diferenciação, de sua vez, mantém relação íntima com os direitos de igualdade, pois que presente, esse seu ato de se manter diferente, um igual reconhecimento de sua pessoa como pessoa humana** e protegida pelo direito e uma igual distribuição de bens, igualdade, portanto, das diferenças. (Grifo nosso)

Nesse mesmo sentido, Araújo Júnior (2018, p. 198) afirma que a leitura da Constituição Federal de 1988 “deve estar atenta a uma forma de pensar que encare os institutos jurídicos em diálogo com as percepções e cosmovisões dos grupos indígenas”.

É certo que, no âmbito do exercício dos direitos políticos, esse direito fundamental à diferença não pode ser deixado de lado. Sabe-se que a propaganda eleitoral não é apenas um direito de candidatos/as, mas, igualmente, um direito do eleitor/a, de conhecer, amplamente, as propostas, além da vida pregressa dos candidatos/as.

Desse modo, fortalecer o uso da língua natural indígena no processo eleitoral significa reconhecer, na linha do que dispõe a Constituição Federal de 1988, o direito à diferença aos indígenas, estejam estes na condição de candidatos/as ou de eleitores/as.

À Justiça Eleitoral, por sua vez, cabe interpretar o direito eleitoral a partir da necessária filtragem constitucional, conferindo-se efetividade aos arts. 210, 215 e 231 da CF/88 para fomentar (função administração) e assegurar (função jurisdicional) que os indígenas, atores sociais e, igualmente, do processo eleitoral, possam produzir e receber conteúdos de propaganda eleitoral nas suas linguas naturais, ainda porque essa liberdade comunicativa encontra abrigo na liberdade de expressão e de manifestação do pensamento, que também possui matriz constitucional (Art. 5º, inc. IV e IX).

Cabe destacar que o Código Eleitoral, no seu art. 242, dispõe que a propaganda, qualquer que seja a sua forma ou modalidade, só poderá ser feita em língua nacional. Ainda, no seu art. 335, prevê como crime eleitoral fazer propaganda em língua estrangeira. Todavia, tais dispositivos não proíbem o uso da língua natural indígena na propaganda, uma vez que as mais de 160 (cento e sessenta) línguas e dialetos indígenas falados no Brasil são línguas nacionais. Por consequência, não são línguas estrangeiras.

Compulsando a legislação eleitoral, constata-se que é muito importante a promoção da inclusão da língua natural indígena como uma verdadeira política afirmativa a ser incentivada, aprimorada e promovida pela Justiça Eleitoral, quiçá com a devida inclusão dessa política, por via legislativa, no art. 93-A da Lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), o qual dispõe ações afirmativas promovidas pelo TSE:

Art. 93-A. O Tribunal Superior Eleitoral, no período compreendido entre 1º de abril e 30 de julho dos anos eleitorais, promoverá, em até cinco minutos diários, contínuos ou não, requisitados às emissoras de rádio e televisão, propaganda institucional, em rádio e televisão, **destinada a incentivar a participação feminina, dos jovens e da comunidade negra na política**, bem como a esclarecer os cidadãos sobre as regras e o funcionamento do sistema eleitoral brasileiro. (Grifos nossos)

Com efeito, na Lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997, no Código Eleitoral (Lei n. 4.737, de 15 de julho de 1965) e na Resolução TSE n. 23.610/2019, que dispõe sobre a propaganda eleitoral, não há nenhuma menção aos termos “indígena” ou “comunidades tradicionais”, cenário que necessita ser repensado tendo em vista o necessário asseguramento da igualdade material pelo respeito à diferença na seara eleitoral.

Por fim, cabe destacar que uma norma expressa, seja em resolução do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) ou de origem legislativa, deixando claro que a língua natural indígena deve ser incentivada e promovida na propaganda eleitoral, traz segurança jurídica ao processo eleitoral, pois, afasta interpretações equivocadas - e muitas vezes preconceituosas - de que o uso da língua indígena objetiva a prática de ilícitos, como a captação ilícita de sufrágio (Lei nº 9.504/97, art. 41-A) ou o crime de compra de votos (Código Eleitoral, art. 299) junto a eleitores de comunidades indígenas brasileiras.

3. Considerações finais

É sobre as bases da semiótica discursiva (greimasiana ou francesa), acima apresentadas, que se torna possível subsumir, por assim dizer, que as línguas naturais, nesse caso indígenas, cumprem sua função social no paradigma do Sistema de Normas Eleitorais (SNE), quando na ação de propor interação entre os membros de determinada população indígena, por meio das línguas naturais, com o uso da propaganda eleitoral, ao mesmo tempo que permite a comunicação entre eles, também preserva as propriedades linguísticas imanentes que lhes são conferidas pelas definições próprias dos seus usuários. Conseqüentemente, daí os modos como os(as) indígenas, por meio das suas línguas naturais (materna; com função social própria da natureza humana deste grupo específico), que se distinguem da língua portuguesa (porque constituída de elementos semióticos distintos daquela), são elevados a atos comunicativos; e por relação a elevação de sujeitos eleitores a atores sociais no processo eleitoral.

Além do mais, o uso da língua natural indígena promove pluralidade ao debate eleitoral, cujo fundamento encontra-se na Constituição Federal de 1998, art. 231, que reconhece, aos indígenas, a sua organização social, costumes, línguas, crenças e tradições. Por isso, deve ser compreendido como o alicerce uma política afirmativa eleitoral que, mais cedo ou mais tarde, deve ocupar espaço apropriado na agenda legislativa e do TSE nos moldes das ações afirmativas já promovidas na forma do art. 93-A da Lei nº 9.504/97.

Por sua vez, no âmbito das relações jurídico-eleitorais, a definição normativa sobre o uso da língua natural indígena na propaganda eleitoral, seja em resolução do TSE ou por meio de lei, elimina eventuais dúvidas a partidos, candidatos e operadores do Direito Eleitoral, promovendo-se segurança jurídica ao processo eleitoral.

Desse modo, defendemos e entendemos que o uso da língua natural indígena na propaganda eleitoral, e, pelas mesmas justificativas, na pré-campanha, constitui-se em importante política afirmativa de reconhecimento do direito fundamental à diferença na seara eleitoral, promovendo pluralidade entre os sujeitos eleitorais e



atores sociais do processo eleitoral, bem ainda proporcionando segurança jurídica aos pleitos eleitorais.

Referências

ARAÚJO JUNIOR, Julio José. **Direitos territoriais indígenas**: uma interpretação intercultural. Rio de Janeiro: Processo, 2018.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÈS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. Título original: Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Vários tradutores. São Paulo: Contexto, 2008.

SANTANA, Caio. **Um Brasil de 154 línguas**. Línguas indígenas: tradição, universais e diversidade” apresenta as quase duas centenas de idiomas falados no Brasil por tribos indígenas. Luciana Storto, Mercado de Letras, 2015. Disponível em: <https://jornal.usp.br/cultura/um-brasil-de-154-linguas/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

SILVA, Paulo Thadeu Gomes da. **Os direitos dos índios**: fundamentalidade, paradoxos e colonialidades internas. São Paulo: Editora Café com Lei, 2015

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Propaganda política e suas espécies**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-4-ano-4/propaganda-politica-suas-especies>. Acesso em: 3 mar. 2021.

PIB-SOCIOAMBIENTAL. **Línguas**. Disponível em: <https://pib.socioambiental.org/pt/Linguas>. Acesso em: 20 abr. 2021.