



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO NORTE DO TOCANTINS
CENTRO DE CIÊNCIAS INTEGRADAS – CCI CIMBA**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DEMANDAS
POPULARES E DINÂMICAS REGIONAIS – PPGDIRE**

LETÍCIA ALMEIDA NASCIMENTO

**A MERCANTILIZAÇÃO DO ESPAÇO URBANO E
A CIDADE-MERCADORIA: O DISCURSO IMOBILIÁRIO DIGITAL
SOBRE O BAIRRO JARDIM DOS IPÊS EM ARAGUAÍNA–TO**

Araguaína-TO

2026

LETÍCIA ALMEIDA NASCIMENTO

**A MERCANTILIZAÇÃO DO ESPAÇO URBANO E
A CIDADE-MERCADORIA: O DISCURSO IMOBILIÁRIO DIGITAL
SOBRE O BAIRRO JARDIM DOS IPÊS EM ARAGUAÍNA-TO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais (PPGDire) da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), Centro de Ciências Integradas (CCI). Foi avaliada para obtenção do título de Mestra em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais e aprovada em sua forma final pelo orientador e pela Banca Examinadora.

Orientador: Prof. Dr. João de Deus Leite

Araguaína-TO

2026

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Geração de Ficha Catalográfica SGFC-UFNT
Gerado automaticamente mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A447m Almeida Nascimento, Leticia.

A MERCANTILIZAÇÃO DO ESPAÇO URBANO E A
CIDADE-MERCADORIA: O DISCURSO IMOBILIÁRIO DIGITAL
SOBRE O BAIRRO JARDIM DOS IPÊS EM ARAGUAÍNA-TO /
Leticia Almeida Nascimento. - Centro de Ciências Integradas - CCI,
TO, 2026.

110 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) (Pós-Graduação - Programa de
Pós-Graduação em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais -
PPGDire) -- Universidade Federal do Norte do Tocantins, 2026.

Orientador: João de Deus Leite.

1. Análise de Discurso. 2. Disputa de sentidos. 3. Planejamento
Urbano.

CDD 300

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de
qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada
a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo
artigo 184 do Código Penal.


Letícia Almeida Nascimento

A MERCANTILIZAÇÃO DO ESPAÇO URBANO E
A CIDADE-MERCADORIA: O DISCURSO IMOBILIÁRIO DIGITAL
SOBRE O BAIRRO JARDIM DOS IPÊS EM ARAGUAÍNA-TO


Dissertação apresentada à Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), Centro de Ciências Integradas (CCI), curso de Pós Graduação em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais (PPGDire). Foi avaliada para a obtenção do título de Mestre em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais e aprovada em sua forma final pelo orientador e pela banca examinadora.

Data de aprovação: 10/04/2026


Banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
 JOAO DE DEUS LEITE
Data: 13/04/2026 11:10:40-C300
verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. João de Deus Leite - Orientador - PPGDire/UFNT

Documento assinado digitalmente
 MAURO TORRES SIQUEIRA
Data: 13/04/2026 12:38:59-0300
verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Mauro Torres Siqueira - Membro Interno – PPGDire/UFNT

Documento assinado digitalmente
 NILTON MARQUES DE OLIVEIRA
Data: 17/04/2026 06:17:19-0300
verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Nilton Marques de Oliveira - Membro Externo – UFT/Palmas

Agradecimentos

A pesquisa é uma jornada coletiva, e sou imensamente grata por ter tido a oportunidade de compartilhar este caminho com tantas pessoas especiais. A construção desta pesquisa representa muito mais do que uma etapa acadêmica; ela simboliza uma trajetória de aprendizado, desafios, amadurecimento e encontros que marcaram a minha vida.

Agradeço à UFNT, à CAPES e ao PPGDire pela oportunidade de realização do mestrado, pela confiança depositada e por toda a estrutura, apoio e recursos disponibilizados ao longo desta caminhada acadêmica. Cada experiência vivida nesse percurso contribuiu significativamente para meu crescimento pessoal e profissional.

Ao Prof. Dr. João de Deus Leite, expresso minha mais sincera gratidão pela orientação cuidadosa, pela paciência, pelos ensinamentos compartilhados e pela generosidade intelectual durante todo o processo. Sua dedicação, incentivo e confiança foram fundamentais para que este trabalho se tornasse possível.

À minha família e aos meus amigos, meu amor e reconhecimento eternos. Obrigada por me apoiarem, acolherem minhas angústias, celebrarem cada pequena conquista e permanecerem ao meu lado nos momentos mais difíceis. Vocês foram e são meu porto seguro, minha força e meu incentivo constante para continuar mesmo diante dos desafios.

Aos colegas de mestrado, em especial à Graciany e ao José André, agradeço pela amizade, pelas trocas de conhecimento, pelo companheirismo e pelas palavras de apoio ao longo dessa jornada. Dividir essa experiência com pessoas tão especiais tornou o caminho mais leve e significativo.

À banca examinadora e a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram com sugestões, incentivo, apoio e carinho, deixo meu mais profundo agradecimento. Cada gesto, cada palavra e cada contribuição fizeram parte desta conquista.

Finalizo esta etapa com o coração cheio de gratidão, consciente de que esta dissertação não é fruto apenas do meu esforço individual, mas também do apoio, da confiança e da presença de todos que caminharam comigo ao longo dessa trajetória.

RESUMO

Nesta dissertação, tematiza-se a perspectiva da mercantilização do espaço urbano de Araguaína-TO, considerando o lugar que os empreendimentos imobiliários assumem nesse processo de construção da cidade mercadoria. Como cidade média, localizada no norte do Tocantins, percebe-se a intensificação dos processos de urbanização de Araguaína, nas duas últimas décadas, acentuando o surgimento desse tipo de empreendimento. Dessa forma, mostrou-se pertinente focar o modo como diferentes materiais (verbais e imagéticos) são produzidos e postos em circulação na divulgação de loteamentos na cidade. O aporte teórico é sustentado pelos pressupostos da Análise de Discurso materialista, em diálogo com os do campo do *marketing* urbano. Para tanto, de modo mais específico, particularizou-se a situação do bairro Jardim dos Ipês, pois se trata de um bairro, com maior crescimento em Araguaína-TO. Dessa forma, trabalhou-se com a seguinte pergunta de pesquisa: como o discurso imobiliário digital funciona na mercantilização do espaço urbano em Araguaína/TO, tendo por base o caso do bairro Jardim dos Ipês, e quais as contradições que esse discurso produz na produção de tal espaço? O objetivo geral ganhou a seguinte formulação: compreender o modo como os sentidos ganham materialização no funcionamento do discurso imobiliário digital, dada a prática de mercantilização do espaço urbano em Araguaína/TO, no caso do bairro Jardim dos Ipês, não perdendo de vista as contradições que essa prática produz. Já os objetivos específicos estão assim textualizados: analisar como a linguagem verbal e imagética constitui as peças publicitárias (*banners* digitais e vídeos) da empresa Fix Urbanismo, responsável pela venda de lotes no bairro Jardim dos Ipês, pensando nos sentidos em disputa sobre o espaço urbano da cidade; analisar como a lógica do capital faz trabalhar, discursivamente, representações sobre moradia e qualidade de vida no bairro Jardim dos Ipês; analisar os sentidos silenciados no funcionamento do discurso imobiliário digital sobre o bairro Jardim dos Ipês, considerando o Termo de Ajuste de Conduta (TAC) assinado pela Fix Urbanismo, com a prefeitura, dada a política urbana de Araguaína-TO. O método da pesquisa é o dialético, pois permitiu focar as disputas de sentido entre instituições pública e privada, considerando as contradições no processo de mercantilização do espaço urbano de Araguaína-TO. Sendo assim, as análises foram ancoradas em quatro peças publicitárias, na captura de telas de um vídeo e no TAC, com foco no modo como a questão da moradia e da qualidade de vida são ali significadas. O movimento analítico abordou as formulações verbais, dando destaque para palavras e expressões que nomeiam e que qualificam essas questões no e pelo espaço urbano do bairro Jardim dos Ipês. As formulações imagéticas, também, foram enfocadas, priorizando elementos que passam a integrar e a constituir o modo como essas questões são significadas. Os resultados mostraram que o discurso imobiliário digital operou por meio da mercantilização das emoções, vinculando a felicidade e o sucesso pessoal à compra de uma propriedade privada. O funcionamento de recursos tecnológicos, como imagens aéreas, produziu efeitos de sentido ligados ao controle e à organização total do espaço urbano, silenciando conflitos e disparidades sociais.

Palavras-chave: Análise de Discurso. *Marketing* Urbano. Disputa de sentidos. Planejamento Urbano.

ABSTRACT

This dissertation addresses the perspective of the commodification of urban space in Araguaína-TO, considering the role that real estate developments play in this process of constructing the city as a commodity. As a mid-sized city located in northern Tocantins, Araguaína has experienced an intensification of urbanization processes over the past two decades, highlighting the emergence of this type of development. In this context, it proved relevant to focus on how different materials (verbal and visual) are produced and circulated in the promotion of land subdivisions in the city. The theoretical framework is grounded in the assumptions of materialist Discourse Analysis, in dialogue with the field of urban marketing. More specifically, the study focuses on the Jardim dos Ipês neighborhood, as it is one of the fastest-growing areas in Araguaína-TO. Accordingly, the research question guiding this study is: how does digital real estate discourse operate in the commodification of urban space in Araguaína-TO, based on the case of the Jardim dos Ipês neighborhood, and what contradictions does this discourse produce in the construction of such space? The general objective is formulated as follows: to understand how meanings are materialized in the functioning of digital real estate discourse, given the practice of commodifying urban space in Araguaína-TO, focusing on the Jardim dos Ipês neighborhood, while taking into account the contradictions produced by this practice. The specific objectives are: to analyze how verbal and visual language constitute the advertising materials (digital banners and videos) of Fix Urbanismo, the company responsible for selling lots in the Jardim dos Ipês neighborhood, considering the competing meanings about the city's urban space; to examine how the logic of capital discursively shapes representations of housing and quality of life in the neighborhood; and to analyze the silenced meanings in the functioning of digital real estate discourse about Jardim dos Ipês, taking into account the Conduct Adjustment Agreement (TAC) signed between Fix Urbanismo and the municipal government, in the context of Araguaína's urban policy. The research adopts a dialectical method, as it allows for an examination of the disputes over meaning between public and private institutions, considering the contradictions inherent in the process of commodifying urban space in Araguaína-TO. Thus, the analyses were based on four advertising pieces, screenshots from a video, and the TAC, focusing on how housing and quality of life are signified in these materials. The analytical movement addressed verbal formulations, highlighting words and expressions that name and qualify these issues within and through the urban space of the Jardim dos Ipês neighborhood. Visual formulations were also examined, prioritizing elements that contribute to and constitute how these issues are signified. The results show that digital real estate discourse operates through the commodification of emotions, linking happiness and personal success to the purchase of private property. The use of technological resources, such as aerial imagery, produces effects of meaning associated with control and total organization of urban space, while silencing conflicts and social disparities.

Keywords: Discourse Analysis. Urban *Marketing*. Dispute of meanings. Urban Planning.

- ABNT: Associação Brasileira de Normas Técnicas
- AD: Análise de Discurso
- ADD: Análise de Discurso Digital
- BR: Rodovia federal que corta a região
- CCI: Centro de Ciências Integradas
- CREA: Conselho Regional de Engenharia e Agronomia
- IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- LACP: Lei da Ação Civil Pública
- PPGDIRE: Programa de Pós-Graduação em Demandas Populares e Dinâmicas Regionais
- SEDEMA: Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente
- SEINFRA: Secretaria Municipal de Infraestrutura
- SEPLAN: Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento (de Araguaína)
- SEPLANTE: Secretaria Municipal de Planejamento e Tecnologia
- TAC: Termo de Ajuste de Conduta
- TO: Tocantins (referente ao estado)
- UFNT: Universidade Federal do Norte do Tocantins

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
A Cidade que significa – Araguaína em construção.....	10
2. PERCURSO METODOLÓGICO: Desvelando sentidos no e do discurso imobiliário digital	21
2.1 Natureza do material selecionado	22
2.2 Descrição do procedimento de análise.....	25
3. FUNDAMENTOS TEÓRICOS: Discurso, cidade e a lógica do capital.....	26
3.1.1 Análise de Discurso Digital.....	30
3.1.2 Análise de Discurso e sua relação com a cidade e o mercado imobiliário	32
3.2 Marketing Urbano e Discurso digital	35
3.3 Capitalismo e Urbanização	36
3.4 Parcelamento do solo urbano e a legislação local	38
4. ENTRE PALAVRAS E IMAGENS: análise e contradições do discurso imobiliário digital...39	
4.1 Observações e Comparação entre o Marketing Imobiliário Digital e o discurso da prefeitura (TAC)	58
4.2 Implicações sociais e urbanísticas	60
CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS.....	64

1. INTRODUÇÃO

A Cidade que significa – Araguaína em construção

Os discursos imobiliários¹ que visam atrair investidores e novos residentes têm influência no crescimento urbano das cidades modernas, já que eles põem em circulação sentidos alinhados à lógica do capital. A expressão “cidades modernas” pode ser compreendida no âmbito da lógica da modernização brasileira, marcada pela ideologia do crescimento e pelo avanço técnico em determinados territórios. Como observa Santos (1993, p. 106), “Legitimada pela ideologia do crescimento, a prática da modernização a que vimos assistindo no Brasil, desde o chamado ‘milagre econômico’, conduziu o País a enormes mudanças econômicas, sociais, políticas e culturais.”. Nesse contexto, ao se considerar que a modernização urbana é atravessada por interesses econômicos e pela circulação de sentidos que legitimam determinadas formas de desenvolvimento, torna-se fundamental compreender o papel do discurso como mediador ativo na construção e na difusão dessas representações sobre a cidade. Dessa forma, o discurso, na condição de tecnologia, passa a figurar como elemento importante no processo de significação dos espaços urbanos e de seu *marketing*. Esses discursos, especialmente quando veiculados em ambientes digitais², acabam por produzir efeitos nas tomadas de posição pública e nas dinâmicas socioeconômicas locais. A depender da cidade e de suas escalaridades, a produção discursiva sobre os espaços urbanos e sobre seu *marketing* pode acentuar-se.

Na cidade de Araguaína/TO, para dizermos do foco deste trabalho, percebe-se a produção discursiva acerca da cidade e de seus espaços tanto por parte das gestões municipais, nas últimas décadas, quanto por parte de empresas responsáveis pela venda de lotes na cidade. Nos dois casos, os sentidos formulados e postos, amplamente em circulação, têm a ver com a perspectiva de uma cidade moderna, urbanizada e inscrita na discursividade da globalização dos espaços, isto é, uma cidade em que os espaços são transformados e tornados comuns. E o discurso, como tecnologia, conforme destacado anteriormente, entra nesse processo de significação da cidade,

¹ Trabalha-se com a definição de “discurso imobiliário” atrelados à teorização de Orlandi (2004), em que ela defende que as características de um discurso no campo imobiliário vão além de palavras, incluindo conteúdos visuais, práticas sociais, culturais e até políticas que têm um impacto na forma como as pessoas veem e vivem o espaço urbano. No capítulo teórico desta dissertação, essa questão é aprofundada.

² É concebido, como ambiente digital, o conceito de Lévy (1997) que entende este como sendo o espaço de comunicação criado pela rede global de computadores, redes e bancos de dados, em que as comunidades virtuais de usuários produzem, compartilham e transformam dados. Este ambiente é constituído por: infraestrutura de rede, plataformas e serviços digitais, conteúdos digitais e seus respectivos usuários.

fazendo trabalhar elementos verbais e imagéticos, de modo a produzir modos de interpelação dos sujeitos enquadrados na e pela cidade.

Interessa-se, mais de perto, na formulação e na circulação de sentidos que entram em jogo no processo de venda de lotes em Araguaína/TO por empresas, pois os espaços são alçados ali como mercadoria, pressupondo uma lógica de mercado interno e externo à cidade. Em abordagem mais adiante, trabalha-se com a perspectiva da cidade-mercadoria (Almeida e Engel, 2017) e do *marketing* urbano (Duarte e Czajkowski Jr., 2007) articulados aos pressupostos da Análise de Discurso materialista, não perdendo de vista os sentidos formulados e em circulação acerca de um bairro específico de Araguaína/TO, qual seja: Jardim dos Ipês.

Nesse cenário, nota-se que o bairro Jardim dos Ipês tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos impulsionados pela intensificação das práticas de comercialização de lotes e pela ampliação da oferta imobiliária na cidade. Tal expansão evidencia não apenas a valorização simbólica e econômica desse espaço, mas também a recorrência de estratégias de mercado que visam atrair novos compradores. Ademais, é pertinente ressaltar que já há mais três bairros com a mesma denominação “Jardim dos Ipês” em Araguaína, o que sinaliza a consolidação e a reprodução dessa lógica mercadológica no espaço urbano, reforçando a ideia de padronização e multiplicação de empreendimentos como parte do avanço do discurso imobiliário na cidade.

Inscritos nessa perspectiva de se compreender o urbano por meio do discurso, vale salientar que o objetivo geral desta pesquisa é: analisar o funcionamento discursivo do *marketing* imobiliário digital, as influências socioeconômicas e as implicações no planejamento urbano que podem estar inscritas nesse discurso, por meio da análise de discursividade compostas por um conjunto de materiais de divulgação *online* — *banners* digitais e vídeos — da empresa responsável pelo loteamento do Bairro Jardim dos Ipês em Araguaína-TO, a Fix Urbanismo. A análise se baseou na identificação dos efeitos de sentido em funcionamento nos materiais digitais de *marketing* urbano para criar uma imagem mercadológica do Bairro Jardim dos Ipês. Além disso, busca-se compreender como as características desse discurso estão alinhadas com as diretrizes de desenvolvimento urbano da cidade de Araguaína-TO. Outro ponto central é a identificação das contradições entre o discurso oficial da prefeitura e o discurso imobiliário digital da Fix Urbanismo, levando em consideração o Termo de Ajuste de Conduta (TAC) celebrado entre as duas partes.

O embasamento teórico deste trabalho está ancorado na Análise de Discurso (AD) materialista, com ênfase na Análise de Discurso Digital, considerando também a articulação com

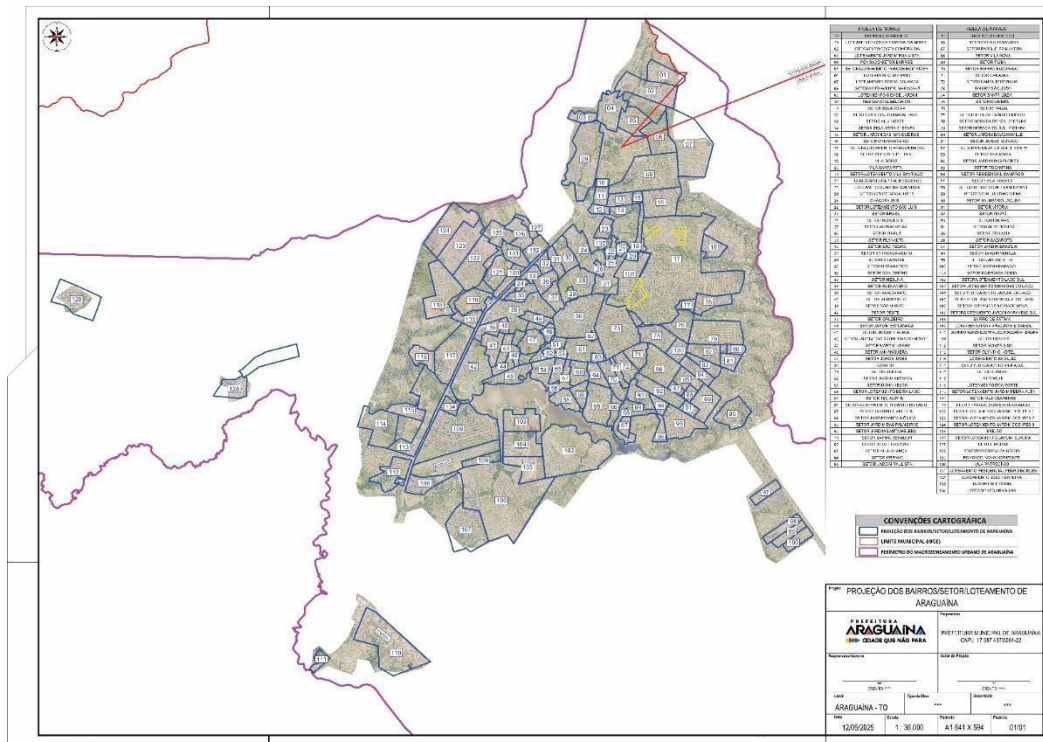
os conceitos de *marketing* urbano, de capitalismo e de urbanização. A metodologia empregada integra o método dialético com base na Análise de Discurso, articulando-a com o *marketing* e com o planejamento urbano. Por meio de uma abordagem qualitativa, analisam-se os materiais de divulgação *online* e o TAC, buscando compreender os sentidos constitutivos e as práticas discursivas utilizadas, além de evidenciar as implicações socioeconômicas e urbanísticas do discurso em foco.

Os materiais que foram analisados incluem quatro *banners* digitais veiculados no perfil do *Instagram* do empreendimento Fix Urbanismo e dois vídeos comerciais. Esses materiais são contrapostos ao discurso presente no TAC nº 001/2017, celebrado entre a prefeitura de Araguaína e a Fix Urbanismo, permitindo uma visão crítica sobre as realidades distintas apresentadas. Essa análise pretende contribuir para uma compreensão e melhor visibilidade das dinâmicas discursivas e suas repercussões no contexto urbano da cidade de Araguaína-TO, destacando as complexidades e as contradições inerentes ao discurso imobiliário digital, que, via de regra, apresenta-se positivado.

Araguaína, considerada uma cidade média por causa de sua relevância no âmbito das cadeias nacionais e internacionais de serviços e bens, é imbuída de características valorosas locais; sua população, de acordo com o Censo 2022, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é de 171.301 pessoas. A sua localização geográfica privilegiada é marcada pela equidistância de grandes cidades do norte, do nordeste e do centro-oeste. Por exemplo, Araguaína está aproximadamente a 270km de Marabá-PA, 220km de Imperatriz-MA e 380km de Palmas-TO, que são importantes centros urbanos e essa equidistância reforça seu papel de interligação regional, favorecendo a dinâmica econômica e urbana.

Sobre o desenvolvimento e o parcelamento do solo urbano da cidade de Araguaína, de acordo com a Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento (SEPLAN), há 136 bairros/loteamentos, em análise, autorizados e já registrados. A seguir, é apresentada a representação cartográfica oficial que mostra a projeção e a definição espacial desses bairros/loteamentos na área urbana de Araguaína, possibilitando a visualização de sua distribuição geográfica, limites administrativos e a estrutura do espaço urbano que está consolidado e em desenvolvimento. Veja a Figura 1:

Figura 1 – Projeção dos Bairros/Setores/Loteamentos de Araguaína

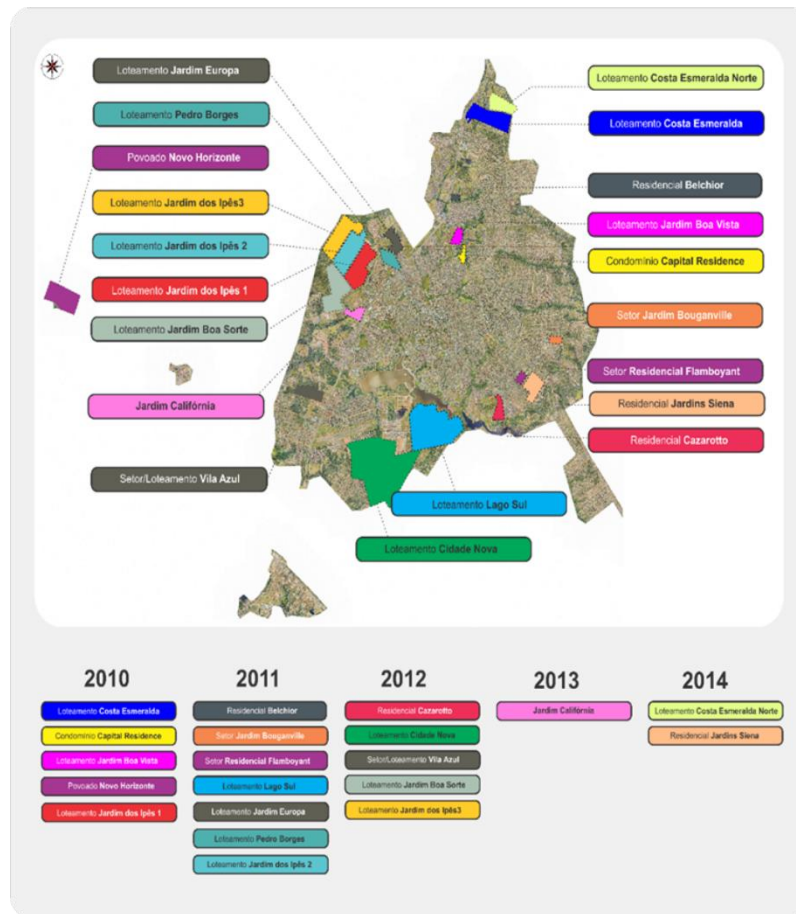


Fonte: Secretaria de Infraestrutura. Prefeitura de Araguaína-TO. Maio de 2025

Com base no mapa, podemos destacar a disposição territorial de Araguaína, ressaltando a estrutura dos seus bairros/setores/loteamentos. Essa representação facilita a compreensão da dinâmica de crescimento urbano, da integração entre as diversas regiões da cidade e dos limites que definem o seu espaço, funcionando como uma ferramenta de planejamento e suporte às políticas públicas destinadas ao ordenamento urbano.

A expansão urbana de Araguaína, na década de 2010, foi marcada pelo surgimento de novos loteamentos. Essa expansão foi consequência do acelerado processo de parcelamento do solo, que acompanhou o aumento da população e da economia local. Esses empreendimentos ajudaram a criar novas centralidades e a expandir a malha urbana, fortalecendo a posição estratégica da cidade na região. A tabela que se segue apresenta os loteamentos lançados durante esse período, destacando a dinâmica de mudança do espaço urbano. Eis, a seguir, a Figura 2:

Figura 2 - Loteamentos lançados em Araguaína na década de 2010



Fonte: Elaborado pela autora.

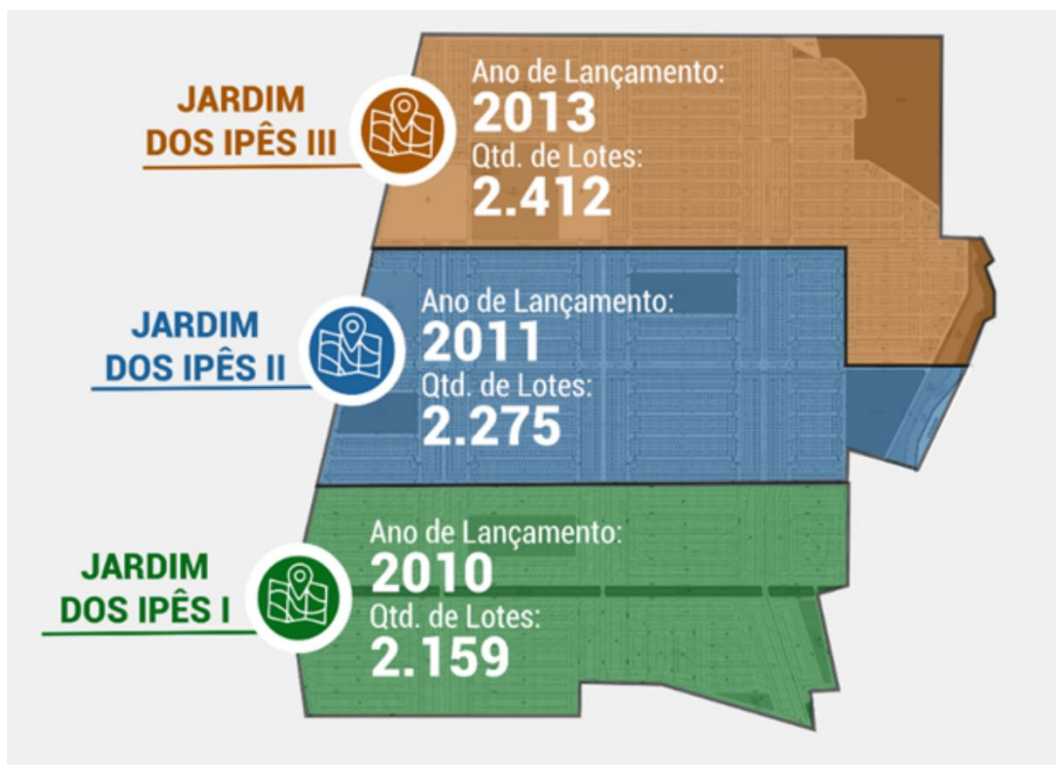
Fonte dos Dados: Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento de Araguaína (SEPLAN)

Destacando a localização e a sequência dos loteamentos lançados em Araguaína de 2010 a 2014, o infográfico anterior mostra que este foi um período que se verificou um aumento significativo no parcelamento do solo urbano. Durante esse período, foram registrados 20 novos empreendimentos, conforme os dados disponibilizados pela SEPLAN, o que demonstra a expansão da malha urbana e a consolidação de novas áreas residenciais. Esse processo de expansão urbana esteve diretamente relacionado ao crescimento populacional e à necessidade de novos espaços habitacionais, resultando na crescente demanda de novas moradias na cidade.

Neste ponto, vale mencionar os dados do Censo 2010, como forma de mostrar a relação com o surgimento de novos loteamentos em Araguaína. De acordo com o Censo 2010, a população total da cidade de Araguaína-TO era de 150.484 pessoas. Diante dessa realidade estatística, em outubro do referido ano foi lançada oficialmente a 1ª etapa do Loteamento Jardim dos Ipês, com a demarcação de 2.159 lotes. Em 2011, foi realizado o lançamento da 2ª etapa, com mais 2.275 lotes e, por fim, a 3ª etapa foi lançada em setembro de 2013, disponibilizando

2.412 lotes para venda por meio de empresas imobiliárias. Esses dados estão apresentados por meio da figura que se segue:

Figura 3 – Lançamento e Quantidade de Lotes



Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte dos Dados: Nova Harmonia Bairros Planejados

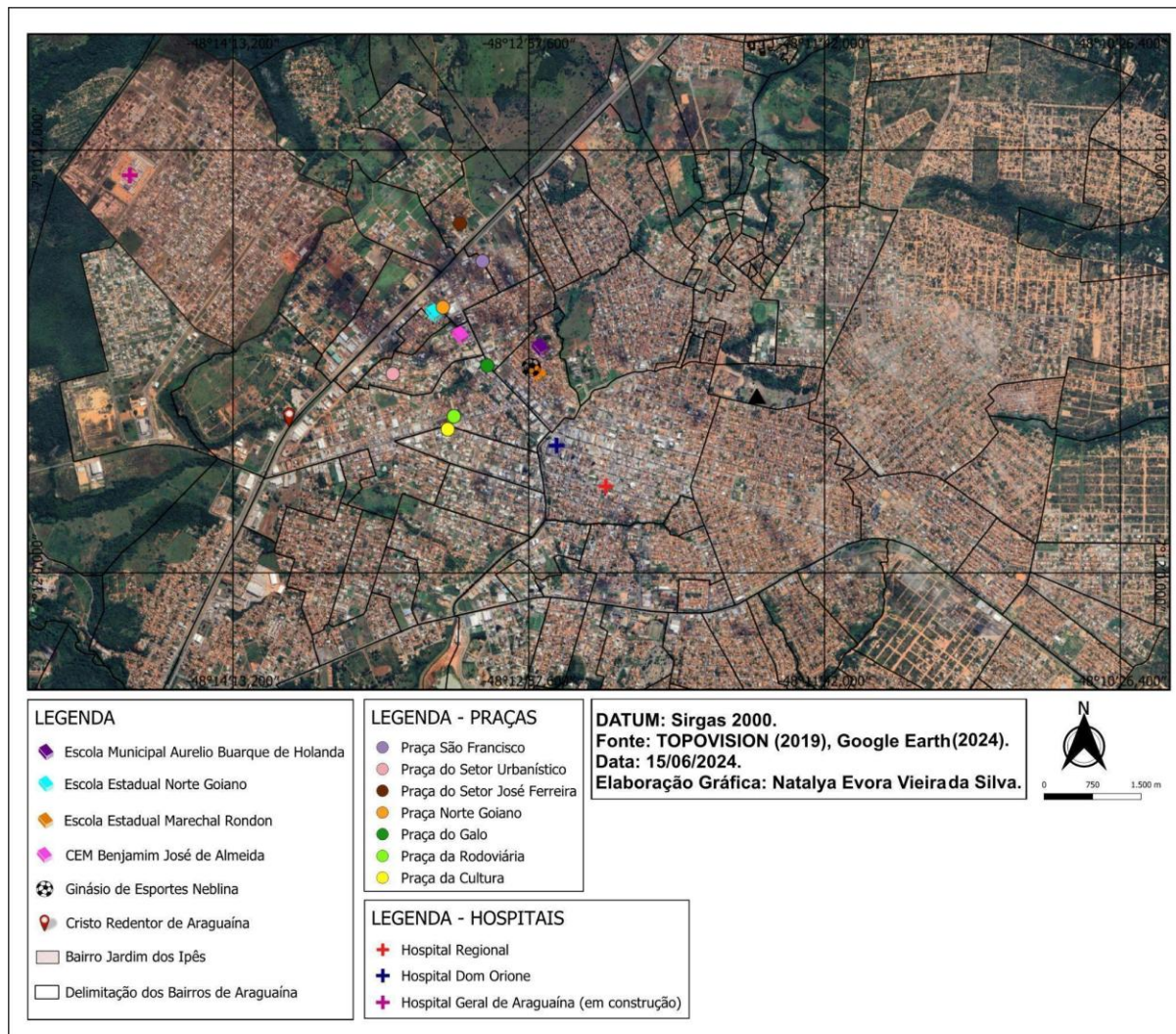
www.novaharmonia.com.br/empreendimentos/

Acesso em 26 de Março de 2024

O recorte espacial deste trabalho, isto é, o Bairro Jardim dos Ipês, foi definido em decorrência do crescente interesse da população e do acelerado processo de desenvolvimento que vem sendo observado nessa região nos últimos anos. Tal expansão urbana tem se mostrado significativa tanto do ponto de vista imobiliário quanto simbólico, uma vez que o bairro passa a ser constantemente promovido como uma área promissora para moradia e investimento. No entanto, esse crescimento não ocorre de maneira isenta de contradições, visto que ainda persistem diversas questões consideradas pendentes à luz das diretrizes legais municipais, especialmente no que diz respeito à infraestrutura, ao ordenamento territorial e à regularização de determinados aspectos urbanísticos. Dessa forma, a escolha desse recorte espacial se justifica não apenas pelo dinamismo de sua expansão, mas também pela necessidade de compreender criticamente as tensões entre o discurso de desenvolvimento e as condições efetivas de sua consolidação. Além

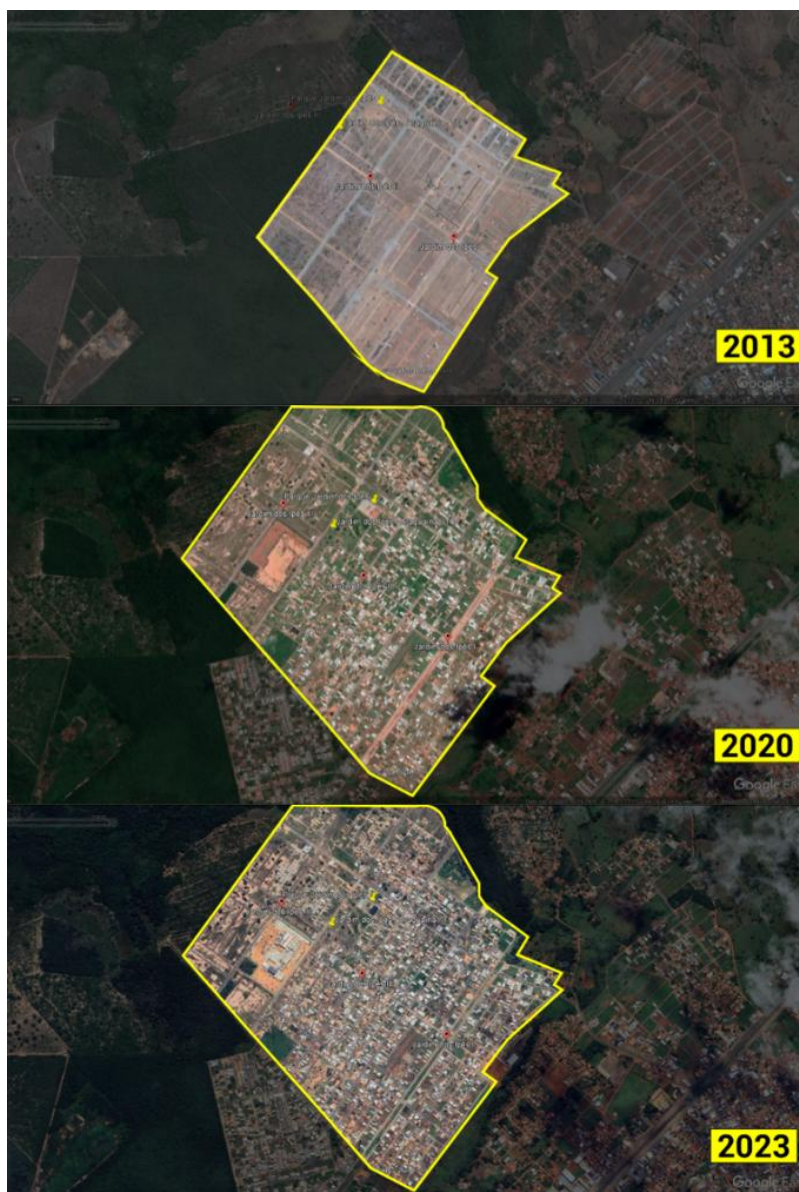
disso, outra importante situação é a região em que avança o loteamento em foco; veja o mapa a seguir:

Figura 4 - Mapa do Jardim dos Ipês e principais equipamentos públicos urbanos



A localização do loteamento Jardim dos Ipês ultrapassa os limites de uma rodovia federal (BR-153), distanciando-se do centro e dos principais equipamentos urbanos (escolas, hospitais e áreas de entretenimento) e, por este motivo, acaba criando um próprio micro centro para atender às necessidades da população local e tornando-se uma área de predileção pelos novos moradores e investidores da cidade de Araguaína-TO. O interesse supracitado é passível de ser mensurado pela quantidade de pessoas que efetivaram sua moradia nesta região. Consideremos, as figuras a seguir.

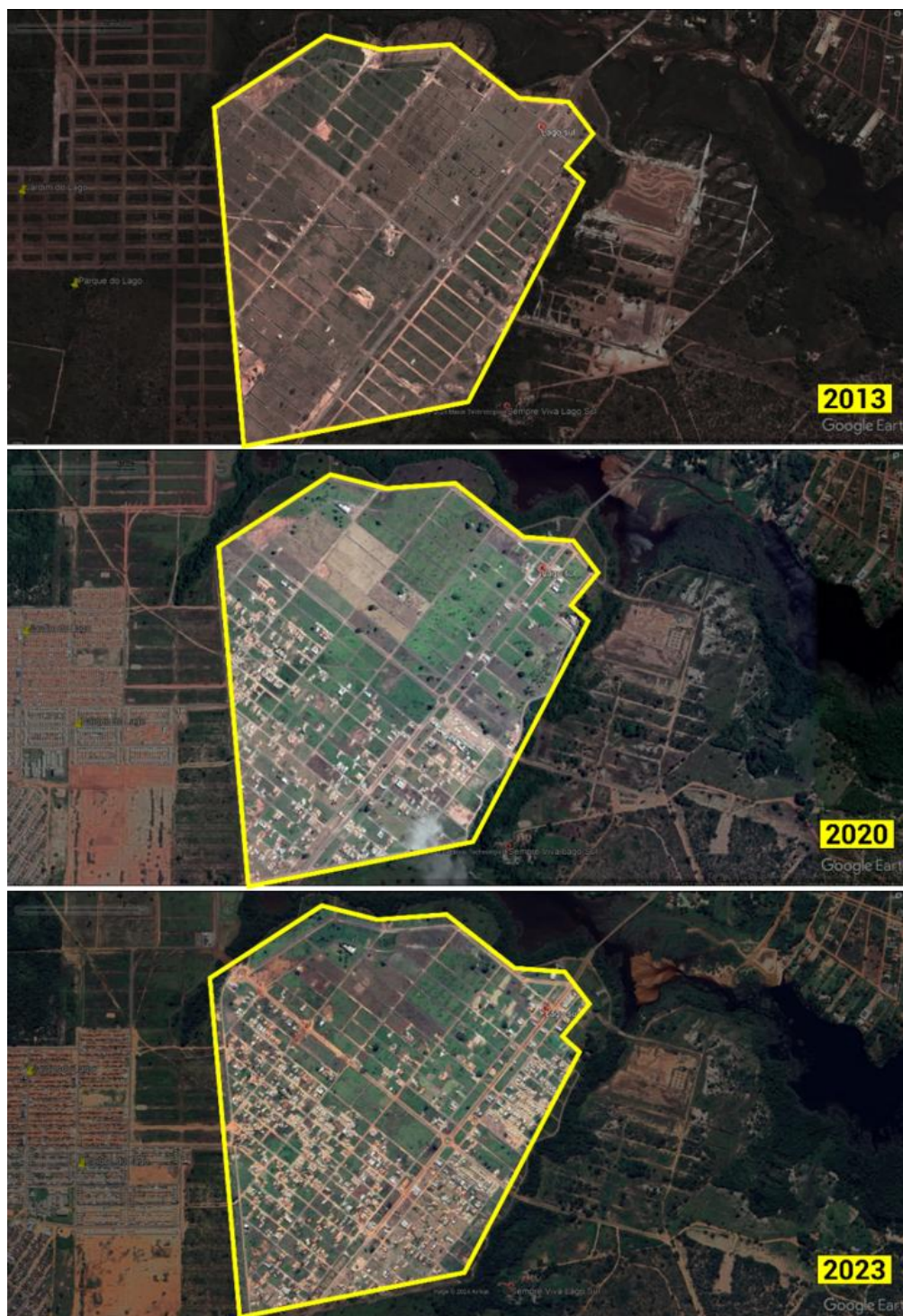
Figura 5 – Mancha Urbana no Jardim dos Ipês (2013-2023)



Fonte: Google Earth (destaque nosso)

É possível verificar, nessa sequência de imagens, a mancha urbana modificando a paisagem do local em destaque, com construções e com pavimentações em praticamente toda sua extensão. Esse tipo de desenvolvimento não é percebido com tamanha rapidez em outros loteamentos na cidade de Araguaína, tendo por base um levantamento produzido anterior à definição do foco no bairro Jardim dos Ipês. Para efeitos de argumentação do referido apontamento, seguem, na sequência, imagens de dois outros empreendimentos, nos mesmos períodos selecionados: 2013, 2020 e 2023. Veja, na sequência, a Figura 6:

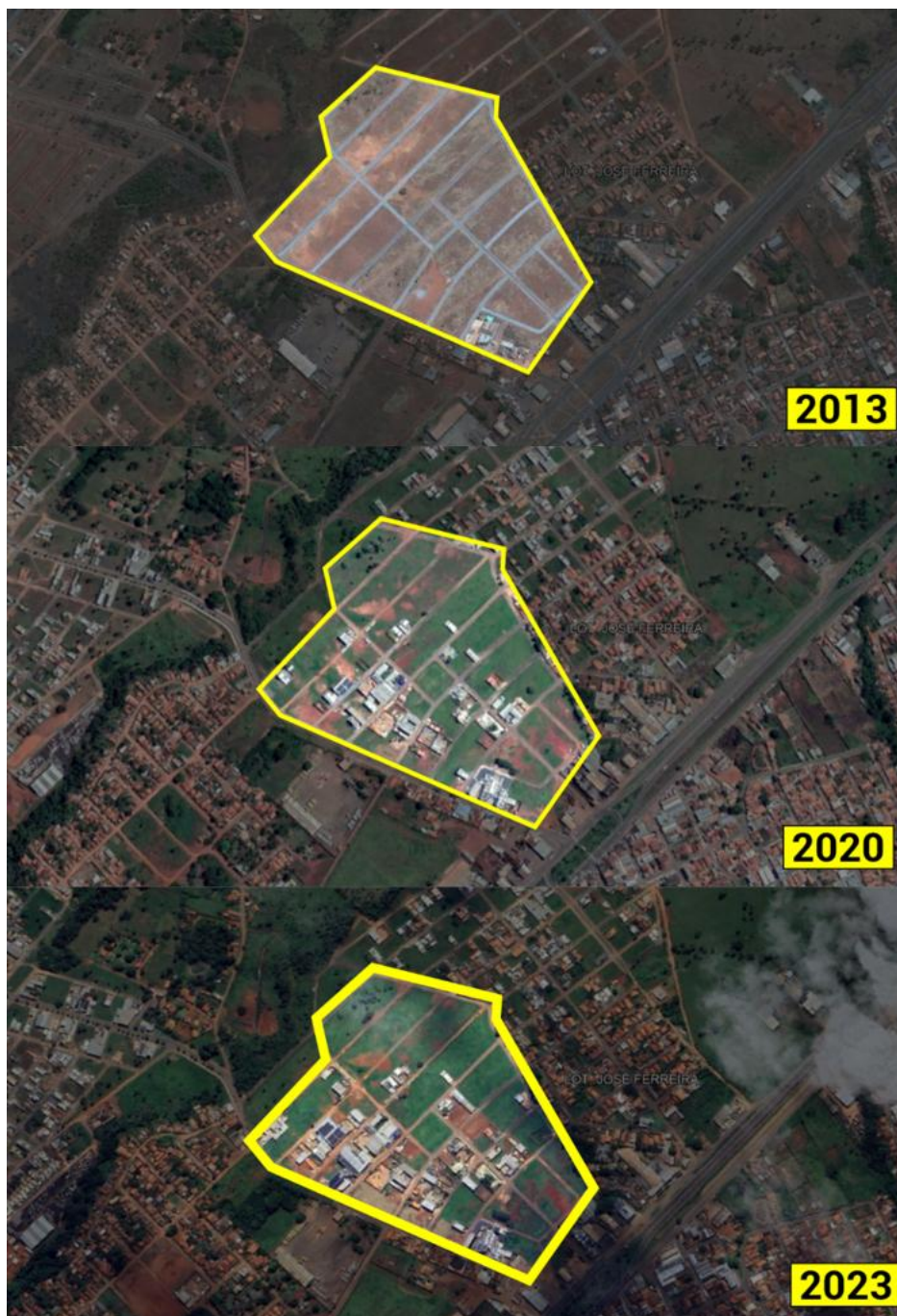
Figura 6 – Mancha Urbana no Loteamento Lago Sul (2013-2023)



Fonte: Google Earth (destaque nosso)

O loteamento Lago Sul, localizado às margens do Lago Azul, foi lançado no ano de 2011 com as vendas e as divulgações realizadas pela empresa Saundibras Inteligência Imobiliária. Eis, a seguir, a Figura 7:

Figura 7 – Mancha Urbana no Loteamento Pedro Borges (2013-2023)



Fonte: Google Earth (destaque nosso)

Em relação ao loteamento Pedro Borges, também com início das divulgações e das vendas no ano de 2011, podemos perceber, por meio das imagens de satélite, uma alteração pequena da mancha urbana na área demarcada em comparação ao Loteamento Jardim dos Ipês. Os três loteamentos, anteriormente citados, apesar da notável diferença de construções e de preenchimento populacional da área, utilizaram recursos de publicidade em busca de um objetivo principal: a venda dos lotes e dos empreendimentos imobiliários.

Por meio de uma série de construção de sentidos feitos pelo *marketing*, as respectivas empresas responsáveis exploraram um discurso imobiliário categórico acerca do seu objeto à venda. Mesmo assim, a imagem do bairro Jardim dos Ipês, loteamento projetado e desenvolvido de forma privada na cidade de Araguaína-TO, tem ganhado cada vez mais veemência nos materiais de divulgação das imobiliárias interessadas em vendas nessa região. Ainda que existam várias questões que poderiam problematizar e melhorar a infraestrutura do bairro ou da cidade, o discurso imobiliário mantém-se na sua lógica de funcionamento e alinhado ao *marketing* urbano estratégico.

Esse discurso justifica a seleção do tema deste trabalho, pois, por meio da sua análise, em articulação com o campo do *marketing* urbano, poderemos identificar como funciona o discurso digital imobiliário, como ele se apropria de alguns sentidos, transformando a linguagem em uma mercadoria, servindo às forças do capitalismo e beneficiando determinado grupo (vendedores imobiliários e proprietários do loteamento em foco) ao direcionar tecnologia a serviço das questões urbanas. A partir dessa análise, busca-se responder à seguinte questão de pesquisa: Como o discurso imobiliário digital funciona na mercantilização do espaço urbano em Araguaína/TO, tendo por base o caso do bairro Jardim dos Ipês, e quais as contradições que esse discurso produz na produção de tal espaço?

Esta pesquisa visa analisar de forma crítica e reflexiva, utilizando o método dialético, seguindo os princípios teóricos e conceituais da Análise de Discurso materialista no contexto da divulgação digital do setor imobiliário em busca de identificar os sentidos relacionados ao consumo presentes em materiais como *banners* publicitários *online* e vídeos promocionais que enfatizam textos e imagens do empreendimento imobiliário, conforme viemos destacando nesta seção.

Para tanto, foi formulado o seguinte objetivo geral: compreender o modo como os sentidos ganham materialização no funcionamento do discurso imobiliário digital, dada a prática de mercantilização do espaço urbano em Araguaína/TO, no caso do bairro Jardim dos Ipês, não perdendo de vista as contradições que essa prática produz. Buscando levar a bom termo esse objetivo, foram estruturados os objetivos específicos nestes termos: 1) analisar como a linguagem verbal e imagética constitui as peças publicitárias (*banners* digitais e vídeos) da empresa Fix Urbanismo, responsável pela venda de lotes no bairro Jardim dos Ipês, pensando nos sentidos em disputa sobre o espaço urbano da cidade.; 2) analisar como a lógica do capital faz trabalhar, discursivamente, representações sobre moradia e qualidade de vida no bairro Jardim dos Ipês.; e 3) analisar os sentidos silenciados no funcionamento do discurso imobiliário digital sobre o bairro

Jardim dos Ipês, considerando o Termo de Ajuste de Conduta (TAC) assinado pela Fix Urbanismo, com a prefeitura, dada a política urbana de Araguaína-TO.

Esta dissertação está estruturada em cinco capítulos, além desta introdução, das considerações finais e das referências. No primeiro capítulo, intitulado *Objetivos como horizontes de análise*, são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa, servindo como orientação e delimitando o recorte de estudo. No segundo capítulo, *Percurso metodológico: desvelando sentidos no discurso imobiliário digital*, descrevem-se a natureza do material selecionado e o procedimento de análise adotado, evidenciando os critérios e os caminhos metodológicos que sustentam a pesquisa. No terceiro capítulo, *Fundamentos teóricos: Discurso, cidade e a lógica do capital*, estão presentes os referenciais que embasam a pesquisa, abrangendo a Análise de Discurso, sua relação com a cidade e o mercado imobiliário, o *marketing* urbano e o discurso digital, além de reflexões sobre capitalismo, urbanismo e a legislação local relativa ao parcelamento do solo. O quarto capítulo, *Entre palavras e imagens: análise e contradições do discurso imobiliário digital*, apresenta a análise do *corpus*, enfatizando o processo discursivo em funcionamento nos *banners* e no vídeo, a comparação com o discurso institucional da prefeitura, com base no Termo de Ajuste de Conduta (TAC), e as implicações sociais e urbanísticas decorrentes desse processo discursivo. Por fim, no quinto capítulo, são expostas as considerações finais, nas quais se destacam as contribuições da pesquisa, suas limitações e possibilidades de continuidade em estudos futuros.

Considerando o problema de pesquisa e os objetivos propostos, é imprescindível determinar as abordagens metodológicas que permitiram atingir esses constituintes da pesquisa científica. No próximo capítulo, descrevem-se os métodos utilizados para a coleta, a seleção e a análise dos dados.

2. PERCURSO METODOLÓGICO: Desvelando sentidos no e do discurso imobiliário digital

Com o objetivo de compreender o funcionamento do discurso imobiliário digital, com foco na formulação e na circulação de sentidos sobre o bairro Jardim dos Ipês, foi adotado o método dialético, conforme já ressaltado, para construir os passos teórico-metodológicos desta pesquisa. Como já ressaltado, interessa-se, mais de perto, o discurso imobiliário digital, particularizando a relação entre teorizações sobre o *marketing* urbano e o planejamento urbano. Este método permite uma leitura fundamentada sobre o referido discurso, levando em consideração as contradições entre o *marketing* imobiliário digital e o desenvolvimento urbano.

Buscou-se compreender como as discursivizações formuladas e postas em circulação pela empresa Fix Urbanismo, em suas redes sociais, deixam entrever sentidos sobre Araguaína/TO, como cidade-mercadoria em que a lógica do capital intervém.

A incursão metodológica construída na pesquisa permeia os preceitos da Análise de Discurso materialista, considerando o seu viés qualitativo acerca dos materiais de divulgação *online* (*banners* digitais e vídeos) da empresa imobiliária Fix Urbanismo. Por meio de um trabalho de arquivo, nos moldes do que concebe a perspectiva discursiva em tela, a análise recaiu sobre esse material, com o intuito de compreender o funcionamento discursivo do discurso imobiliário digital, levando a bom termo a relação entre o verbal e o imagético.

Como forma de contrapor esse funcionamento discursivo, que em geral produz uma representação da cidade e do urbano positivada, recorre-se ao material do Termo de Ajuste de Conduta (TAC) elaborado pela prefeitura de Araguaína/TO direcionado às autoridades responsáveis pelo empreendimento do bairro Jardim dos Ipês. Esse jogo entre funcionamentos discursivos (da empresa, que representa a lógica do capital privado, e do poder público local, que também não deixa de portar as insígnias dessa lógica) justifica-se, como forma de mostrarmos as condições materiais de existência e produção da cidade e do urbano, tendo um bairro específico como enquadre. Embora o foco recaiu sobre um bairro em particular, cumpre ressaltar que esse funcionamento acaba sendo representativo do modo como o capital funciona, produzindo a perspectiva da cidade mercadoria.

Dessa forma, este trabalho visa desvelar as camadas da significação em funcionamento e constitutivas no discurso imobiliário digital, expondo como estes textos (legendas), imagens (*banners*) e vídeos contribuem para a construção de uma realidade urbana idealizada e, muitas vezes, segregadora e excludente.

2.1 Natureza do material selecionado

Os materiais que constituem o *corpus* desta pesquisa configuram-se como 4 (quatro) *banners* digitais, compreendidos como peças publicitárias que foram veiculadas em ambiente digital e 1 (um) vídeo que foi mobilizado para análise em formato de capturas de tela. Trata-se de materiais que circularam na internet, especificamente no perfil do *Instagram* e do *Facebook* do empreendimento Fix Urbanismo (www.instagram.com/grupofixurbanismo), empresa imobiliária com atuação no bairro Jardim dos Ipês. A seguir, serão apresentadas figuras correspondentes às capturas de tela dos *banners* e do vídeo, tomadas como recortes analíticos que possibilitaram observar o funcionamento dos sentidos na relação entre o verbal e o imagético.

Figura 8 – Banner Digital 1 (Felicidade)



grupofixurbanismo Já dizia o compositor "Felicidade é só uma questão de ser" (Marcelo Jeneci) e se você somar forças com a gente para isso ser possível, acredite: Seus sonhos de viver bem no que é seu vai se realizar! Você vai ser muito feliz no Jardim dos Ipês em Araguaína (TO). Venha nos visitar! Conheça o stand e comprove!

#fixurbanismo #iparatyhimobiliária #araguaína #felicidade #realização #stand

Ver todos os 34 comentários
16 de fevereiro de 2022 · Ver tradução

Figura 10 – Banner Digital 3 (A união do útil ao agradável)



grupofixurbanismo Está pensando em morar ou investir em Araguaína (TO)? Conheça o Jardim dos Ipês! São três loteamentos com infraestrutura completa, localização privilegiada e fácil acesso a pontos comerciais e de serviço. Quer conhecer mais? Fale conosco e transforme o seu futuro.

#FixUrbanismo #GrupoFixUrbanismo #QualidadeDeVida #Araguaína #JardimDosIpês

Ver 1 comentário
24 de julho de 2023 · Ver tradução

Figura 9 – Banner Digital 2 (Qualidade de vida)



grupofixurbanismo Escolher morar no Jardim dos Ipês é priorizar seu sonho de morar bem. Além de estar localizado no bairro que mais valoriza em Araguaína, o residencial tem vantagens incríveis:

Primeiro hospital regional dentro do empreendimento;
Praça com área de lazer completa;
Financiamento facilitado com parcelas que cabem no seu bolso.

Garanta o seu lote e transforme o seu futuro com mais qualidade de vida! Clique no link da bio e saiba mais. 🏡

#FixUrbanismo #GrupoFixUrbanismo #JardimDosIpês #Araguaína #Tocantins #QualidadeDeVida

24 de março de 2023 · Ver tradução

Figura 11 – Banner Digital 4 (Três bairros)



Curtido por nadinhaalmeida3 e outras pessoas

grupofixurbanismo Uma das cidades mais atrativas para investimento no Tocantins, Araguaína também é referência em bairros planejados abertos. São três etapas do Jardim dos Ipês com localização estratégica, infraestrutura completa e alto padrão construtivo. Há, ainda, uma praça de lazer completa à disposição da população. 🏡

Ficou interessado(a) e quer saber mais? Converse conosco! 🗨️

#FIXUrbanismo #GrupoFIXUrbanismo #QualidadeDeVida #JardimDosIpês #Araguaína menos

27 de março de 2024

Fonte: Instagram @grupofixurbanismo

Figura 12 – Trecho do Vídeo de Divulgação da 3ª Etapa do Jardim dos Ipês



Fonte: Facebook @fixurbanismo

E, ainda, em contrapartida ao discurso que tende a por em circulação sentidos positivados, outro objeto de análise foi mobilizado para compor o arquivo de pesquisa: o Termo de Ajuste de Conduta (TAC nº001/2017) firmado entre a prefeitura de Araguaína e a empresa responsável pelo Loteamento para poder estabelecer uma visão do discurso de outra realidade da mesma época dos anúncios. Na sequência, a figura 13 apresenta um registro sobre o TAC:

Figura 13 – Pré-visualização Termo de Ajuste de Conduta (TAC nº 001/2017)



Fonte: Diário Oficial do Município de Araguaína-TO nº 1402/05 de setembro de 2017

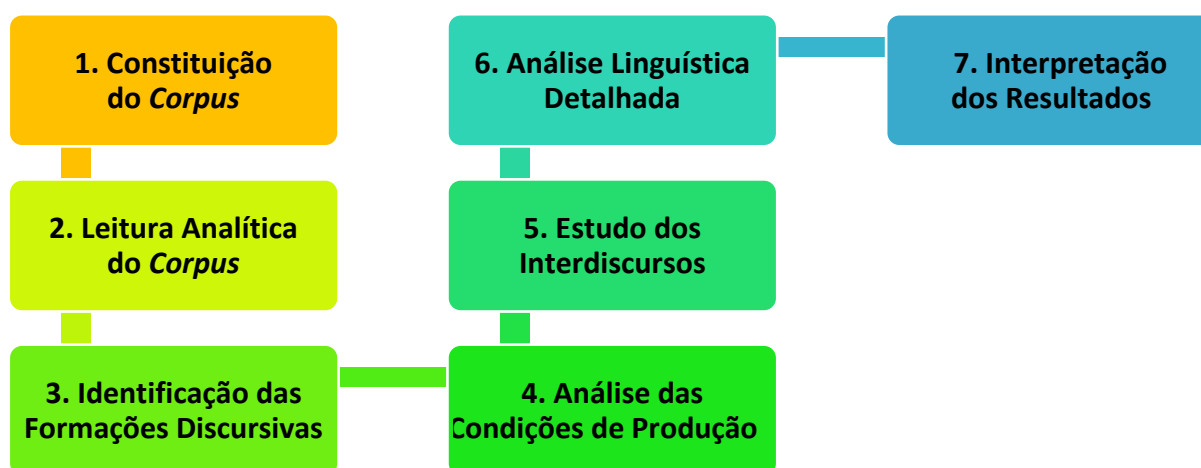
A inclusão deste documento, como um dos objetos de análise, mostra-se crucial para entender um dos mecanismos de regulação e de controle exercidos pelo poder público, a fim de regular o setor imobiliário. Assim, aposta-se nesse contraponto de práticas discursivas como

forma de se evidenciar os sentidos que estão em disputa nos interesses privados (Empresa imobiliária) e no bem-estar coletivo (sociedade compradora dos imóveis).

2.2 Descrição do procedimento de análise

A análise foi construída à luz dos preceitos teóricos e metodológicos da Análise de Discurso materialista, baseando-se na sequência lógica estabelecida por Orlandi (2007). Portanto, os princípios orientadores deste trabalho consideram a metodologia orlandiana em sua base e em seus desdobramentos interpretativos. Conforme Orlandi (2007) os procedimentos da Análise de Discurso, estruturam-se a partir de etapas específicas e inter-relacionadas, seguindo uma lógica que articula teoria e análise, respeitando os pressupostos da abordagem e podem ser organizados da seguinte maneira:

Figura 14 – Infográfico dos Procedimentos da Análise de Discurso



Em resumo, esta foi a trajetória metodológica empreendida:

1. Seleção do material de pesquisa a ser analisado. Isso incluiu a seleção criteriosa dos textos verbais e imagens examinados.
2. Constituição do *corpus* de pesquisa, pois, ao analista de discurso, cabe derivar sequências discursivas desse conjunto mais amplo do material de pesquisa, considerando a natureza do material.
3. Leitura cuidadosa e minuciosa dos textos, com o objetivo de identificar elementos importantes para a análise. Identificar as condições necessárias para a produção do discurso, incluindo, em termos de formação imaginária, quem fala, para quem, em qual contexto e com quais objetivos.

4. Análise do funcionamento das formações discursivas na produção dos textos verbais e imagéticos, que são agrupamentos de enunciados que são formados e produzidos por padrões específicos; além de estudar as normas e os padrões do discurso em uma determinada prática discursiva.
5. Análise das condições ideológicas e sócio-históricas que influenciam a produção de discurso, considerando as características institucionais e contextuais que influenciam o discurso.
6. Análise de como o discurso em estudo se relaciona com outros discursos que circulam na sociedade. Identificação de como os discursos se relacionam, atravessam-se ou se opõem uns aos outros.
7. Verificação de elementos linguísticos do texto. Identificação de marcas discursivas, de alterações e de técnicas de argumentação. Nesse caso, por se tratar de material que envolve o verbal e o imagético, foi necessário pensar na delinearização da imagem em seu jogo contraditório com a linearização do verbal.
8. Interpretação do *corpus* constituído, valendo-se de fundamentos teóricos, tais como: interdiscurso, pré-construído, entre outros. Reflexão sobre os efeitos de sentido produzidos pelo discurso e seus possíveis efeitos sociais e ideológicos.

Após apresentar os procedimentos metodológicos utilizados para conduzir este trabalho, é essencial apresentar os fundamentos teóricos que embasaram as análises realizadas ao longo do capítulo analítico. Na sequência, foram abordados os conceitos fundamentais que sustentam a abordagem teórica ancorada, que tem ênfase na Análise de Discurso materialista e na ADD.

3. FUNDAMENTOS TEÓRICOS: Discurso, cidade e a lógica do capital

3.1 Análise de Discurso (AD)

A corrente teórica da Análise de Discurso (AD) tem como um dos fundadores, o filósofo Michel Pêcheux, que se concentra na ideia de que a linguagem, a ideologia e o sujeito sempre se relacionam constitutivamente. Essa teoria concebe a linguagem, interpretando-a e levando em consideração as condições de produção dos discursos. Pêcheux (2006, p. 53) defende a heterogeneidade dos sentidos que os discursos têm, ao salientar que: “(...) todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro.”.

Portanto, a AD amplia significativamente a visão sobre todo e qualquer objeto discursivo, indo além de uma abordagem meramente estrutural da linguagem. Seu objetivo central é

demonstrar que é possível compreender a constituição, a formulação e a circulação dos sentidos no âmbito de uma determinada formação social, considerando sempre o sujeito, a ideologia e as condições de produção como elementos cruciais nesse processo. A AD considera que os discursos não são neutros ou isolados, mas, sim, atravessados por diversas determinações históricas, sociais e políticas, o que exige do analista um olhar atento às várias camadas de significação que se sobrepõem em cada enunciado.

Além de Michel Pêcheux (2006), um dos teóricos franceses responsáveis por fundar essa vertente de análise, é importante destacar a contribuição de Eni Orlandi (2007), linguista brasileira que segue a mesma linha de pensamento e é considerada uma das principais responsáveis por consolidar a Análise de Discurso no Brasil. Orlandi (1992) propalou os pressupostos teóricos da AD no cenário brasileiro, escrevendo obras essenciais para a área e incentivando gerações de pesquisadores interessados em entender como os sentidos são constituídos na e pela linguagem em uma relação constitutiva com a ideologia e com o inconsciente.

Orlandi (2007) postulou fundamentos importantes para a compreensão da teoria e do fazer do analista de discurso, como estes, destacando que é necessário: a) “problematizar as maneiras de ler, levar o sujeito falante ou o leitor a se colocarem questões sobre o que produzem e o que ouvem nas diferentes manifestações da linguagem.” (Orlandi, 2007, p. 9); b) aceitar que a linguagem, seus equívocos e sua opacidade nos afetam; c) saber que nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano das palavras não existe neutralidade no discurso, pois ele tem um caráter simbólico irremediável e permanente no que tange à ligação direta a certas ideologias e estruturas sociais; e, por fim, d) interpretar é preciso, pois essa que é a contribuição da AD, ela “nos coloca em estado de reflexão e, sem cairmos na ilusão de sermos conscientes de tudo, permite-nos ao menos sermos capazes de uma relação menos ingênua com a linguagem” (Orlandi, 2007, p. 9).

Essas características ajudam os analistas de discurso a compreender melhor a teoria da AD como uma prática constante, um “processo em curso”; como a própria Orlandi (2007, p. 71) defende; não é um conjunto de textos, mas, sim, um “conjunto de práticas que constituem a sociedade na história, com a diferença de que a prática discursiva se especifica por ser uma prática simbólica” (Orlandi, 2007, p. 71). E a prática simbólica é resultado de um conjunto de perspectivas, sejam elas sociais, culturais, políticas, sejam elas econômicas. Neste ponto, é possível recorrer-se às formulações de Pêcheux (2006) sobre interdiscurso, que se fundamentam exatamente no quão forte é a influência da rede de discursos mobilizados por elementos sociais e ideológicos. Nessa medida, o discurso não se traduz apenas em sujeito e texto/linguagem, mas

sempre existirá uma formação ideológica nessa constituição, assim como Orlandi (2007, p. 09) preceitua:

Na análise de discurso, não se toma o texto como ponto de partida absoluto (dadas as relações de sentidos) nem de chegada. Um texto é só uma peça de linguagem de um processo discursivo bem mais abrangente e é assim que deve ser considerado. Ele é um exemplar do discurso. (...) O que temos, como produto da análise, é a compreensão dos processos de produção de sentidos e de constituição dos sujeitos em suas posições.

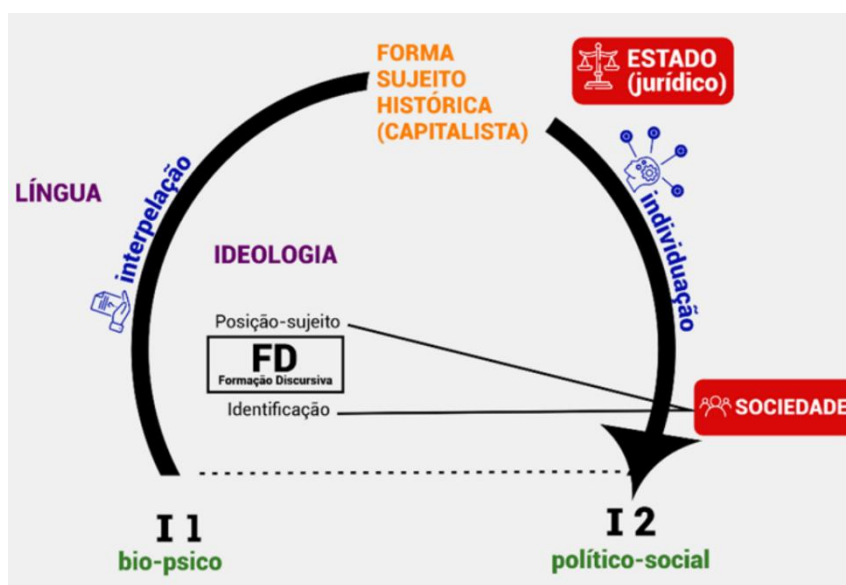
A relevância dessa teoria está não somente para a construção deste trabalho, mas também para alteração do *status* de “ingenuidade” perante às leituras dos discursos que permeiam os sujeitos, desde os mais simples, até os mais complexos e arraigados de técnicas persuasivas. Estudar os preceitos da AD permite compreender discursos, fazer leituras e interpretar de forma a identificar os possíveis efeitos de sentido para a sociedade. Pêcheux (2006, p.43) postula que:

Interrogar-se sobre a existência de um real próprio às disciplinas de interpretação exige que o não-llogicamente estável não seja considerado a priori como um defeito, um simples furo no real. (...) um real constitutivamente estranho à univocidade lógica, e um saber que não se transmite, não se aprende, não se ensina, e que, no entanto, existe produzindo efeitos.

Então, a AD, em seu caráter reflexivo, crítico e descritivo, leva-nos às teorizações pecheutianas (2006, p. 56) de que “todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação”; isso acontece por causa das inevitáveis relações sociais que rodeiam o sujeito, pois este é um ser social que carrega em si o peso de tal condição. Entende-se, portanto, que o sujeito, na perspectiva discursiva, nunca é o ponto de origem plena do que diz, mas, sim, atravessado por formações discursivas que o constituem e que determinam os sentidos que ele pode produzir.

Assim, os discursos não surgem de maneira isolada ou espontânea, mas são sempre produzidos a partir de condições históricas, sociais e ideológicas específicas que orientam seus sentidos e suas formas de circulação. Isso implica reconhecer que todo dizer está atravessado por relações de força, por formações discursivas e por interesses que se inscrevem nas circunstâncias reais e concretas de sua produção. Nesse sentido, é possível entender que a constituição do sujeito também se dá a partir dessas mesmas articulações, sendo ele interpelado pela ideologia e inscrito em determinadas posições discursivas que orientam sua forma de perceber, interpretar e expressar-se no mundo. Essa dinâmica é evidenciada com base na figura a seguir, que ilustra, conforme proposto por Eni Orlandi (2022), o processo de constituição do sujeito pela articulação entre língua, ideologia e sociedade.

Figura 15 - Processo de constituição do sujeito (língua, ideologia e sociedade)



Fonte: Elaboração da autora. Redesenho feito com base nos dados de Eni Orlandi (2022)

A figura em questão mostra que o indivíduo, posicionado inicialmente em sua esfera biológica e psicológica (I1), é interpelado pela ideologia mediada pela língua, o que permite sua transformação em sujeito histórico. Nessas condições capitalistas, essa constituição é alçada à forma do sujeito de Direito, que é individualizado e responsabilizado por suas ações, porém constantemente constituído pelas relações de força dos discursos. Ao organizar juridicamente os indivíduos, o Estado desempenha o papel de instância de individuação e assegura a continuidade das relações sociais. A partir daí, o indivíduo só se concretiza na esfera político-social (I2) ao se identificar com formações discursivas que definem sua posição e o inserem na história. Essa dinâmica evidencia o que foi abordado anteriormente, que a constituição do sujeito não é estática, mas atravessada por deslocamentos ideológicos que afetam constantemente o sentido de suas palavras e posições.

É, neste ponto, que se insere a noção de “agitação” mencionada por Pêcheux (2006); refere-se, mais precisamente, a essa constante mudança das filiações ideológicas que caracterizam as palavras do sujeito, mesmo quando ele acredita estar sendo totalmente “autêntico” ou “imparcial”. Assim, a AD nos instiga a refletir sobre o fato de que toda enunciação, escrita ou falada, é permeada por disputa de sentido e processos de identificação que não podem ser desconsiderados. Entender essa lógica de funcionamento nos permite questionar as evidências, desnaturalizar o que parece óbvio e reconhecer os discursos como práticas significantes que constituem e são moldadas pela sociedade.

Ao se entender os discursos como práticas permeadas por disputas de sentidos e fundados por posições ideológicas, torna-se imprescindível analisar como esses processos se manifestam

nas diversas condições de produção históricas e tecnológicas. Com o aumento das interlocuções digitais e com o uso diário das tecnologias conectadas, o espaço discursivo também muda, demandando da AD uma atenção especial às novas formas de produção de sentidos no discurso digital.

3.1.1 Análise de Discurso Digital

O sujeito, no âmbito da cidade, convive constantemente com mudanças, que vão além das alterações nos espaços físicos, pois também os permeia as várias formas de vivência e de produção, ressignificando esses espaços. Os recursos e os ambientes digitais representam uma dessas mudanças significativas, ampliando a representação sobre determinados objetos/situações. E, no contexto da AD, a inclusão do digital nas produções discursivas também produz efeitos. Paveau (2017, p. 7) pondera que “é notório que ‘as ações e os efeitos do digital estão aí, o uso das tecnologias digitais, da internet e dos objetos conectados estão progressivamente se integrando às nossas existências’”.

Alguns exemplos de materiais digitais, cuja circulação *online* se perpetua, são: *posts* em redes sociais (*banners* estáticos, *gifs* ou vídeos), anúncios publicitários, *tweets*, *reviews*, *blogs*, vídeos promocionais (em plataformas de vídeo ou *streaming*) etc. Ao analisar aspectos como: conteúdo, estilo da escrita, linguagem, contexto, *hashtags*, público-alvo, efeito persuasivo, entre outros, é possível construir uma análise à luz dos fundamentos da AD.

A AD digital propõe formas para se observar os sentidos e se entende como os textos e as interlocuções, transpassados(as) por essas tecnologias digitais, são desenvolvidos(as) e disseminados(as). Buscando acompanhar o rápido *status* de atualidade dos recursos digitais, que sempre se renovam, os teóricos acerca dessa temática estão em constante trabalho, analisando imagem, palavra, enunciado, cor, forma, gesto, etc. Dias (2016) nos apresenta este esforço dos atuais teóricos da área:

O movimento teórico que ocorre em função do digital, mais especificamente no campo das Ciências da Linguagem e mais amplamente no campo das Ciências Humanas e Sociais, é bastante significativo. No campo da Análise de Discurso, muito se tem trabalhado a partir de seu dispositivo teórico e analítico para dar conta das questões que o digital coloca para a linguagem e seu funcionamento, e também das questões que a própria Análise de Discurso coloca para o digital, pois, nessa perspectiva, “os sentidos não são indiferentes à matéria significante” (ORLANDI, 1996, p. 12), portanto, é preciso considerar o digital em sua opacidade (Dias, 2016, p. 11).

Os sentidos formulados e postos em circulação em plataformas digitais acabam por refletir e por interpelar os sujeitos com intensidade e frequência, implicando mais interesse, ainda, no âmbito da área de Linguagem e de Ciências Humanas. Já buscando propor uma articulação com o objeto deste trabalho, pode-se partir da hipótese de que o discurso digital é

mobilizado pelas forças do capital privado como um meio estratégico para viabilizar a venda de empreendimentos imobiliários. Dessa forma, as forças econômicas determinam a intensificação de sentidos sobre os empreendimentos imobiliários, com a questão de sentidos sobre o ideário de habitação em uma cidade média, como é o caso de Araguaína/TO. Esse discurso faz trabalhar, com mais intensidade, o plano de circulação de sentidos, usufruindo da relação entre verbal e imagético em suas projeções de sentido sobre os espaços. O discurso, como tecnologia, acaba entrando como elemento eficaz no projeto da cidade-mercadoria, como será mostrado no capítulo de análise desta dissertação.

Dessa forma, ao considerar os elementos próprios do ambiente digital, a AD amplia seu escopo teórico e metodológico para dar conta das novas materialidades e das formas de circulação de sentidos que emergem nesse contexto. A cidade, como um local simbólico e físico, também se transforma em um lugar de conflitos discursivos no ambiente digital, em que os sentidos são moldados a partir de diversos interesses, principalmente os associados ao capital e à lógica de mercado.

Portanto, ao entender a cidade e o digital como espaços atravessados por vários sentidos em disputa e pela circulação de discursos influenciados pela lógica do capital, é relevante utilizar conceitos que aprofundem a reflexão sobre como essas materialidades são formadas e incorporadas ao corpo e à linguagem. É nesse contexto que a ideia de corpografia, proposta por Dias (2016, p. 6) aplica-se, expandindo o debate ao tratar a escrita no ambiente digital como um evento que engloba não só a linguagem, mas também o corpo e o afeto. Isso evidencia novas maneiras de inscrição do indivíduo na e pela escrita mediada pelas tecnologias digitais. Consideremos, a seguir, as teorizações da referida autora:

Ainda no que se refere ao trabalho teórico da Análise de Discurso para dar conta do campo de questões em torno do digital, é possível apontar para a noção de corpografia elaborada por mim (DIAS, 2004, 2008, 2012) e a partir da qual busquei produzir uma compreensão da escrita no digital, levando em conta as tecnologias digitais e a maneira como esses dispositivos de arquivo, que se manifestam pela emergência de uma escrita “pressionada pela oralidade” (ROBIN, 1998), produzem uma injunção ao corpo na forma da letra, grafo, grafia, produzindo, com isso, a corpografia. O que chamei corpografia, é, portanto, essa textualização do corpo na letra, na tela, pelo afeto, produzindo uma escrita (e um corpo) afetada pelo digital. “Corpo que se textualiza”, nos ensina Orlandi (2001, p. 213). E essa textualização tem suas características, dentre as quais, inclui o corpo e o afeto (o outro). Acontecimento do corpo na língua e na escrita. A escrita como significante do afeto. Escrever no online seria um gesto que escreve o corpo.

Assim, a ideia de corpografia evidencia que o digital não deve ser considerado apenas como um suporte ou meio técnico, mas como um espaço em que se constroem sentidos, bem como em relação ao fato de o corpo e o afeto se inscrevem de forma única. Ao deslocar a significação da escrita para além de sua função instrumental, essa ideia evidencia a profundidade

das mudanças causadas pelas tecnologias digitais, demonstrando que escrever *online* também implica desempenhar modos de ser e concretizar subjetividades em constante interação com o outro e com o ambiente discursivo.

A relação entre linguagem, tecnologia e ideologia mostra como as representações construídas pelos discursos digitais vão além da simples comunicação, funcionando, discursivamente, como instrumentos de persuasão, de convencimento e de valorização simbólica. Portanto, entender o funcionamento desses discursos é crucial para se compreender como o digital afeta a formação dos indivíduos e a estrutura social dos espaços urbanos, reforçando a importância da AD como problematizadora frente às transformações das relações materiais atuais.

3.1.2 Análise de Discurso e sua relação com a cidade e o mercado imobiliário

Em busca de se compreender como a teoria da AD concebe a cidade, muitos autores e pesquisadores entram na esfera do ponto de vista simbólico, como forma de se conceber a cidade e sua relação com o urbano, ou seja, há uma contínua produção de sentidos no contexto urbano, quando se explora os diferentes discursos que acabam moldando as representações e a realidade no âmbito da cidade. Conforme Orlandi (2004, p. 31), existe uma série de produção de discursos urbanos, “a cidade tem assim seu corpo significativo. E tem nele suas formas. O *rap*, a poesia urbana, a poesia urbana, a música, os grafitos, pichações, inscrições, outdoors, painéis (...) são formas do discurso urbano. É a cidade produzindo sentidos”. Considerando essa diversidade em sua composição discursiva, as cidades, portanto, são o resultado de uma constante construção de discursos, cheia de elementos, fomentada pela relação linguagem/pensamento/mundo.

Lefebvre (2001, p. 70), ao ponderar sobre as dimensões da cidade, afirma que “a cidade tem uma dimensão simbólica; os monumentos, como também os vazios, praças e avenidas, simbolizam o cosmo, o mundo, a sociedade ou simplesmente o Estado. Ela tem uma dimensão paradigmática”. À luz desse pensamento de Lefebvre (2001), pode-se perceber que a profundidade das dimensões simbólicas e paradigmáticas do espaço urbano é revelada ao examinar o discurso sobre a cidade. Esse discurso urbano é formado por histórias oficiais e populares, influenciando a maneira como as pessoas veem e interagem com o espaço urbano. Os pontos físicos, como monumentos, praças, avenidas e bairros são importantes nesses discursos, pois servem como símbolos que significam crenças, histórias e valores culturais.

Durante esta pesquisa, foi utilizada a interpretação de elementos específicos que compõem um discurso imobiliário digital, mas sempre em busca de se vislumbrar o sentido concebido a tal discurso, criando um “espaço de leitura” do urbano. Orlandi (2001, p. 8) propõe

“(…) um espaço de leitura onde os sujeitos terão de deslocar-se (…) à procura de possibilidades de sentidos que estão na tomada do espaço urbano pensado enquanto espaço que se constitui com os sentidos e os sujeitos do lugar público.”. A cidade significa de muitas formas, não somente por meio de palavras. Na esteira de Lefevre (2001, p. 68), pode-se considerar que “[a]o lado escrita existe a fala do urbano, ainda mais importante; essas palavras expressam a vida e a morte, a alegria ou a desgraça. A cidade tem esta capacidade que faz dela um conjunto significante”.

Inserido em uma categoria de formação discursiva específica, o discurso imobiliário possui seu próprio modo de significar, tendo o seu vocabulário, as suas temáticas e as suas técnicas de linguagem, com o intuito de produzir o efeito de persuasão. É comum encontrar, nesse tipo de funcionamento discursivo, os termos como: “qualidade de vida”, “desenvolvimento” e “valorização”. Tal expressão e palavras fazem trabalhar uma perspectiva de mundo que procura influenciar a opinião pública sobre o que é prioridade ou “desejável” para a cidade. Para que alcance o resultado almejado, esse tipo de discurso não funciona isoladamente, pois se mostra atravessado a discursos econômicos, políticos e sociais para garantir o convencimento dos seus argumentos. Esse atravessamento discursivo é citado por Orlandi (2007) como interdiscursividade.

Nos processos de urbanização, principalmente em grandes projetos, é possível identificar o funcionamento de interdiscursos. Neste ponto, explora-se uma situação hipotética formulada, com o objetivo de abordar como pré-construídos, isto é, sentidos que são historicizados, e que entram em jogo no projeto de formulação e de circulação de sentidos sobre o desenvolvimento de um novo bairro residencial de alto padrão em uma cidade em expansão, por exemplo. Veja-se o quadro a seguir:

Quadro 1. Exemplo de situação interdiscursiva

Projeto: Desenvolvimento de um novo bairro residencial de alto padrão		
Discurso	Descrição	Efeitos de sentido
Imobiliário	O novo bairro é caracterizado como um "oásis de luxo e conforto" no material promocional, que enfatiza "modernas infraestruturas" e "áreas verdes exuberantes".	Atrair investidores e compradores de alto nível, promovendo a qualidade de vida e a exclusividade do local.
Econômico	Os benefícios financeiros do projeto são discutidos em relatórios econômicos e comunicados de imprensa, incluindo a "valorização imobiliária" e a "geração de empregos" na construção civil e setores conexos.	Defender o investimento e demonstrar como o projeto aumentará a economia da área, atraindo investidores e apoio do setor privado.

Político	Com promessas de “melhoria na infraestrutura urbana” e “aumento da arrecadação de impostos” para o novo bairro, as autoridades locais e estaduais enfatizam a parceria público – privada no projeto.	Ganhar apoio político e prestígio popular, demonstrando seu compromisso com o desenvolvimento sustentável da cidade e a melhorias nas condições de vida das pessoas.
Social	Problemas sociais como a influência do “déficit habitacional” e a “inclusão social” são discutidos em jornais e artigos de mídia social. Além disso, críticas são feitas sobre a “gentrificação e a possibilidade de “deslocamento de comunidades de baixa renda”.	Destacar as questões sobre equidade social dentro da cidade, pressionando por políticas que beneficiem as comunidades menos favorecidas.

Fonte: Elaboração da autora.

Essas inter-relações entre discursos, conforme foi exposto a partir do quadro anterior, servem de base para se mostrar como os discursos se entrelaçam, não trabalham sozinhos, mas em conjunto para, de forma mútua, influenciar e moldar a opinião pública em relação às políticas urbanas, por exemplo. Está pressuposta, no âmbito do interdiscurso, uma ampla gama de enunciados históricos e sociais, que se conectam com algo pré-construído, “já-dito” como Orlandi (1992, p. 87-88) define:

O interdiscurso é o conjunto do dizível, histórica e linguisticamente definido. Pelo conceito de interdiscurso, Pêcheux nos indica que sempre já há discurso, ou seja, que o enunciável (o dizível) já está aí e é exterior ao sujeito enunciator. Ele se apresenta como séries de formulações que derivam de enunciações distintas e dispersas que formam em seu conjunto o domínio da memória. Esse domínio constitui a exterioridade discursiva para o sujeito do discurso.

O sujeito que produz sentidos, autorizados no e pelo interdiscurso, presente no discurso imobiliário, não é a fonte do dizer, mas é um sujeito, que é influenciado por fatores externos e, ao mesmo tempo, constitutivos, como: ideologias, estereótipos, preconceitos, entre outros. Este é um sujeito que é atravessado por formações discursivas que precedem e o formam, fazendo com que sua enunciação esteja sempre vinculada a saberes já consolidados, a um conjunto de sentidos produzidos historicamente e socialmente compartilhados. No âmbito do discurso imobiliário, essas influências se evidenciam na representação de certos bairros, nos valores atribuídos a certos locais e na construção de conceitos como “progresso”, “desenvolvimento” ou “valorização”.

Portanto, mesmo que o sujeito se reconheça como independente em suas palavras, as suas expressões refletem os ecos discursivos previamente instalados nele, replicando, assim, de maneira inconsciente, várias perspectivas de mundo que são alinhadas aos interesses de mercado, da política ou de grupos dominantes. A compreensão dessa dinâmica é fundamental para

desvendar como os discursos funcionam na manutenção ou na transformação de certas representações sociais e espaciais.

3.2 *Marketing* Urbano e Discurso digital

O discurso imobiliário, como prática discursiva, utiliza-se de mecanismo discursivo do *marketing* urbano como ferramentas impulsionadoras para atingir seu público-alvo. Nesse sentido, é fundamental compreender que essas formas de produzir sentidos feita pelo *marketing* não atuam de forma isolada, na toada do que tem sido abordado neste trabalho; elas estão integradas a uma rede discursiva maior, na qual diversos sentidos se cruzam. E é a partir desse ponto de vista que a interdiscursividade, proposta por Eni Orlandi (2004), mostra-nos como a cidade, no âmbito da prática comercial imobiliária, é atravessada por formações ideológicas (de cunho capitalista, cultural, publicitário, artístico, urbanístico, higienista, entre outros.) que produzem uma determinada visão de cidade e de sujeito urbano, mobilizando sentidos e transformando suas partes em mercadoria. Soares (2006) confirma esse apontamento, ao relacionar a cidade no âmbito de uma relação de consumo:

A cidade a ser vendida, sob a ideologização do mercado, sob o uso de técnicas publicitárias, não declaradas, coloca a arte e a cultura em seu jogo de legitimação. Ambos os elementos são contemplados por indicar o lúdico, o poético, o refinamento estético, o teatro, o cinema, a literatura, a identidade social, a história, as raízes de um povo etc. A cultura e a arte neste jogo econômico é revestimento e também signo de consumo, estes signos em suas novas significações fetichizadas suplantam o sensível e são artificializados junto ao consumo da cidade mercadoria, neste cenário o merchandising e a publicidade são coadjuvantes na espetacularização do consumo urbano (Soares, 2006, p. 4).

Portanto, a arte e a cultura são incluídas nesse “jogo mercadológico” como elementos que legitimam a comercialização do espaço urbano. Esses elementos, quando são associados ao lúdico, ao requinte e à identidade histórica, acabam tornando-se atrativos para o consumo, revestidos por uma camada simbólica que vai além do que é facilmente percebido e é moldado minuciosamente pelas lógicas do mercado. Portanto, o discurso imobiliário não se limita a promover a venda de propriedade, mas também a criar um cenário de consumo urbano espetacularizado, em que a cidade se transforma em produto/espetáculo, e a publicidade tem um papel crucial na efetivação dessa imagem, sobretudo, a publicidade em funcionamento no e pelo discurso digital.

Nesse cenário, é evidente como a espetacularização da cidade, impulsionada pelo discurso imobiliário, está intrinsecamente ligada à ideologia mercadológica que está em constante atualização, repleta de elementos influenciados pelo capitalismo, indo ao encontro da gestão dos sentidos do *marketing* urbano direcionadas à sedução dos indivíduos com poder de compra. E,

sobre o cerne do *marketing* neste campo da venda imobiliária e em geral, Almeida e Engel (2017, p. 92) expõem que:

De forma abrangente, o *marketing* utiliza um conjunto de técnicas singulares que permite a possibilidade de permutas entre os indivíduos, sendo essas permutas atravessadas pelo capital econômico. Portanto, esses câmbios mercadológicos não são feitos somente entre instituições, mas também com a sociedade, que é influenciadora no processo como um todo, pois é a partir de sua demanda de necessidades que os articuladores do marketing se posicionam e estabelecem as estratégias que irão utilizar em um determinado mercado.

Estes “articuladores do marketing”, citados anteriormente, utilizam-se de vários recursos de convencimento, mas, no *marketing* imobiliário digital, vê-se uma teoria que se configura e ganha popularidade no setor de mídia, que é a economia afetiva. Jenkins (2006, p. 97) pondera que essa economia:

(...) procura entender os fundamentos emocionais da tomada de decisão do consumidor como uma força motriz por trás das decisões de audiência e de compra. Em vários sentidos, a economia afetiva representa uma tentativa de atualizar-se com os estudos culturais feitos nas últimas décadas sobre comunidades de fãs e o envolvimento dos espectadores. (...) o novo discurso de marketing procura moldar os desejos dos consumidores para direcionar as decisões de compra. Embora haja um crescente interesse pela qualidade da experiência do público, as empresas de mídia e de marcas ainda se debatem com o lado econômico da economia afetiva – a necessidade de quantificar o desejo, de mensurar as relações e de transformar o envolvimento em *commodities* – e, talvez o mais importante, a necessidade de transformar tudo o que foi mencionado acima em retorno financeiro.

Neste ponto, buscando construir uma articulação teórica com os pressupostos discursivos, pode-se considerar que essa economia afetiva faz trabalhar, por meio das projeções de representação, um efeito leitor. Há, dessa forma, um jogo discursivo que se embasa nessa suposta antecipação de leitor, cujo material são pré-construídos inscritos no campo afetivo.

Em vez de nivelar as expectativas nas relações de compra e de venda imobiliária, o que observa-se no *marketing* imobiliário digital é um processo de intensificação, ou seja, um aumento desproporcional na geração de expectativas por causa do grande índice de elementos textuais/visuais discursivos positivados, afetivos e incisivos que são intensificadores do alto potencial de alcance dos recursos digitais e de suas diversas plataformas. Não se pode perder de vista, com base nessa incursão, o fato de que discurso, como tecnologia, faz trabalhar essa acentuação de sentidos muito inscritos no ideal positivado sobre os modos de vida na e pela cidade.

3.3 Capitalismo e Urbanização

O capitalismo está presente, controlando as relações sociais e direcionando as ações das pessoas ao lucro e ao melhor rendimento em vários âmbitos da sociedade em geral, e isto não é diferente no processo de parcelamento do solo urbano. A cidade passa por transformações e por influências de diversas condições de produção, em que a maioria se alinha ao ideal do capital e

à sua acumulação. A origem e o funcionamento do sistema capitalista foram analisados por Karl Marx, em “O Capital” (1867) e em outras obras, apresentando, em suas teorizações, como a relação: trabalho, rendimento e lucro consegue aumentar a desigualdade por meio das amarras do capital.

Sendo assim, Marx (1867) torna-se a principal referência nos estudos sobre o capitalismo e as problemáticas que advêm deste sistema de produção. Na esfera do mercado imobiliário, o lucro se apresenta, principalmente, por meio da especulação imobiliária e da gentrificação que são alguns dos objetos de análise do autor britânico David Harvey (2018). Ele salienta que: “[o] capital está construindo cidades para que pessoas e instituições invistam nelas, e não cidades para as pessoas comuns viverem” (HARVEY, 2018, p. 187). Percebe-se, a partir dessa citação, que Harvey (2018) tem seu pensamento influenciado pelas ideias críticas de Marx (1867) sobre a constante influência do capital, produzindo, então, análises profundas sobre a cidade e as dinâmicas que vão delineando esse espaço urbano, bem como as relações dentro dela. Duas de suas obras que nos fazem refletir sobre os referidos apontamentos são: “A loucura da razão econômica: dinâmica capitalista, crise e desastre no século XXI” (2017) e “A Produção Capitalista do Espaço” (2001). A influência do capital no processo de parcelamento do solo urbano é significativo. Não é à toa que Almeida e Engel (2017, p. 92) salientam que:

Quando a terra se torna uma mercadoria, ela passa a ser divulgada amplamente para ganhar maior valor financeiro de mercado, exigindo a ampliação de um ciclo de novidades a esses produtos. Ao mesmo tempo, há um distanciamento das relações sociais no espaço urbano que contradiz a lógica da cidade, oriunda da ideia de ponto de encontro. De acordo com Canclini (2008, p. 21), “[...] o imaginário não é apenas a representação simbólica do que ocorre, mas também um lugar de elaboração de insatisfações, desejos e busca de comunicação com os outros”. A urbanização projeta também desequilíbrios e incertezas que desurbanizam as cidades, como é o caso, por exemplo, da especulação imobiliária que segue a lógica do capital e do mercado global.

A especulação imobiliária, considerada uma “desurbanização” por esses autores, e a conceituação de cidade-mercadoria são resultados da relação direta do capitalismo com a urbanização que geram preocupações e significações relevantes para o desenvolvimento deste trabalho. Nessa conjuntura, em que a lógica capitalista transforma os sentidos da cidade e impulsiona a mercantilização do espaço urbano, é essencial analisar como essas dinâmicas estão presentes na organização e na regulamentação do território. A partir desse contexto, o parcelamento do solo urbano se destaca como um dos principais mecanismos que evidencia a interação entre mercado, poder público e planejamento.

3.4 Parcelamento do solo urbano e a legislação local

O parcelamento urbano, por meio de loteamentos privados, é objeto de análise das gestões públicas, desde os primeiros contatos do domínio capitalista com as formas de planejamento das cidades. Essa relação entre planejamento urbano, capitalismo e fracionamento do solo traz consigo a preocupação com uma regulamentação que seja favorável tanto à sociedade quanto à administração pública, que irá reger esse processo de compra e de venda que acaba sendo atrelado a direitos básicos de infraestrutura e de seus reflexos.

Santos (1993, p. 114) postula que os novos recortes espaciais urbanos apresentam constantes mudanças em seus modelos por causa do “(...) aumento exponencial da fluidez do território, graças aos progressos nos transportes, nas comunicações e na produção e uso das informações.”. As cidades intermediárias/médias têm características essenciais ao desenvolvimento econômico do Estado e do País, como: *locus* de trabalho intelectual qualificado e referências em desenvolvimento econômico em ascensão; sendo estas características, expandidas no decorrer do tempo, indo a caminho da metropolização, sendo necessário, para tanto, a organização coerente de dispositivos legais para regulamentar as diversas situações que ocorrem neste processo.

O decreto-lei nº 271, de 1967, é um dos primeiros dispositivos que dissertam sobre o conceito de loteamento urbano e de suas diretrizes a nível nacional. Alguns anos depois, em 1979, foi instituída uma lei específica sobre o Parcelamento do Solo Urbano, que é o que nos interessa neste trabalho. Em seus artigos, essa lei federal passa a responsabilidade de admissão e de regulamentação para o poder público municipal; o Art. 3º tematiza sobre essa questão: “Somente será admitido o parcelamento do solo para fins urbanos em zonas urbanas, de expansão urbana ou de urbanização específica, assim definidas pelo plano diretor ou aprovadas por lei municipal”.

Nesse contexto, o município de Araguaína, que está localizado no Estado do Tocantins, tem, em seu rol legislativo, a Lei Complementar de Parcelamento do Solo Urbano do Município (Lei nº 2.494 de 2006). Essa lei estabelece normas para o parcelamento do solo, por meio de loteamento ou de desmembramento, para fins urbanos dentro da cidade de Araguaína. Essa lei tem os critérios, as exigências e os procedimentos para aprovação do projeto do loteamento, a fiscalização da sua execução e vistorias finais técnicas/documentais que fazem parte das normas a serem seguidas com intuito de complementar a lei federal de 1979, sempre respeitando e adequando-se às peculiaridades e às características regionais/locais.

Por fim, em 2017, foi instituído o Plano Diretor de Araguaína, que traça os objetivos e as diretrizes/orientações da política de desenvolvimento e de expansão urbana do município, auxiliando e monitorando, sempre que necessário, as criações de loteamentos para que não ultrapassem os limites dos padrões regionais estabelecidos. Contudo, um plano diretor, de acordo com Santos (1993, p. 113-114), “não pode contentar-se em ser apenas uma disciplina do crescimento física ou da dotação de serviços, mas deve incluir uma clara preocupação com a dinâmica global da cidade, buscando orientá-la no interesse das maiorias.”.

No espaço intelectual nacional, há autores que abordam o desenvolvimento e o parcelamento do solo urbano, de forma atual e crítica, para que haja uma compreensão dos desafios que as cidades enfrentam, alguns exemplos são: Raquel Rolnik (1990), Ermínia Maricato (2013) e Carlos Nelson dos Santos (1988). Estes três urbanistas trazem contribuições relevantes para e sobre a cidade, expondo as desigualdades sociais, no Brasil, os conflitos e os impasses do planejamento urbano e a burocrática regulação estatal para a concretização deste.

Essa breve contextualização de teóricos sobre as questões que envolvem a cidade e outros temas foi realizada como uma introdução, na verdade, como uma forma de espacialização do real objeto deste trabalho, que se trata dos discursos imobiliários digitais elaborados especificamente para divulgação do Loteamento Jardim dos Ipês na cidade de Araguaína/TO, transformando, assim, o discurso imobiliário digital (veiculado por meio de imagens e de vídeos na internet) em objeto de análise, conforme aporte da teoria discursiva, conforme tem sido destacado nesta dissertação. Esse discurso não traz meras informações sobre o espaço urbano em estudo, mas, como pondera Orlandi (2004), trata-se de um processo complexo de constituição de sujeitos e de produção de sentidos que são afetados pela história, pela língua e pela sociedade. No capítulo que se segue, é apresentada a análise do *corpus* discursivo desta dissertação.

4. ENTRE PALAVRAS E IMAGENS: análise e contradições do discurso imobiliário digital

Neste capítulo, propõe-se uma análise discursiva de peças publicitárias (*banners* digitais) veiculadas em plataformas digitais (*Instagram* e *Facebook*) com foco nos sentidos que são construídos por meio de elementos linguísticos e imagéticos em determinadas condições de produção. Assim, busca-se compreender como diferentes formas discursivas são postas em circulação para se criar efeitos de sentido que se relacionam com valores e com ideais pré-constituídos. A análise se baseia nos princípios da Análise de Discurso, levando em consideração que o sentido não se encontra apenas na materialidade linguística, mas é determinado pelas

condições de produção, pelas formações discursivas e pelos interdiscursos que permeiam o dizer e o mostrar.

O material de pesquisa é formado por *banners* digitais (“peças publicitárias”) de divulgação do empreendimento Jardim dos Ipês, localizado em Araguaína–TO, e foram veiculados entre 2022 e 2024. Essas peças funcionam como instrumentos discursivos que, além de promover um produto imobiliário, constroem discursividades sobre cidade, urbanização, organização do espaço e estilos de vida desejáveis. Assim, o discurso imobiliário digital se apresenta como um espaço para observar a mercantilização da cidade e a transformação do espaço urbano em mercadoria simbólica e econômica, não perdendo de vista os fundamentos abordados anteriormente. A seguir, apresenta-se uma análise detalhada de quatro peças publicitárias (figuras que se seguem), levando em consideração a constituição do *corpus*, a leitura analítica, as formações discursivas, as condições de produção, os interdiscursos, os aspectos linguísticos e as considerações gerais.

Considere-se, na sequência, o *banner* digital 1 foco deste capítulo de análise:



grupofixurbanismo Já dizia o compositor “Felicidade é só uma questão de ser” (Marcelo Jeneci) e se você somar forças com a gente para isso ser possível, acredite: Seus sonhos de viver bem no que é seu vai se realizar! Você vai ser muito feliz no Jardim dos Ipês em Araguaína (TO). Venha nos visitar! Conheça o stand e comprove!

#fixurbanismo #iparatyhimobiliária #araguaína #felicidade #realização #stand

Ver todos os 34 comentários

16 de fevereiro de 2022 · Ver tradução

A análise do [banner digital 1](#) evidencia o funcionamento de uma discursividade que associa a organização urbana à garantia de felicidade, à estabilidade e à realização pessoal. No plano verbal, sobressaem formulações linguísticas como “A sua família vai ser muito mais feliz em Araguaína” e “(...) Seus sonhos de viver bem no que é seu vai se realizar!”. Essas formulações produzem um efeito de sentido de intensificação e modalização afirmativa, até pelo fato de ocorrerem aí substantivos como “família” e “sonho”, já designando objetos discursivos importantes nesse funcionamento discursivo. Esses substantivos aparecem adverbializados (“muito mais”, “bem”) e adjetivados (“feliz”), predicando os referidos objetos positivamente. Dessa forma, pode-se considerar que a felicidade é significada, nesse funcionamento discursivo, como algo mensurável e alcançável, dependendo da aquisição de um lote no empreendimento promovido. A ocorrência linguística constante de pronomes possessivos (“sua família”, “seus sonhos”) produz um efeito de proximidade com o interlocutor (projeção imaginária de possível “consumidor”), personalizando a oferta e chamando o indivíduo para o papel de consumidor em potencial.

Esse funcionamento discursivo evidencia a existência de uma formação discursiva publicitária-imobiliária que normaliza o consumo como um meio legítimo para alcançar o bem-estar. A moradia não é mais vista apenas como uma necessidade básica, mas como um projeto de vida, um marcador social de sucesso e de estabilidade familiar. Nessa medida, o discurso da organização urbana vai além da dimensão técnica do planejamento do espaço, sendo permeado por valores afetivos, emocionais e morais que sustentam a ideia de um local organizado, limpo, seguro e ideal para a formação de famílias.

No plano não verbal, a imagem de um casal jovem, sorridente e abraçado, em um ambiente com árvores, bem iluminado e visualmente organizado, representa esses efeitos de sentido de forma visual. A imagem do bairro exibida no *banner* sugere um espaço urbano harmonioso, e funcional, com a exibição, inclusive, de uma área aberta para exercícios corporais. A presença de um letreiro exibindo o nome do empreendimento e os logotipos institucionais fortalece a cena nas condições de produção mercadológica, destacando que essa felicidade está diretamente ligada à marca e ao produto oferecido.

As condições de produção desse discurso também são importantes para compreensão dos sentidos construídos. A divulgação do anúncio em plataformas digitais, particularmente no contexto pós-pandemia, reforça a importância simbólica do lar e do ambiente doméstico como local de proteção, de afeto e de segurança. Em um contexto marcado pela crise de saúde e pela

reconfiguração das relações com o espaço urbano, o discurso imobiliário se apropria dessas demandas sociais para enfatizar que a felicidade e a qualidade de vida estão diretamente ligadas à escolha do local adequado para viver.

Dessa forma, cidades médias, como Araguaína, começam a ser apresentadas discursivamente como opções ideais em comparação com as grandes metrópoles, proporcionando tranquilidade, organização e um custo de vida provavelmente mais baixo. Assim, o discurso da urbanização está ligado ao discurso do desenvolvimento e da mobilidade social, indicando que a compra de um lote não significa apenas uma mudança de lugar, mas também uma ascensão econômica e simbólica.

Dessa forma, é notável o funcionamento de diversos pré-construídos que são habilitados, historicamente, pelo interdiscurso que permeiam a peça publicitária: o discurso que valoriza a família, o discurso midiático que promove o sucesso pessoal, o discurso econômico que vê a propriedade como patrimônio e o discurso cultural que utiliza a referência musical. Todos esses discursos convergem para um sentido central: a cidade organizada, planejada e mercantilizada como requisito para a felicidade.

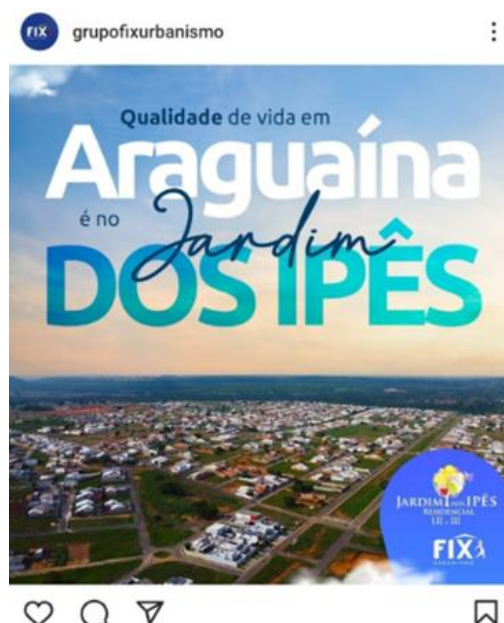
Quadro 2 – Pré-construídos identificados no *Banner Digital 1*

Discurso	Descrição	Efeito de sentido
Social	Valorização da família, do lar, da felicidade e da estabilidade como conquistas sociais almejadas, como ideais culturalmente estabelecidos no Brasil.	Criar uma identificação emocional ao oferecer o empreendimento imobiliário como espaço ideal para a construção de uma vida feliz.
Musical/Poético	A menção à música de Marcelo Jeneci “Felicidade é só questão de ser” foi utilizada para criar um tom poético ao produto (loteamento) por meio da arte e da emoção.	Associar a aquisição do loteamento a sentimentos como realização, felicidade, simplicidade por meio de uma referência cultural.
Midiático de sucesso pessoal/familiar	A imagem da realização pessoal e familiar por meio do consumo: compra de um lote.	Promover a ideia de que com esforço tudo é possível, inclusive comprar um lote e conquistar uma vida de qualidade em família.
Econômico – Mobilidade Social	Indica que a aquisição de um lote/propriedade é um passo significativo para a ascensão econômica e estabilidade financeira.	Mostrar que o empreendimento é uma oportunidade real para mudança de vida e é também uma conquista patrimonial.

Tecnológico e Digital	Utilização das redes sociais (Instagram) e site disponibilizado na peça publicitária.	Fortalecer a credibilidade, a acessibilidade e a modernidade da empresa, utilizando recursos digitais e urbanos. Além de ampliar visibilidade e engajamento do seu produto: o loteamento.
------------------------------	---	---

Por fim, a análise do *banner* digital 1 evidencia um processo de comodificação das emoções, em que sentimentos como felicidade, amor e realização são utilizados para incentivar o consumo no espaço urbano. Conforme Silva (2018), a comodificação leva à padronização de práticas sociais guiadas pela lógica econômica, transformando experiências humanas complexas em mercadorias simbólicas. Nesse contexto, o discurso imobiliário analisado não se limita a comercializar um lote, mas também promove uma ideia de cidade, de estilo de vida e de futuro, fortalecendo uma perspectiva de bem-estar intimamente ligada à propriedade privada e ao consumo.

Neste ponto, veja-se o banner digital 2 foco da análise:



grupofixurbanismo Escolher morar no Jardim dos Ipês é priorizar seu sonho de morar bem. Além de estar localizado no bairro que mais valoriza em Araguaína, o residencial tem vantagens incríveis:

Primeiro hospital regional dentro do empreendimento;
Praça com área de lazer completa;
Financiamento facilitado com parcelas que cabem no seu bolso.

Garanta o seu lote e transforme o seu futuro com mais qualidade de vida! Clique no link da bio e saiba mais. 🏡💡

#FixUrbanismo #GrupoFixUrbanismo #JardimDosIpês
#Araguaína #Tocantins #QualidadeDeVida

24 de março de 2023 · Ver tradução

Analisando o [banner digital 2](#), é possível identificar, no plano visual, que a parte superior da imagem apresenta um céu em degradê azul e amarelo, com nuvens suavemente distribuídas, acompanhado da formulação linguística em destaque: “Qualidade de vida em Araguaína é no Jardim dos Ipês”. Na parte inferior, observa-se uma imagem aérea de um bairro residencial, com ruas organizadas e casas dispostas de maneira geométrica e padronizada. No canto inferior direito, encontra-se o logotipo do empreendimento e da empresa responsável. A legenda complementa o *banner* ao enumerar vantagens estruturais do loteamento, como “hospital regional”, “praça com área de lazer” e “financiamento facilitado”, além de convocar o leitor à ação por meio de comandos diretos. Assim, temos um *corpus* que articula, em termos de sistemas semióticos de significação, linguagem verbal, elementos gráficos e fotografia aérea, criando uma materialidade híbrida característica do discurso publicitário digital atual.

No plano verbal, observa-se a construção de um enunciado categórico: “Qualidade de vida em Araguaína é no Jardim dos Ipês”. A estrutura sintática estabelece uma relação de equivalência entre “qualidade de vida” e o nome do empreendimento, produzindo um efeito de naturalização dessa associação. O verbo “é” opera como marcador de definição e de efeito de verdade, apagando a possibilidade de alternativas e instaurando o loteamento como referência exclusiva do bem-estar urbano.

A legenda reforça esse movimento ao ter, em sua composição significante, expressões como “priorizar seu sonho”, “transforme o seu futuro” e “garanta o seu lote”. O uso da segunda pessoa do singular e de pronomes possessivos (“seu”, “seu lote”, “seu futuro”) interpela diretamente o sujeito-leitor, individualizando a promessa e produzindo um efeito de proximidade. Neste ponto, cabe chamar a atenção para a regularidade das ocorrências dos pronomes possessivos. O modo imperativo (“garanta”, “clique”) introduz um tom discursivo de urgência e de ação imediata, característico do discurso publicitário. Além disso, a enumeração das vantagens, isto é, de equipamentos comunitários públicos — hospital regional, praça com área de lazer, financiamento facilitado — organiza o discurso em uma sequência lógica que articula infraestrutura, saúde, lazer e acessibilidade econômica. Essa organização textual não é neutra: ela constrói uma discursividade de urbanização planejada e funcional, na qual cada elemento compõe um cenário de completude. Assim, o plano verbal destaca a abordagem do discurso que associa organização e urbanização à qualidade de vida.

Três formações discursivas principais se sobressaem, em uma relação de dominância, nessa peça publicitária, a primeira é a formação publicitário-imobiliária, que promove o imóvel como um investimento, patrimônio e símbolo de estabilidade social, considerando a aquisição do

lote como uma escolha racional e estratégica. A segunda é a urbanização planejada, que associa infraestrutura e organização espacial ao desenvolvimento, utilizando componentes como hospital e praça como símbolos de modernização. A terceira é a do bem-estar, que associa saúde, lazer e segurança à qualidade de vida, conectando-a ao empreendimento. Em conjunto, essas formações criam a ideia de que o planejamento espacial é essencial para a realização pessoal e familiar.

No plano imagético, a fotografia aérea desempenha um papel fundamental na elaboração do discurso da organização. A vista panorâmica realça ruas organizadas e lotes padronizados, criando uma sensação de ordem, de controle e de racionalidade técnica, além de indicar a ausência de conflitos. O enquadramento à distância proporciona uma perspectiva abrangente do território, enfatizando a noção de planejamento e de administração. A atmosfera harmoniosa é reforçada pela suavidade do céu, que reforça a promessa de qualidade de vida. Assim, a imagem não só produz o efeito de articulação ao texto verbal, como concretiza a ideia de uma urbanização planejada, apresentando o espaço urbano como algo estético e desejável.

O *banner* é atravessado por pré-construídos autorizados no e pelo interdiscurso. Esses pré-construídos se articulam na construção de um imaginário urbano homogêneo e desejável, no qual organização e qualidade de vida se confundem.

Quadro 3. Interdiscursos identificados no Banner Digital 2

Discurso	Descrição	Efeitos de sentido
Social	Considera o bem-estar, a qualidade de vida, o lazer e a saúde como componentes essenciais para a vida em sociedade	Persuadir o público de que o empreendimento oferece não só moradia, mas também um estilo de vida mais equilibrado e saudável.
Urbano/Arquitetônico	O empreendimento é descrito como moderno e bem estruturado, contando com um hospital regional, uma praça de lazer e com um planejamento urbano	Destacar o conceito de progresso e urbanização planejada, atraindo compradores interessados em uma infraestrutura de alta qualidade.
Econômico de Mobilidade Social	Promessa de financiamento simplificado e acessível, com parcelas que se ajustam ao orçamento.	Fazer com que o sonho da casa própria seja possível e atraente para a classe média, vinculando a aquisição de um lote à melhoria social e à estabilidade financeira.
Midiático de Sucesso	O loteamento é apresentado como uma oportunidade singular de realização pessoal e familiar,	Convencer o cliente com a ideia de que comprar um lote é garantir um futuro próspero.

	associando o consumo à conquista de status e felicidade.	
Cultural (Casa Própria)	Apoio à forte ideologia nacional de que ter casa própria é um símbolo de segurança, estabilidade e realização pessoal.	Legitimar o negócio como parte de um projeto de vida que, no Brasil, é culturalmente valorizado.
Digital	Publicação no Instagram, utilização de <i>hashtags</i> (#QualidadeDeVida, #JardimdosIpês, #FixUrbanismo), design moderno e imagem aérea da cidade.	Aumentar o engajamento e a credibilidade, para atingir o público de maneira instantânea e visualmente atraente.
Ambiental	A referência a espaços verdes e áreas de lazer, indica a importância de uma convivência saudável com a natureza.	Criar uma imagem de sustentabilidade e bem-estar que esteja alinhada aos valores atuais de viver em harmonia com a natureza.

A análise do *banner* Digital 2 evidencia que a qualidade de vida é discursivamente construída como produto associado à urbanização planejada e à organização espacial. No plano verbal, observa-se a naturalização da equivalência entre bem-estar e empreendimento imobiliário. No plano não verbal, a imagem aérea do bairro ordenado materializa visualmente o discurso da organização, reforçando a ideia de controle, de progresso e de harmonia.

O funcionamento discursivo da peça demonstra um processo de mercantilização da cidade, ao converter características urbanas, como saúde, lazer e infraestrutura, em vantagens competitivas de mercado. Um discurso que retrata uma cidade limpa, homogênea e planejada tende a minimizar as tensões sociais e as complexidades urbanas, produzindo um efeito de totalidade e completude. Dessa forma, o discurso da organização vai além da simples descrição de infraestrutura, ele representa uma tática simbólica que vincula a organização espacial à felicidade, à estabilidade e ao sucesso social. Nesse cenário, a cidade organizada torna-se não apenas espaço físico, mas promessa de futuro, que se materializa na compra do lote e na inclusão do sujeito no imaginário da urbanização idealizada.

Neste ponto do capítulo de análise, considere-se o banner digital 3:



O [banner digital 3](#), no plano visual, apresenta uma imagem aérea do bairro planejado ao entardecer, com destaque para o horizonte iluminado pelo pôr do sol e para a disposição organizada das vias e dos lotes. No plano verbal, destaca-se a formulação principal: “Jardim dos Ipês em Araguaína-TO: a união do útil ao agradável.” A legenda reforça a proposta discursiva ao enfatizar “infraestrutura completa”, “localização privilegiada” e a possibilidade de morar ou de investir. Assim, o *corpus* se caracteriza por uma articulação entre linguagem publicitária e representação imagética da cidade, compondo um discurso que associa funcionalidade urbana a bem-estar emocional.

No plano verbal, a formulação central: “a união do útil ao agradável” mobiliza um clichê amplamente reconhecido no discurso publicitário. Essa expressão busca apresentar o empreendimento como espaço que concilia racionalidade prática (infraestrutura, localização, investimento) e satisfação subjetiva (agradabilidade, bem-estar, qualidade de vida). A construção discursiva funciona por meio da equivalência entre o nome do loteamento e essa síntese positiva.

O uso da expressão nominal em destaque, antecedida pela identificação territorial “em Araguaína-TO”, ancora o empreendimento no espaço urbano concreto, ao mesmo tempo em que o ressignifica como lugar privilegiado no âmbito da cidade.

Na legenda, expressões como “transforme o seu futuro”, “conheça” e “fale conosco” evidenciam o uso do modo imperativo, que chama o interlocutor à ação. A pergunta retórica “Está pensando em morar ou investir?” pode interpelar o leitor como sujeito já inserido na lógica do mercado imobiliário, sugerindo que a decisão não é se deve adquirir, mas quando e onde fazê-lo. Observa-se, ainda, a presença de adjetivações valorizadoras como “infraestrutura completa”, “localização privilegiada”, que constroem o espaço como totalidade funcional e organizada. Desse modo, o plano verbal deixa entrever a exploração do discurso da organização urbana como atributo positivo e desejável. A urbanização é apresentada como ordenamento eficiente, planejamento racional e garantia de valorização.

No funcionamento discursivo dessa peça, a primeira identificada é a formação discursiva publicitário-imobiliária, que faz funcionar a classificação do imóvel como um investimento seguro e uma oportunidade estratégica, representando o lote não apenas como um espaço físico, mas também como um ativo financeiro e um símbolo de estabilidade. A segunda é a da urbanização planejada, que relaciona infraestrutura, fácil acesso e localização estratégica ao desenvolvimento urbano, concebendo a cidade como um espaço a ser estruturado de acordo com padrões técnicos e mercadológicos. A terceira é a formação aspiracional, que relaciona a compra do lote à mudança do futuro, considerando a aquisição como um ato de responsabilidade e de visão de longo prazo. Em conjunto, essas formações criam um efeito de completude, no qual o empreendimento se apresenta como uma síntese entre a funcionalidade urbana e a realização subjetiva. Essas formações se articulam na produção de um efeito de completude: o empreendimento aparece como síntese entre funcionalidade urbana e realização subjetiva.

No plano não verbal, a imagem aérea e a perspectiva panorâmica permitem visualizar a disposição geométrica das ruas e de lotes, reforçando a ideia de planejamento e de ordenamento espacial. A organização do traçado urbano é evidenciada pela regularidade das vias e pela padronização das construções. O pôr do sol adiciona uma dimensão estética e afetiva à cena. A luz dourada suaviza a paisagem urbana e associa o empreendimento a sentimentos de tranquilidade, harmonia e contemplação. Assim, a imagem combina a racionalidade técnica (planejamento urbano visível) com a sensibilidade estética (paisagem agradável), representando de forma concreta a "união do útil ao agradável".

A opção pelo enquadramento aéreo também gera um efeito de totalidade e de controle. O observador é colocado em uma posição elevada, permitindo-lhe ver todo o bairro, o que simbolicamente reforça a ideia de organização e de controle do espaço urbano. O espaço é apresentado como limpo, homogêneo e livre de sinais de conflitos sociais ou desigualdades. Essa peça também é atravessada por múltiplos pré-construídos que se articulam na construção de um imaginário urbano idealizado, no qual organização, investimento e bem-estar convergem.

Quadro 4. Interdiscursos identificados no *banner* Digital 3

Discurso	Descrição	Efeito de sentido
Social	Valoriza o conceito de viver bem, investir no futuro, unir o útil ao agradável e conquistar o bem-estar na vida urbana.	Criar identificação com os desejos de qualidade de vida, segurança e realização pessoal/familiar.
Regional/Identitário	A ênfase dada a “Araguaína-TO” como um local de valorização, desenvolvimento e qualidade de vida, acaba ressignificando a cidade como atraente e cheia de oportunidades.	Criar o orgulho local e estabelecer Araguaína como um lugar de oportunidades e crescimento humano e econômico.
Urbano/Arquitetônico	Destaque a uma infraestrutura completa, uma localização privilegiada e um acesso facilitado a comércio e serviços.	Fortalecer a percepção do loteamento como componente de um espaço urbano planejado, eficiente e contemporâneo.
Econômico de Mobilidade Social	A aquisição do lote é vista como um investimento seguro e inteligente, ligada à oportunidade de crescimento e mudança de vida.	Atrair clientes, destacando o imóvel como uma oportunidade de progresso social e segurança financeira.
Midiático de Sucesso + Aspiracional (futuro)	Explora frases de efeito como “ a união do útil ao agradável” e a garantia de “transformar o futuro”. A frase “Transforme o seu futuro” vincula o ato de comprar à noção de planejar um futuro mais seguro e próspero.	Convencer o público ao vincular a compra do lote à concretização de sonhos e à conquista de um bom status social/econômico. E ainda, fomentar a ideia de que comprar um lote não é apenas uma ação imediata, mas uma escolha estratégica para o futuro.
Cultural (Casa Própria)	Retoma aqui o imaginário brasileiro de que ter uma casa própria é um símbolo de segurança, independência e sucesso social.	Legitimar a compra como um projeto de vida que é valorizado culturalmente, o que reforça seu significado simbólico.

Digital	Post inserido no Instagram com as <i>hashtags</i> (#FixUrbanismo #QualidadeDeVida), com uma imagem área moderna que enfatiza o conceito de desenvolvimento urbano planejado.	Utilizar o meio digital como um canal direto e visualmente atraente para expandir o alcance, o envolvimento e a confiabilidade.
Ambiental	Sugere uma harmonia entre uma cidade planejada e um ambiente agradável como mostrado na imagem aérea com áreas verdes e horizonte limpo.	Associar o loteamento ao bem-estar, à tranquilidade e ao equilíbrio entre o ambiente urbano e a natureza.

A análise do Banner Digital 3 evidencia que o discurso da organização urbana é central na construção dos sentidos veiculados. O funcionamento discursivo revela um processo de mercantilização do espaço urbano, no qual atributos como infraestrutura, localização e valorização são convertidos em diferenciais de mercado. Ao apresentar o empreendimento como solução equilibrada e completa, o discurso silencia conflitos urbanos e naturaliza a lógica comercial como forma legítima de organização da cidade. Assim, o discurso analisado não apenas divulga um loteamento, mas constrói uma determinada visão de urbanização: planejada, homogênea, estetizada e orientada pelo mercado. Esse espaço organizado torna-se promessa de futuro e de estratégia de distinção social, estabelecendo uma equivalência entre ordenamento espacial, progresso e realização pessoal.

Tome-se, neste ponto do capítulo de análise, o banner digital 4:



O [Banner digital 4](#) divulga as três etapas do empreendimento Jardim dos Ipês, em Araguaína–TO, apresentando-o como referência em bairros planejados abertos no Tocantins. A materialidade discursiva é composta por elementos verbais, que estão presentes na legenda e em chamadas visuais, e por elementos não verbais, entre os quais se destacam a imagem da praça urbanizada e o letreiro turístico: “EU ❤️ ARAGUAÍNA”. A legenda enfatiza que Araguaína é “uma das cidades mais atrativas para investimento no Tocantins” e que o Jardim dos Ipês possui “localização estratégica, infraestrutura completa e alto padrão construtivo”, além de disponibilizar “praça de lazer completa”. O conjunto verbo-visual articula desenvolvimento urbano, pertencimento local e valorização imobiliária, constituindo um *corpus* que inscreve o empreendimento no campo simbólico do orgulho regional e da urbanização planejada.

No plano verbal, Araguaína é descrita como "uma das cidades mais atrativas para investimento no Tocantins", colocando a cidade em um contexto de mercado e indicando-a como uma oportunidade econômica. Expressões como "localização estratégica", "infraestrutura completa" e "alto padrão construtivo" evocam um vocabulário de organização e de lógica técnica, ao passo que o uso do presente do indicativo intensifica a sensação de concretude. Simultaneamente, formulações linguísticas como "construir histórias" e "momentos únicos" trazem uma dimensão emocional, representando a casa como um lugar de vivências. Portanto, o discurso conecta a racionalidade urbanística à emoção como uma tática persuasiva.

Nessa peça publicitária, também, foram identificadas, em funcionamento, o atravessamento de três formações discursivas predominantes: a primeira, a formação discursiva imobiliária-publicitária, que transforma o espaço urbano em produto desejável, enfatizando investimento, valorização e padrão construtivo. O bairro é apresentado como mercadoria qualificada. A segunda é a formação discursiva regional-identitária, que constrói Araguaína como referência de progresso e de orgulho local. Ao associar o empreendimento à identidade da cidade, o discurso legitima o loteamento como parte constitutiva do desenvolvimento regional. E a terceira é a formação discursiva afetivo-narrativa, que mobiliza sentidos de memória, de história e de pertencimento. A decisão de compra é ressignificada como ato de construção de trajetórias pessoais e familiares. Essas formações se conectam e geram a impressão de que a estrutura urbana, a valorização econômica e a realização emocional são aspectos indissociáveis de um único projeto.

No plano não verbal, a imagem da praça arborizada, iluminada pela luz solar, reforça o discurso da organização espacial e do equilíbrio urbano. A presença de árvores, de iluminação planejada e de mobiliário urbano ordenado, produz um efeito de cidade/ambiente harmonioso,

controlado e funcional. O letreiro turístico “EU ❤️ ARAGUAÍNA” desempenha papel central na construção de sentidos. Ele atua como um marcador de identidade e de afeto, ligando o negócio ao orgulho da comunidade local. Visualmente, a imagem produz o efeito de uma sensação de pertencimento e de estabilidade, ao passo que enfatiza que o bairro abriga o que há de melhor na cidade. A organização do espaço, representado de forma limpa, simétrica e bem iluminada, materializa a ideia de uma urbanização planejada. Não existem sinais de conflitos urbanos, de precariedade ou de desigualdades. O bairro retratado é homogêneo e pacífico, o que reforça a ideia de uma organização total. A articulação de vários pré-construídos, em funcionamento na materialização do *banner*, consolida a imagem do empreendimento como síntese entre organização urbana, identidade territorial e realização pessoal.

Quadro 5. Interdiscursos identificados no *banner* Digital 4

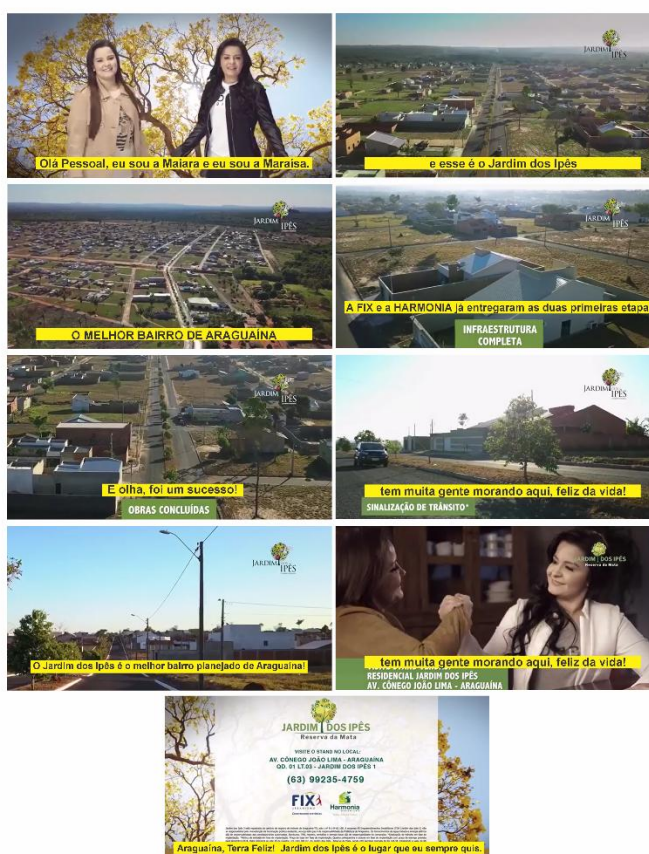
Discurso	Descrição	Efeito de sentido
Social	A valorização da cidade como um lugar de pertencimento e qualidade de vida, vinculada ao conceito de “construir histórias criar momentos únicos”.	Estabelecer uma conexão emocional com o público, associando o negócio à experiências positivas e relações sociais duradouras.
Urbano/Arquitetônico	Destaque à infraestrutura completa, o padrão de construção e a área de lazer, apresentando o loteamento como um exemplo de urbanismo planejado.	Demonstrar modernidade, organização e praticidade do espaço, validando o projeto como urbano e progressista.
Econômico/ Investimento	Araguaína é destacada como uma “cidade atrativa para investimento”, vinculando o loteamento à valorização imobiliária.	Persuadir o público de que a compra não é apenas para morar, mas também um investimento seguro e lucrativo.
Midiático	Slogans como “Conheça e surpreenda-se” e “Construir histórias” transmitem um tom motivacional e uma promessa de felicidade.	Convencer por meio de narrativas de sucesso pessoal e familiar, incentivando o desejo e o consumo.
Cultural (Casa Própria)	O letreiro na imagem “EU 🏠 ARAGUAÍNA” apoia a ideia da casa própria e o orgulho local	Estabelecer laços culturais e identitários, fortalecendo o sentimento de pertencimento local e a segurança relacionada ao sonho da casa própria.
Digital	Divulgação no Instagram, utilização de <i>hashtags</i> (#FixUrbanismo,	Utilizar a linguagem digital para atingir o público, destacando a

	#QualidadeDeVida, #Araguaína) e um design visual padronizado e atraente.	modernidade e o engajamento online.
Regional/Identitário	Ao inserir Araguaína como “referência em bairros planejados” e ao utilizar símbolos locais (letreiro turístico).	Fortalecer o orgulho local e estabelecer a cidade como um centro atraente para novos moradores e investidores.
Ambiental	A imagem mostra uma praça com árvores, iluminada pelo sol e sugere um equilíbrio entre natureza e urbanismo.	Associar o empreendimento a um estilo de vida saudável, equilibrado e agradável.

A análise do *banner* digital 4 evidencia que o discurso da organização urbana é central na construção dos sentidos veiculados. No plano verbal, a ênfase em “infraestrutura completa”, “localização estratégica” e “alto padrão construtivo” constrói o empreendimento como espaço planejado e racionalmente estruturado, conforme foi abordado nas outras análises. No plano não verbal, a representação da praça organizada e do letreiro identitário materializa visualmente essa organização, associando-a ao pertencimento e ao orgulho local.

O discurso mobiliza duas ideias complementares e articuladas: por um lado, mercantiliza o espaço urbano ao apresentá-lo como um investimento seguro; por outro, suaviza essa mercantilização com uma discursividade que apela para afetos e identidades. A cidade é representada como um espaço pacífico, organizado e promissor, ignorando as tensões sociais e as complexidades urbanas. Assim, o *banner* não só promove um loteamento, mas também cria uma visão específica de urbanização: planejada, economicamente valorizada e incorporada ao imaginário regional. Desse modo, a organização do espaço urbano passa a ser um símbolo de progresso, de estabilidade e de conquista, reforçando a ideia de que o desenvolvimento urbano está vinculado ao sucesso individual.

Diferentemente das peças anteriores, o próximo tópico a ser analisado é o [vídeo de divulgação](#) da 3ª etapa do Jardim dos Ipês. O *corpus* analisado é composto por capturas de tela de um vídeo publicitário de divulgação da 3ª etapa do Loteamento Jardim dos Ipês, veiculado em 2 de outubro de 2017. Trata-se de um material audiovisual institucional, produzido com finalidade mercadológica, no qual se articulam imagens aéreas (drone), cenas de moradores, presença de duas mulheres cantoras como porta-vozes e inserções gráficas com informações técnicas (infraestrutura, obras concluídas, localização e telefone). Tome-se neste ponto, a captura de imagens do vídeo analisado:



2 de outubro de 2017 · 🌐

Essa captura de imagens foi organizada na seguinte sequência: a) apresentação pessoal “Olá pessoal, eu sou a Maiara e eu sou a Maraísa”, b) identificação do empreendimento “esse é o Jardim dos Ipês”, c) qualificação valorativa “O melhor bairro de Araguaína”, d) comprovação factual “infraestrutura completa”, “obras concluídas”, e) legitimação social “tem muita gente morando aqui, feliz da vida” e f) fechamento com slogan “Araguaína, Terra Feliz! Jardim dos Ipês é o lugar que eu sempre quis”. O *corpus*, portanto, é heterogêneo e combina linguagem verbal oral (fala das apresentadoras) que foi transcrita em legendas para este trabalho, linguagem imagética (planos aéreos, casas, ruas) e elementos gráficos institucionais (logotipo, cores, marca das empresas FIX e Harmonia).

No plano verbal, cria-se um discurso organizacional que valoriza, legitima e naturaliza o empreendimento como um marco urbano por meio de superlativos e de adjetivações, como “o melhor bairro”, estabelecendo uma lógica de competição e de hierarquia. A referência às etapas já concluídas pelas empresas evoca a noção de eficácia e de confiabilidade, utilizando expressões como “infraestrutura completa” e “obras concluídas” que fazem funcionar sentidos efeitos ao discurso técnico-administrativo da urbanização planejada, transferindo o loteamento da fase de promessa para a de realidade estabelecida. O sintagma “feliz da vida” rompe parcialmente com o discurso técnico e aproxima o empreendimento de uma promessa de realização pessoal. Assim,

o verbal articula dois eixos: o da racionalidade organizacional (infraestrutura, etapas, obras) e o da felicidade subjetiva (lugar que eu sempre quis).

Acerca das formações discursivas predominantes nesse vídeo, é possível visualizar uma formação discursiva do mercado imobiliário, cuja centralidade está na valorização e na promoção do produto (terra) como investimento desejável e seguro. A segunda formação identificada foi a da urbanização planejada, que vai construindo o bairro como um espaço racionalmente organizado, com infraestrutura completa, sinalização e etapas bem definidas. E, por fim, a terceira formação é a do discurso da felicidade e realização pessoal, associando a moradia ao sucesso, à conquista e à plenitude.

No plano imagético, as imagens aéreas recorrentes nessas peças mostram ruas retas, quadras bem definidas e casas padronizadas, representando visualmente a ideia de organização e de planejamento urbano. A visão do drone repete a ideia de controle e de totalidade, estabelecendo um olhar que comanda e organiza o espaço. As imagens de ruas pavimentadas, com iluminação e sinalização, reforçam a noção de "infraestrutura completa", deslocando o loteamento para a categoria de urbanização consolidada. Simultaneamente, a imagem de duas mulheres sorridentes, famosas, em frente a uma árvore florida, cria uma sensação de proximidade e de naturalidade. Ao mesmo tempo, a árvore amarela simboliza os ipês, ligando o empreendimento à natureza e à beleza.

Quadro 6. Pré-construídos identificados no vídeo de divulgação da 3ª Etapa do Jardim dos Ipês

Discurso	Descrição	Efeitos de sentido
Progresso urbano	As imagens aéreas do loteamento mostram ruas organizadas, casas construídas e menções a “infraestrutura completa” e “obras concluídas”, evidenciando a associando o bairro com a modernização e o planejamento urbano.	Produzir a ideia de desenvolvimento e progresso, posicionando o loteamento como símbolo de crescimento urbano e melhoria da cidade.
Família e comunidade	A presença das duas apresentadoras sorridentes e das cenas que indicam convivência, felicidade e moradores contentes reforça a noção de vida comunitária.	Construir uma identificação emocional com o público, apresentando o bairro como espaço de convivência familiar e realização pessoal.
Publicitário contemporâneo	Combina depoimentos pessoais “tem muita gente morando aqui, feliz da vida” com dados técnicos referentes à infraestrutura e	Aumentar a credibilidade da mensagem, articulando emoção e

	às fases concluídas pelas empresas responsáveis.	informação para persuadir potenciais compradores.
Natureza integrada ao urbano	É evidenciado pela presença visual da árvore de ipê, pelo nome "Jardim dos Ipês" e pela estética que associa o loteamento a elementos naturais.	Associar o empreendimento à ideia de qualidade de vida, harmonia ambiental e bem-estar.
Identitário da cidade	O loteamento é simbolicamente ligado à identidade oficial da cidade por meio do slogan: "Araguaína, Terra Feliz!".	Apropriar-se de um imaginário coletivo positivo para legitimar o empreendimento e reforçar sua integração ao orgulho local.

Os vários pré-construídos identificados evidenciam que o vídeo apresenta o Jardim dos Ipês não apenas como um loteamento, mas como um símbolo discursivamente construído de organização, de progresso e de felicidade. A articulação entre o discurso organizacional e o discurso da urbanização planejada gera um efeito de evidência: viver naquele lugar é apresentado tanto como uma decisão lógica quanto como uma conquista pessoal. Dessa forma, o empreendimento é entendido como um local onde a cidade planejada e a felicidade individual se encontram, legitimando a ligação entre o mercado imobiliário, o progresso urbano e a vida bem-sucedida.

Por fim, o último objeto a ser analisado é o [Termo de Ajuste de Conduta nº 001/2017](#) que foi firmado entre a Prefeitura Municipal de Araguaína e as empresas A3, A4 e A5 Empreendimentos imobiliários, que são responsáveis pelo Loteamento Jardim dos Ipês. O objetivo desse documento é formalizar obrigações para que as irregularidades nos loteamentos sejam corrigidas. Por uma questão de extensão do documento, não será possível apresentar o documento neste ponto.

No plano verbal, o discurso da organização e da autoridade técnica tem forte presença por meio da ocorrência de um léxico jurídico e administrativo rígido. O discurso da urbanização é explorado por meio de uma linguagem técnica que descreve a materialidade da cidade: "pavimentação asfáltica", "rede de drenagem profunda e superficial", "escoamento das águas pluviais", "meio-fio com sarjeta" (Araguaína, 2017, p. 4,5,7). Identificam-se duas formações discursivas predominantes em funcionamento: a estatista-reguladora e a técnico-urbanística. A primeira ancora-se na Constituição Federal (Art. 182 e 225) para legitimar a intervenção do Estado sobre a propriedade privada, visando ao "bem-estar de seus habitantes" e à "sadia qualidade de vida" (Araguaína, 2017, p. 2, 4). A segunda formação considera a cidade como um objeto de engenharia que precisa aderir aos rigorosos padrões normativos da Associação

Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), convertendo o “caos do crescimento urbano” em uma ocupação “ordenada e obediente às posturas públicas” (Araguaína, 2017, p. 3,4,7).

O plano não-verbal (imagético) produz o efeito de eficiência institucional. Estão presentes, no cabeçalho e no rodapé do Relatório de Vistoria, alguns selos de premiação como o “Prêmio Mérito Brasil de Governança” e o “Prêmio Excelência em Educação – Instituto Ayrton Senna”, que acabam sendo elementos visuais que conferem autoridade e credibilidade à Prefeitura. E as assinaturas manuscritas, juntamente com carimbos oficiais presentes no final do documento, representam a formalidade e a conclusão do acordo jurídico. E a inclusão de mapas e de plantas técnicas, nos anexos, dialoga com o TAC ao traduzir o discurso jurídico em representações cartográficas e em imagens reais. O texto desse documento está inscrito em pré-construídos, pois é fortemente atravessado pelo discurso do Direito, especificamente o Direito urbanístico e ambiental, pelo discurso da Engenharia e Arquitetura, e, ainda, pelo discurso imobiliário e financeiro. Considere-se, a seguir, o Quadro 7:

Quadro 7. Pré-construídos identificados no TAC 001/2017

Discurso	Descrição	Efeitos de sentido
Jurídico- Constitucional	Baseia-se no Direito Urbanístico e Ambiental, com referência ao Art. 182 da Constituição Federal e à Lei 6.766/79, que definem a cidade como espaço com função social e não apenas de exploração privada.	Legitimar a intervenção do Estado e colocar o interesse econômico das loteadoras abaixo do bem-estar coletivo e da função social da cidade.
Técnico- Urbanístico	Utiliza linguagem técnica da Engenharia e Arquitetura, mencionando elementos como drenagem, dissipadores de energia, poços de visita e pavimentação, além de normas da ABNT.	Garantir a precisão técnica e o controle do desenvolvimento urbano, exigindo uma infraestrutura adequada e questionando a suposta conclusão das obras por parte das empresas.
Mercado Imobiliário	Utiliza expressões do setor financeiro e imobiliário, como lotes caucionados, seguro garantia, valor venal e comercialização, destacando a cidade como um ativo econômico.	Evidenciar o conflito entre a lógica de lucro das empresas e a exigência de reinvestimento em infraestrutura urbana estabelecida no TAC.
Prefeitura	Menciona orientações da Prefeitura que evidenciam a intervenção institucional e a supervisão legal do processo.	Mostrar que a regularização urbana acontece sob supervisão judicial, exigindo o cumprimento das obrigações por meio de penalidades e multas.

Contradiscorso ao Marketing Imobiliário	Contrapõe-se à narrativa publicitária que retrata o loteamento como o projeto perfeito de vida, expondo questões como a venda irregular de lotes e falta de infraestrutura básica.	Desconstruir a imagem idealizada promovida pelo marketing imobiliário e revelar as discrepâncias entre a propaganda e a realidade urbana.
--	--	---

O documento em foco vai além de um simples contrato; há pontos de convergência em que a lei busca controlar o ímpeto do mercado, utilizando o rigor da engenharia para salvaguardar o direito social à sociedade. A atuação dos órgãos de controle visa garantir a observância das normas urbanísticas e ambientais, enfatizando que a criação do espaço urbano deve considerar não só os interesses econômicos privados, mas também a função social da cidade e a proteção dos direitos coletivos e difusos. No âmbito do TAC, utiliza-se a força do verbal jurídico e a autoridade visual das marcas institucionais para reafirmar que a urbanização não é apenas um ato de construção, mas um processo de regulação social e ambiental sob a égide do interesse público.

4.1 Observações e Comparação entre o *Marketing* Imobiliário Digital e o discurso da prefeitura (TAC)

A análise do *marketing* imobiliário digital evidencia a sua presença na lógica da chamada "cidade-mercadoria", em que o espaço urbano não é mais visto apenas como um território de vida coletiva, mas é simbolicamente construído como um produto vinculado à dinâmica do capital. Nesse processo discursivo, a mercantilização do solo urbano é suavizada por meio da mobilização de afetos, de identidades locais e de promessas de pertencimento. Conforme Orlandi (ano), o silenciamento constitui um elemento estruturante da produção de sentidos e ao enfatizar expressões como "infraestrutura completa" e "qualidade de vida", o *marketing* imobiliário tende a silenciar aspectos problemáticos relacionados ao território, tais como tensões sociais, áreas ambientalmente sensíveis e disputas jurídicas que atravessam a formação do bairro.

Em contraposição à fluidez estética e emocional que caracteriza o discurso publicitário, o discurso institucional da Prefeitura de Araguaína, materializado a partir do Termo de Ajustamento de Conduta (TAC nº 001/2017), atua como um contradiscorso em relação à discursividade idealizada produzida pelo *marketing* imobiliário, ao destacar problemas estruturais e ambientais que tensionam a imagem de urbanização plena construída pelas peças promocionais.

A comparação entre essas diferentes materialidades discursivas evidencia tensões significativas tanto no plano ideológico quanto no plano metodológico. No âmbito da Análise do Discurso, as reflexões de Pêcheux (1975) indicam que todo dizer é atravessado pelo

funcionamento do interdiscurso, dados os pré-construídos que precipitam, e, no caso do loteamento Jardim dos Ipês, observa-se o confronto entre sentidos que expressam direcionamentos diferentes sobre o loteamento. De um lado, o *marketing* imobiliário, sustentado pela promessa de felicidade e de realização por meio do consumo do espaço urbano. De outro, o jurídico-institucional mobilizado pela Prefeitura, que insere a urbanização no campo da regulação normativa e da garantia de direitos coletivos. A presença simultânea desses discursos revela a disputa simbólica em torno da produção de sentidos sobre o espaço urbano na cidade de Araguaína.

Nesse contexto, por um lado, o *marketing* imobiliário, orientado pela lógica econômica do capital, tende a normalizar o consumo como meio privilegiado para alcançar o bem-estar social. Isso transforma experiências humanas complexas, como moradia, pertencimento e segurança, em mercadorias simbólicas ligadas a promessas de qualidade de vida. Por outro lado, o discurso institucional da Prefeitura, embora muitas vezes reativo sob pressão judicial, busca reforçar o papel do Estado como regulador do uso do solo urbano e guardião do interesse público frente à degradação ambiental e irregularidades urbanísticas.

A partir dessa comparação, a cidade de Araguaína pode ser compreendida como um território marcado por disputas discursivas em torno da produção do espaço urbano. As promessas veiculadas pelo *marketing* imobiliário digital frequentemente assumem a forma de um espetáculo discursivo que projeta imagens de modernidade e de bem-estar, mas cujas fissuras são reveladas pela materialidade técnica e jurídica dos documentos oficiais. A análise do caso do Jardim dos Ipês evidencia que o sentido de “urbanização” não é homogêneo nem consensual. Enquanto, no discurso do mercado, a urbanização é associada à estética, à valorização imobiliária e à lógica do lucro, no discurso do poder público e da coletividade ela se relaciona à garantia de infraestrutura adequada, ao cumprimento das normas urbanísticas e ao reconhecimento da cidade como um espaço de direitos.

A tensão entre o ideal de “viver bem”, presente nas campanhas publicitárias, e a referência ao “pavimento deteriorado” mencionada no TAC constitui, portanto, uma expressão discursiva das contradições inerentes à produção do espaço urbano no capitalismo contemporâneo e das disputas em torno do direito à cidade. Embora as peças publicitárias destaquem a presença de uma infraestrutura completa e totalmente funcional, os registros contidos no Termo de Ajuste de Conduta (TAC) indicam discrepâncias relacionadas à realização de obras e à conformidade das estruturas urbanas. A deterioração da pavimentação, as questões relacionadas às redes de drenagem e o escoamento das águas pluviais indicam que a realidade material do

empreendimento apresenta falhas que contradizem a imagem de plenitude e de organização promovida pela publicidade imobiliária.

4.2 Implicações sociais e urbanísticas

A análise realizada indica que as consequências sociais e urbanísticas relacionadas ao empreendimento em questão refletem um processo bem mais abrangente de mercantilização do espaço urbano. Nesse cenário, a cidade deixa de ser vista apenas como um espaço de convivência coletiva e começa a ser retratada como um objeto de consumo e de valorização econômica. Essa dinâmica se assemelha ao conceito de "cidade-mercadoria", em que o espaço urbano é transformado em um produto simbólico e vendável, estruturado discursivamente para se adequar às demandas do mercado imobiliário. Dessa forma, a produção e a disseminação de sentidos relacionados à urbanização vão além dos aspectos técnicos ou administrativos, englobando também efeitos de estratégias discursivas que visam criar valor econômico, simbólico e emocional em relação ao espaço.

No plano urbanístico, nota-se que o discurso imobiliário tende a retratar a urbanização como um bem econômico e simbólico, cujo objetivo principal é atrair possíveis compradores. Na lógica de mercado, elementos normalmente ligados à infraestrutura urbana, como hospitais, espaços de lazer, praças e pavimentação, são utilizados como vantagens competitivas. Nesse processo, essas estruturas deixam de ser vistas apenas como elementos fundamentais da organização urbana e começam a ser apresentadas como características que conferem valor ao empreendimento. Isso reforça a noção de que a qualidade do espaço urbano pode ser obtida como parte de um conjunto de benefícios oferecidos ao consumidor.

Em relação às implicações sociais, nota-se que o discurso publicitário analisado estabelece uma ligação direta entre a aquisição da propriedade e a realização pessoal. A moradia é retratada não só como uma necessidade básica, mas também como um símbolo de estabilidade, de segurança e de bem-estar. Esse sentido em funcionamento no discurso pode ser entendido como um processo de comodificação das emoções, em que sentimentos e expectativas de bem-estar são utilizados para intensificar o apelo comercial do negócio. Assim, a compra de um lote ou imóvel é vista como um passo fundamental para construir uma trajetória de sucesso e de ascensão social.

Para manter essa imagem idealizada, o discurso publicitário geralmente faz funcionar também silenciamentos estratégicos. Questões que poderiam afetar a imagem de harmonia e de segurança do bairro, como áreas propensas a alagamentos, questões jurídicas pendentes ou desigualdades sociais, permanecem ausentes das campanhas publicitárias. Esse silenciamento

contribui para a criação de um cenário uniforme e pacificado, em que o espaço urbano é retratado como isento de conflitos, de precariedades ou de tensões estruturais. A falta desses elementos no discurso não significa que eles não estejam presentes na realidade; ao contrário, indica um processo de seleção e de exclusão de sentidos no discurso.

Com base nessas observações, percebe-se que o discurso imobiliário funciona tanto como uma estratégia de *marketing* quanto como um mecanismo de criação de sentidos sobre a cidade e a experiência de morar. Esse discurso, ao destacar certos elementos e silenciar outros, contribui para uma representação idealizada do espaço urbano, que está em sintonia com a lógica de mercado e a valorização simbólica da propriedade. Nesse contexto, a urbanização é vista menos como um processo coletivo de organização do território e mais como um resultado ligado à realização pessoal e ao consumo. Isso evidencia as tensões entre as dimensões econômicas, sociais e urbanísticas que permeiam a produção e a representação do espaço urbano atual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste trabalho, foi possível construir uma análise detalhada de como a materialidade discursiva imobiliária digital em Araguaína-TO vai além da simples divulgação e da oferta de lotes, funcionando como um complexo sistema de produção de sentidos sobre a vida urbana e acerca do sucesso social. Ao retomar os objetivos (geral e específicos), observa-se que eles foram atendidos, na justa medida em que foi desvelar vários sentidos que articulam elementos linguísticos e imagéticos para criar e, sobretudo, por em circulação, no digital, a perspectiva de “cidade-mercadoria”, na qual o espaço urbano é transformado em um produto simbólico que se alinha à lógica do capital. As análises dos *banners* indicam que o discurso publicitário do empreendimento Jardim dos Ipês funciona por meio da naturalização da felicidade atrelada ao consumo, convertendo a moradia de uma necessidade fundamental em um projeto de vida e símbolo de ascensão econômica. Essa construção discursiva é apoiada por estratégias de intensificação verbal e pela ocorrência de pronomes possessivos que interpelam o sujeito-leitor, colocando-o em um percurso de realização pessoal indissociável da propriedade privada.

A análise mostrou que a organização do espaço é discursivamente apresentada como uma condição indispensável para o bem-estar, na qual a lógica técnica da infraestrutura completa une-se a promessas subjetivas de harmonia e de segurança. Contatou-se, também, que o uso de tecnologias como *drones*, ao oferecer perspectivas aéreas e panorâmicas, não só revela o traçado urbano, mas também cria uma sensação de totalidade e de controle, silenciando as tensões sociais e as complexidades envolvidas na produção do espaço. Contudo, o achado mais significativo desta dissertação está na identificação da contradição entre a “cidade idealizada” promovida pelo

marketing e a realidade jurídica apresentada no Termo de Ajuste de Conduta (TAC). Embora as peças publicitárias promovam uma urbanização ideal, o discurso institucional da prefeitura e do Ministério Público funciona como um contradiscurso, revelando irregularidades e deficiências na infraestrutura. Isso demonstra que o conceito de urbanização é um território de disputa ideológica e econômica.

Uma das relevantes contribuições desta pesquisa está na articulação das teorizações de Pêcheux (2006) e Orlandi (1992, 2001, 2004, 2007, 2022) ao *marketing* imobiliário digital atual em cidades de médio porte, expandindo os horizontes de análise no âmbito do campo da Análise de Discurso. Teoricamente, essa articulação contribui ao demonstrar como o interdiscurso, em funcionamento em tantos pré-construídos, faz trabalhar sentidos (em disputa) para legitimar a mercantilização do solo urbano; e, do ponto de vista metodológico, a pesquisa destaca-se ao comparar fontes de naturezas diferentes: a fluidez das redes sociais frente à estabilidade formal dos documentos oficiais. Esse tipo de abordagem possibilita ampliar a compreensão do fenômeno estudado, demonstrando que o *marketing* imobiliário digital não só divulga um loteamento, mas também cria uma perspectiva particular de urbanização que ajuda a minimizar as imperfeições da realidade urbana por meio do espetáculo visual. Consequentemente, a pesquisa dialoga com os estudos sobre a financeirização da cidade, revelando a função discursiva na manutenção dos ideais de progresso e de desenvolvimento regional.

Além de sua relevância acadêmica, este trabalho assume especial importância para a autora em função de sua atuação profissional na área de *marketing* e de produção de mídias digitais. Ao investigar os efeitos de sentido das estratégias discursivas em funcionamento nas formulações publicitárias, a pesquisa proporciona um aprofundamento teórico e reflexivo que qualifica sua prática profissional, permitindo uma atuação mais consciente, ética e estratégica na elaboração de materiais digitais. Nessa medida, o estudo não apenas contribui para o campo científico, mas também fortalece a capacidade da autora de compreender os impactos sociais, simbólicos e ideológicos das formulações que produz e veicula, ampliando sua responsabilidade na condição de agente participante da construção de sentidos no ambiente digital.

Em suma, esta dissertação confirma que o discurso sobre o espaço urbano não é neutro, pois é atravessado e constituído por relações de forças e interesses de classe. A importância da pesquisa está em ter evidenciado a tensão entre o "viver bem" idealizado nos *banners* digitais e a realidade técnica e jurídica dos fatos, contribuindo para uma perspectiva crítica sobre como o mercado imobiliário digital forma a dominância de sentidos (que estão sempre em disputa). Ao evidenciar os mecanismos de silenciamento e as formações discursivas em conflito, o estudo não

se limita a analisar palavras e imagens, mas também provoca uma reflexão essencial sobre o direito à cidade e a necessidade urgente de uma urbanização que valorize a função social do solo em vez de priorizar a lógica do lucro.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Giovana; ENGEL, Vonia. **A cidade-mercadoria e o marketing urbano na (re)construção da imagem dos espaços públicos: O caso da marca da cidade do Rio de Janeiro**. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais (Online), Recife, v. 19, n. 1, p. 89-105, jan.-abr. 2017.

ARAGUAÍNA (Município). **Termo de Ajustamento de Conduta nº 001/2017**. Firmado entre o Município de Araguaína e as empresas A3, A4 e A5 Empreendimentos Imobiliários Ltda. Suplemento do Diário Oficial nº 1402, Araguaína, 05 set. 2017. Disponível em: <https://diariooficial.araguaina.to.gov.br/diario-oficial>

BARONAS, Roberto; LOURENÇO, Julia. **Notas sobre uma possível teoria da revascularização discursiva**. Alfa: Revista de Linguística, São Paulo, v. 64, n. 3, p. 473-497, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1981-5794-20201789>. Acesso em: 20 maio 2024.

CARNEIRO, Felipe Gonçalves; LEITE, João de Deus. **O regime enunciativo midiático e a memória discursiva na disputa de sentidos no texto não verbal fotográfico**. Revista Falange Miúda, v. 5, n. 1, 2019, s.p. ISSN 2525-5169.

DIAS, Cristiane. **A análise do discurso digital: um campo de questões**. ReDiSCO, v. 1, n. 1, p. 1-20, 2016.

DUARTE, Fábio; CZAJKOWSKI JÚNIOR, Sérgio. **Cidade à venda: reflexões éticas sobre o marketing urbano**. RAP - Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, p. 273-282, mar./abr. 2007.

G1 Globo. **Fevereiro chega ao fim como pior mês de contágio por Covid no país**. G1, 28 fev. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/saude/coronavirus/noticia/2022/02/28/fevereiro-chega-ao-fim-como-pior-mes-de-contagio-por-covid-no-pais.ghtml>

Grupo Fix Urbanismo. **Jardim dos Ipês. A sua família vai ser muito mais feliz em Araguaína**. Araguaína, 16 fev. 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CaC6lTQPTIS/> Acesso em: 10 ago. 2025.

Grupo Fix Urbanismo. **Qualidade de vida em Araguaína é no Jardim dos Ipês**. Araguaína, 24 mar. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqLCzDDr4x1/> Acesso em: 10 ago. 2025.

Grupo Fix Urbanismo. **Jardim dos Ipês em Araguaína-TO: A união do útil ao agradável**. Araguaína, 24 jul. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CvFE63VJzjZ/> Acesso em: 10 ago. 2025.

Grupo Fix Urbanismo. **Araguaína(TO) também tem Jardim dos Ipês!**. Araguaína, 27 mar. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C5CDwz-xu_B/ Acesso em: 10 ago. 2025.

HARVEY, David. **A loucura da razão econômica: Marx e o capital no século XXI**. Tradução de Artur Renzo. São Paulo: Boitempo, 2018.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. Tradução de Carlos Szlak. São Paulo, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/>

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/>

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. Tradução de Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.

LEITE, João de Deus; SILVA, Midian Ferreira dos Santos; COSTA, Rosiane Martins da Silva. **Do jogo de forças nos espaços públicos da universidade a seus atravessamentos discursivos**. *Revista Porto das Letras*, v. 10, n. 1, 2024, s.p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Iriney da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARICATO, Ermínia. **ARANTES, Otilia. Cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política**. Tradução de Reginaldo Sant'Anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

ORLANDI, Eni P. **Análise do discurso. Princípios e procedimentos**. 7ª edição. São Paulo: Pontes, 2007.

ORLANDI, Eni. **Cidade atravessada: os sentidos públicos no espaço urbano**. 1. ed. Campinas: Pontes, 2001.

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

ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio**. Campinas: Ed. UNICAMP, 1992.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Forma sujeito histórica e sujeito de direito: as bases da sociedade capitalista e os gestos de interpretação**. *Revista Rua*, São Paulo, v. 28, n. 2, 25

ago. 2022. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8670835>

PACÍFICO FILHO, Miguel. LEITE, João de Deus. LIMA, Luciene. RODRIGUES, Pedro Henrique. **Araguaína-TO, cidade competitiva no interior da Amazônia brasileira: Entre práticas e discursos.** *Ciência Geográfica*, XXVI(2), 1020-1041, 2022.

PAVEAU, Marie-Anne. **L'analyse du discours numérique: dictionnaire des formes et des pratiques.** Paris: Hermann, 2017b.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento.** Tradução de Eni P. Orlandi. São Paulo: Pontes Editores, 2006.

ROLNIK, R. Cidade: **Planejamento Urbano - Morar, atuar e viver.** Revista Teoria e Debate (janeiro/fevereiro/março). 1990.

SANTOS, Carlos Nelson F. dos. **A cidade como um jogo de cartas.** São Paulo: Projeto Editores, 1988.

SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira.** São Paulo: Hucitec, 1993.

SILVA, José da; SOUSA, Maria de. **As múltiplas faces da comodificação e a mercadorização da vida cotidiana.** *Revista de Ciências Sociais*, v. 30, n. 2, p. 45–60, 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/938/93851195015/html/>. Acesso em: 1 mai. 2025.

SOARES, Antônio Mateus de Carvalho. **O merchandising urbano: cidade-mercadoria, arte e indústria cultural.** In: I SEMINÁRIO ARTE E CIDADE, 2006. Anais [...]. 2006.

ANEXOS

BANNER DIGITAL 1



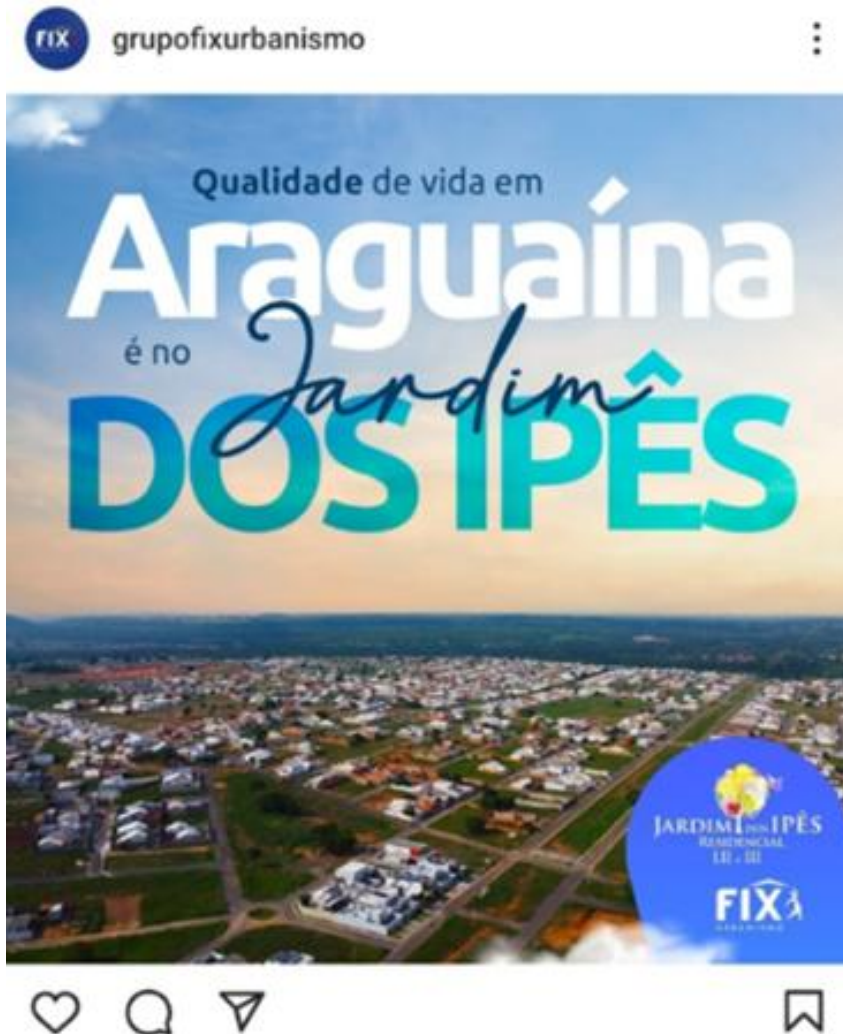
grupofixurbanismo Já dizia o compositor "Felicidade é só uma questão de ser" (Marcelo Jeneci) e se você somar forças com a gente para isso ser possível, acredite: Seus sonhos de viver bem no que é seu vai se realizar! Você vai ser muito feliz no Jardim dos Ipês em Araguaína (TO). Venha nos visitar! Conheça o stand e comprove!

#fixurbanismo #iparatyhimobiliária #araguaína #felicidade #realização #stand

Ver todos os 34 comentários

16 de fevereiro de 2022 • Ver tradução

BANNER DIGITAL 2



grupofixurbanismo Escolher morar no Jardim dos Ipês é priorizar seu sonho de morar bem. Além de estar localizado no bairro que mais valoriza em Araguaína, o residencial tem vantagens incríveis:

Primeiro hospital regional dentro do empreendimento;
Praça com área de lazer completa;
Financiamento facilitado com parcelas que cabem no seu bolso.

Garanta o seu lote e transforme o seu futuro com mais qualidade de vida! Clique no link da bio e saiba mais. 🏡👉

#FixUrbanismo #GrupoFixUrbanismo #JardimDosIpês
#Araguaína #Tocantins #QualidadeDeVida

24 de março de 2023 · Ver tradução

CLIQUE PARA VOLTAR PARA A PÁG. ___
Análise do Banner Digital 2

BANNER DIGITAL 3

 grupofixurbanismo 



Jardim
dos Ipês
em
Araguaina-TO:
a união do útil ao agradável.

JARDIM DOS IPÊS
FIX

grupofixurbanismo Está pensando em morar ou investir em Araguaina (TO)? Conheça o Jardim dos Ipês! São três loteamentos com infraestrutura completa, localização privilegiada e fácil acesso a pontos comerciais e de serviço. Quer conhecer mais? Fale conosco e transforme o seu futuro. 🏡

#FixUrbanismo #GrupoFixUrbanismo #QualidadeDeVida #Araguaina #JardimDosIpês

Ver 1 comentário

24 de julho de 2023 · Ver tradução

BANNER DIGITAL 4



grupofixurbanismo



Curtido por nadinhaalmeida3 e outras pessoas

grupofixurbanismo Uma das cidades mais atrativas para investimento no Tocantins, Araguaína também é referência em bairros planejados abertos. São três etapas do Jardim dos Ipês com localização estratégica, infraestrutura completa e alto padrão construtivo. Há, ainda, uma praça de lazer completa à disposição da população. 🤗

Ficou interessado(a) e quer saber mais? Converse conosco!



#FIXUrbanismo #GrupoFIXUrbanismo #QualidadeDeVida #JardimDosIpês #Araguaína menos

27 de março de 2024

CLIQUE PARA VOLTAR PARA A PÁG. __
Análise do Banner Digital 4

Vídeo de Divulgação da 3ª Etapa do Jardim dos Ipês (frames)

https://drive.google.com/file/d/18fHPTvLmwQCmT5YfajfX3NskV9dIHsIL/view?usp=drive_link



JARDIM DOS IPÊS
Reserva da Mata

VISITE O STAND NO LOCAL:
AV. CÔNEGO JOÃO LIMA - ARAGUAÍNA
OD. 01 LT.03 - JARDIM DOS IPÊS 1

(63) 99235-4759

FIXA **Harmonia**

Reserva dos Ipês é o melhor bairro planejado de Araguaína, com infraestrutura completa, segurança, lazer, comércio, saúde e educação. O Jardim dos Ipês é o melhor bairro planejado de Araguaína, com infraestrutura completa, segurança, lazer, comércio, saúde e educação. O Jardim dos Ipês é o melhor bairro planejado de Araguaína, com infraestrutura completa, segurança, lazer, comércio, saúde e educação.

Araguaína, Terra Feliz! Jardim dos Ipês é o lugar que eu sempre quis.

2 de outubro de 2017 · 🌐

TERMO DE AJUSTE DE CONDUTA (PÁGINAS 1-25)

https://drive.google.com/file/d/1823k7evFtH0YDRU-RqOqj3OV_LDCdGwG/view?usp=drive_link



Diário Oficial

CIDADE DE ARAGUAÍNA

ESTADO DO TOCANTINS

ANO VI - ARAGUAÍNA, TERÇA - FEIRA, 05 DE SETEMBRO DE 2017 - Nº 1402

SUPLEMENTO DO DIÁRIO OFICIAL Nº 1402

TERMO DE AJUSTE DE CONDUTA Nº 001/2017

Termo de Ajustamento de Conduta – TAC que entre si celebram o Município de Araguaína – TO, a Secretaria Municipal de Planejamento e Tecnologia – SEPLANTE, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente - SEDEMA, a Secretaria Municipal de Infraestrutura – SEINFRA e as empresas A3 Empreendimentos Imobiliários Ltda., A4 Empreendimentos Imobiliários Ltda. e A5 Empreendimentos Imobiliários Ltda.

Pelo presente, nos termos do permissivo do §6º do artigo 5º da Lei Federal nº 7.347/85 c/c art. 82, inciso II, da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), de um lado, como compromitentes, **MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA, Estado do Tocantins**, pessoa jurídica de direito público interno, sediada na Rua 25 de Dezembro, nº 265, Centro Araguaína/TO – CEP 77.804-030, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 01.830.793/0001-39, neste ato representado por seu Prefeito Municipal, Sr. RONALDO DIMAS NOGUERA PEREIRA brasileiro, casado, portador da Cédula de Identidade M1631804 SSP/MG e inscrito no CPF/MF sob o nº 260.210.136-20 e por seu Procurador Geral do Município, GUSTAVO FIDALGO E VICENTE, brasileiro, casado, advogado inscrito na OAB/TO sob o nº 2020 e no CPF/MF sob o nº 640.490.516-72, residente e domiciliado nesta cidade, doravante denominado de **MUNICÍPIO**, a **SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E TECNOLOGIA**, com sede na Rua José de Brito Soares, nº 728, Setor Anhanguera centro, Araguaína, Estado do Tocantins, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 27.754.257/0001-95, neste ato representada por seu Secretário Municipal, Engº FREDERICO MINHARRO PRADO, brasileiro, solteiro, portador da Carteira de Identidade CREA: 202821/D-TO e inscrito no CPF/MF nº 025.211.251-21, residente e domiciliado nesta cidade, doravante denominada de **SEPLANTE**; a **SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E MEIO AMBIENTE**, com sede na Rua José de Brito Soares, nº 728, Setor Anhanguera centro, Araguaína, Estado do Tocantins, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 17.387.295/0001-01, neste ato representada por seu Secretário Municipal, ÂNGELO CREMA MARZOLA JÚNIOR, brasileiro, casado, empresário, portador da Carteira de Identidade RG nº 784.225-SSP-TO e inscrito no CPF/MF sob o nº 517.384.906-10, residente e domiciliado nesta cidade de Araguaína – TO, doravante denominada de **SEDEMA**, e a **SECRETARIA MUNICIPAL DE INFRAESTRUTURA**, com sede na Rua 6, nº 20, Vila Aliança, Araguaína, Estado do Tocantins, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 17.387.437/0001-22, neste ato representado pelo Secretário Municipal, Engº SIMÃO MOURA FÉ RIBEIRO, brasileiro, divorciado, portador da Carteira de Identidade CREA: 6154/D-GO e inscrito no CPF/MF nº 311.027.941-04, doravante denominada de **SEINFRA**, designados **COMPROMITENTES** e doutro lado, as empresas **A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês)**, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Avenida JK, ACNO 01, conjunto 01, lote 12, sala 05, centro, Palmas – TO, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 11.160.893/0001-59, neste ato, representada por seus administradores não sócios **Fernando Iberê Nascimento Junior**, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Carteira de Identidade RG nº 1068980-SSP-TO e CPF/MF nº 213.777.268-00, residente e domiciliado na cidade de Palmas – TO e **Pedro Henrique de**

levarice

levarice

Página 1 de 25

Souza Campos Roriz, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Carteira de Identidade RG nº 030.275-2ªvia-SSP-TO e CPF/MF nº 973.507.881-34, residente e domiciliado na cidade de Palmas – TO; **A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês 2ª Etapa)**, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Avenida JK, ACNO 01, conjunto 01, lote 12, sala 03A, centro, Palmas – TO, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 12.969.239/0001-53, neste ato representada por seus administradores não sócios **Fernando Iberê Nascimento Junior**, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Carteira de Identidade RG nº 1068980-SSP-TO e CPF/MF nº 213.777.268-00, residente e domiciliado na cidade de Palmas – TO e **Pedro Henrique de Souza Campos Roriz**, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Carteira de Identidade RG nº 030.275-2ªvia-SSP-TO e CPF/MF nº 973.507.881-34, residente e domiciliado na cidade de Palmas – TO; e **A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês 3)**, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Avenida JK, ACNO 01, conjunto 01, lote 12, sala 05, centro, Palmas – TO, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 13.188.034/0001-01, neste ato representada por seus administradores **Fernando Iberê Nascimento Junior**, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Carteira de Identidade RG nº 1068980-SSP-TO e CPF/MF nº 213.777.268-00, residente e domiciliado na cidade de Palmas – TO e **Pedro Henrique de Souza Campos Roriz**, brasileiro, solteiro, empresário, portador da Carteira de Identidade RG nº 030.275-2ªvia-SSP-TO e CPF/MF nº 973.507.881-34, residente e domiciliado na cidade de Palmas – TO; doravante designadas **COMPROMISSADAS**, firmam o presente **Termo de Ajuste de Conduta** para fins de resolução definitiva das situações aventadas no Processo Administrativo nº 1.532/2013.

CONSIDERANDOS GERAIS:

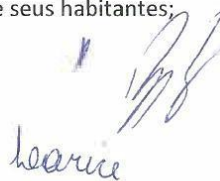
Considerando que o fenômeno urbano surge e se intensifica sob o ponto de vista histórico, como algo espontâneo, próprio e característico do desenvolvimento socioeconômico. Assim, aglomeram-se as populações e comunidades em determinados locais, em busca de melhores condições, sob a promessa de serem inseridos no contexto global que é definido pela cidade;

Considerando que, como a cidade, reconhecida em suas funções de trabalho, habitação, lazer e circulação, é preenchida pelos espaços criados através do parcelamento do solo, tal atividade, apesar de ter caráter privado (pois se trata de propriedade), é regulada pelo Direito público, submetida à intensa fiscalização do Poder Público (ao menos em tese!), pelo poder-dever do Município, conforme artigos 30, inciso. I, II e VIII, e 182, § 1º, da Constituição Federal;

Considerando que o artigo 182, caput, da Constituição Federal, estabelece que a política de desenvolvimento urbano, executada pelo Município, conforme diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem estar de seus habitantes;



Jornal



Considerando que é justamente nesse contexto, de caos do crescimento urbano, que o Poder Constituinte desejou colocar nas mãos do Poder Público, em especial o Municipal, a ordenação do território urbano, inserindo na Constituição Federal o Capítulo da Política Urbana, em seus artigos. 182 e 183, com o objetivo de promover um desenvolvimento urbano, compatível com o adequado espaço da cidade, e a utilização sustentável e equilibrada do ambiente natural;

Considerando que a Lei Federal nº 6.766/79 “Dispõe sobre o parcelamento do solo urbano e dá outras providências”;

Considerando que o parcelamento do solo urbano é instituto de Direito Urbanístico que tem como principal finalidade ordenar o espaço urbano destinado à habitação;

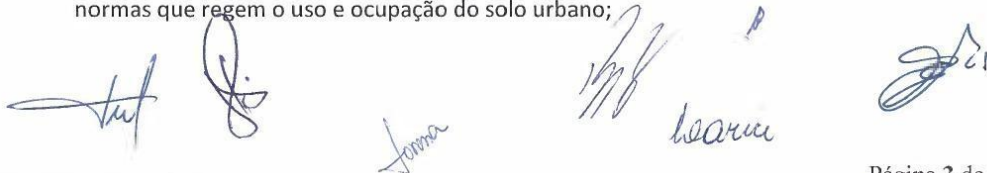
Considerando que o parcelamento do solo urbano pode ser do tipo loteamento (“considera-se loteamento a subdivisão de gleba em lotes destinados à edificação, com abertura de novas vias de circulação, de logradouros públicos ou prolongamento, modificação ou ampliação das vias existentes”), conforme preconiza o art. 2º, parágrafo 1º, da Lei Federal nº 6.766/79, ou desmembramento (“considera-se desmembramento a subdivisão de gleba em lotes destinados à edificação, com aproveitamento do sistema viário existente, desde que não implique na abertura de novas vias e logradouros públicos, nem no prolongamento, modificação ou ampliação dos já existentes”), na forma do art. 2º, parágrafo 2º, da Lei Federal nº 6.766/79;

Considerando que em caso de o parcelamento ser do tipo loteamento, o interessado (empreendedor) deverá solicitar a definição por parte do Município das diretrizes para o uso do solo (art. 6º da Lei Federal nº 6.766/79) ou, em caso de desmembramento, apresentar requerimento ao Município, acompanhado de certidão atualizada da matrícula da gleba e planta do imóvel (art. 10 da Lei Federal nº 6.766/79);

Considerando que a licença de instalação autoriza a implantação do loteamento ou o desmembramento de acordo com os projetos técnicos e urbanísticos apresentados nessa fase, estabelecendo condições, restrições e medidas de controle ambiental;

Considerando que nenhuma lei pode ser interpretada de forma isolada, já que a interpretação de uma norma pressupõe a interpretação de todo o sistema jurídico em que ela se encontra inserida;

Considerando que os princípios constitucionais impõem uma interpretação sistemática das normas urbanísticas e ambientais para proteção do meio ambiente urbano, natural e construído, implicando na necessidade de compatibilização das normas que regem o uso e ocupação do solo urbano;



Considerando que a aprovação do projeto do parcelamento ocorre, em regra, pelo Município, observada também a legislação local de parcelamento do solo urbano;

Considerando que o Município de Araguaína ao legislar sobre o parcelamento do solo urbano no âmbito municipal editou a Lei nº 374, de 25 de março de 1977 (Código de Parcelamento do Solo) posteriormente alterada pelas Leis nº 393/77, de 01 de julho de 1977 e nº 557/81, de 12 de agosto de 1981. A referida Lei e suas alterações foram revogadas pela Lei nº 2494, de 28 de dezembro de 2006, a qual se encontra em vigência.

Considerando que o artigo 225 da Constituição Federal estabelece que todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações;

Considerando que a Lei da Ação Civil Pública (Lei Federal nº 7.347/85 – LACP), estatuiu logo no seu primeiro artigo que: “Art. 1º. Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: I - ao meio ambiente; VI - à ordem urbanística.”

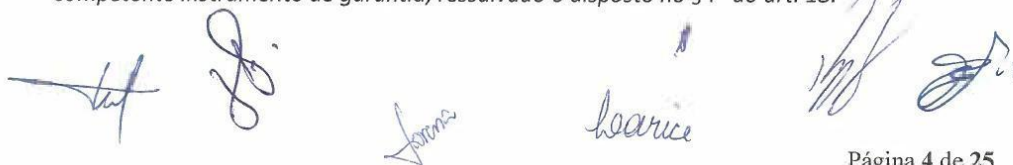
Considerando que a ocupação ordenada e obediente às posturas públicas atinge a todos, inclusive sob a ótica das influências socioculturais e que a coletividade, no seu todo, padece com a degradação, consequência da desobediência aos comandos normativos;

Considerando que a Lei Federal 6766, de 19 de dezembro de 1979, que dispõe sobre o Parcelamento do Solo Urbano, preceitua que:

*“Art. 2º. O parcelamento do solo urbano poderá ser feito mediante loteamento ou desmembramento, observadas as disposições desta Lei e as das legislações estaduais e municipais pertinentes.
(...)”*

*§5º A infraestrutura básica dos parcelamentos é constituída pelos equipamentos urbanos de escoamento das águas pluviais, iluminação pública, esgotamento sanitário, abastecimento de água potável, energia elétrica pública e domiciliar e vias de circulação.
(...)”*

“Art. 9º. Orientado pelo traçado e diretrizes oficiais, quando houver, o projeto, contendo desenhos, memorial descritivo e cronograma de execução das obras com duração máxima de quatro anos, será apresentado à Prefeitura Municipal, ou ao Distrito Federal, quando for o caso, acompanhado de certidão atualizada da matrícula da gleba, expedida pelo Cartório de Registro de Imóveis competente, de certidão negativa de tributos municipais e do competente instrumento de garantia, ressalvado o disposto no §4º do art. 18.”



(...)

“Art. 16. A lei municipal definirá os prazos para que um projeto de parcelamento apresentado seja aprovado ou rejeitado e para que as obras executadas sejam aceitas ou recusadas.”

Art. 18. Aprovado o projeto de loteamento ou de desmembramento, o loteador deverá submetê-lo ao registro imobiliário dentro de 180 (cento e oitenta) dias, sob pena de caducidade da aprovação, acompanhado dos seguintes documentos:

(...)

V – cópia do ato de aprovação do loteamento e comprovante do termo de verificação pela Prefeitura Municipal ou pelo Distrito Federal, da execução das obras exigidas por legislação municipal, que incluirão, no mínimo, a execução das vias de circulação do loteamento, demarcação dos lotes, quadras e logradouros e das obras de escoamento das águas pluviais ou da aprovação de um cronograma, com a duração máxima quadro anos, acompanhado de competente instrumento de garantia para a execução das obras;”

(...)

Considerando que a Lei Municipal nº 2494, de 28 de dezembro de 2006, que dispõe sobre o Parcelamento do Solo Urbano do Município de Araguaína, preceitua que:

“Art. 39. Os serviços de implantação dos equipamentos urbanos são de responsabilidade do loteador, nos termos estabelecidos por esta Lei Complementar.”

(...)

“Art. 41. São de responsabilidade do loteador a execução das obras e serviços de:

...

III – rede de drenagem superficial e profunda de água pluvial e suas conexões com o sistema existente, inclusive do terreno a parcelar;”

“Art. 46. A aceitação poderá, a critério do Poder Executivo Municipal, ser feita em etapas, desde que em cada uma destas a totalidade das obras referentes a ela esteja concluída.”

Considerando que a municipalidade através do Decreto Municipal nº 350, de 26 de março de 2015, regulamentou o instrumento de garantia descrito no inciso V, do artigo 18 da Lei Federal nº 6.766, de 19 de dezembro de 1979 e suas alterações;



Considerando que o Decreto Municipal nº 350, de 26 de março de 2015, estabelece que o empreendedor poderá oferecer lotes caucionados do próprio empreendimento ou seguro garantia, seguro este que deverá ter seu prêmio devidamente quitado e seu vencimento ocorrerá somente dois (02) após o prazo estabelecido para a execução das obras de infraestruturas, bem como prevê a substituição da garantia, desde que concluídos 70% (setenta por cento) ou mais das obras do loteamento.

CONSIDERANDOS A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.:

Considerando que a empresa A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA., é proprietária do empreendimento denominado de loteamento "JARDIM DOS IPÊS" aprovado pelo Decreto Municipal nº 038/2010, de 05 de maio de 2010 (fls.53);

Considerando que consta do teor do Termo de Caução (fls.328/329) firmado, em 04 de maio de 2010, entre o empreendedor e a municipalidade pertinente à execução das obras de infraestrutura básica do loteamento, onde ficou avençado que o prazo para a execução das referidas obras seria de 02 (dois) anos, contados da assinatura do termo em comento, ou seja, venceria em 04/05/2012, sendo que tal prazo era improrrogável;

Considerando que as obras de infraestrutura básica constantes do Termo de Caução firmado, são: a) Abertura e pavimentação de todas as vias de circulação descritas no projeto; b) Rede para o abastecimento de água potável e; c) Rede de alta tensão de energia elétrica e de iluminação pública;

Considerando que para garantir a execução das obras de infraestrutura básica, a empresa empreendedora do loteamento Jardim dos Ipês deu em caução à municipalidade os lotes a seguir enumerados: Quadra nº 20, lotes 07 a 28 e 36 a 57; Quadra nº 21, lotes 06 a 28 e 36 a 58; Quadra nº 22, lotes 06 a 29 e 37 a 60; Quadra nº 23, lotes 06 a 30 e 38 a 62; Quadra nº 26, lotes 07 a 28 e 36 a 57; Quadra nº 27, lotes 07 a 27 e 35 a 55; e Quadra nº 28, lotes 08 a 27 e 34 a 53;

Considerando que consta do teor do Termo de Caução que os imóveis caucionados seriam transferidos para o Município de Araguaína – TO, como de fato foram, conforme demonstram as Certidões de Inteiro Teor acostadas aos autos do processo administrativo (fls. 330/337) e após cumpridas todas as exigências do Termo em questão dentro do prazo fixado, os lotes retornariam ao patrimônio da empresa empreendedora e caso não sendo cumpridas as exigências dentro do prazo, os lotes permaneceriam definitivamente com a municipalidade;



Handwritten signatures of officials, including names like "Jornal" and "Leavice".

Considerando que a empreendedora requereu a substituição dos lotes caucionados para garantir a execução das obras de infraestrutura básica do empreendimento (fls. 01/52) por área de propriedade da empresa A5 Empreendimentos Imobiliários Ltda.;

Considerando o teor do Laudo de Vistoria (fls. 54/64), datado de 13 de agosto de 2013, emitido pela Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia, acerca das obras de infraestrutura básica realizadas no loteamento Jardim dos Ipês pela empresa empreendedora, onde foi constatado pela municipalidade que a pavimentação asfáltica foi executada com meio fio sem sarjeta, bem como constatou a ausência dos serviços de galerias de drenagem pluvial (bocas de lobo e poços de visita), onde foi recomendado a execução das galerias de drenagem pluvial do setor (fls. 57);

Considerando o teor do Despacho nº 001/2014 (fls. 210/211) exarado pela Diretoria de Empreendimentos Imobiliários e pela Superintendência de Infraestrutura e Mobilidade Urbana da Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia, onde foi apontado algumas objeções na execução das obras de infraestruturas dos loteamentos, conforme projetos aprovados e normas técnicas da ABNT;

Considerando que a Procuradoria do Município em seu Despacho nº 035/2014 (fls. 213/214), requereu nova vistoria detalhada nos empreendimentos para averiguar a atual situação dos empreendimentos em questão, cujos laudos deveriam ser anexados aos autos, bem como fossem tomadas providências junto aos empreendedores;

Considerando que a SPMACT através do Ofício nº 106/2014 (fls. 215/2016) solicitou aos empreendedores o saneamento das pendências processuais apontadas pela Procuradoria do Município, sendo que as empresas tomaram ciência em 13/03/2014;

Considerando que os empreendedores em atendimento ao Ofício nº 106/2014 protocolaram, em 01 de agosto de 2014, requerimento com as documentações solicitadas (fls. 359/384);

Considerando que tramita perante a 12ª Promotoria de Justiça de Araguaína o Inquérito Civil Público nº 004/2011 que tem por objetivo apurar supostas irregularidades ambientais e urbanísticas do Loteamento Jardim dos Ipês I, tendo sido expedida a Recomendação Administrativa nº 019/2015 à empresa empreendedora e ao Município de Araguaína – TO.



Handwritten signatures and initials are present at the bottom of the page, including several illegible signatures and the name 'Leorice' written in cursive.

CONSIDERANDOS A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.:

Considerando que a empresa A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA., é proprietária do empreendimento denominado de loteamento "JARDIM DOS IPÊS 2ª ETAPA" aprovado pelo Decreto Municipal nº 032/2011, de 17 de junho de 2011 (fls.130/132);

Considerando que consta do teor do artigo 5º do Decreto nº 032/2011, de 17 de junho de 2011, que aprovou o Loteamento "JARDIM DOS IPÊS 2ª ETAPA" sendo que a implantação das obras descritas nos incisos I e III, ou seja, sistema viário, terraplenagem, drenagem, guias e sarjetas, pavimentação asfáltica (I) e sistema de rede de distribuição de energia elétrica domiciliar e iluminação pública, devidamente aprovado pela empresa detentora da respectiva concessão (III), obras estas que deveriam ser implantadas no prazo de dois anos; e já as obras do sistema de captação, abastecimento e distribuição de água, esgotamento sanitário ou rede de esgoto, devidamente aprovado pela empresa detentora da respectiva concessão (inciso II), no prazo de quatro anos;

Considerando que consta do teor do Termo de Compromisso e Caução (fls.231/233) firmado, em 17 de junho de 2011, entre o empreendedor e a municipalidade pertinente à execução das obras de infraestruturas básicas do loteamento, onde ficou avençado que o prazo para a execução das obras descritas nos incisos I e III, seria de 02 (dois) anos e para as obras descritas no inciso II, seria de 04 (quatro) anos, prazos estes contados da assinatura do termo em comento, ou seja, venceriam, respectivamente, em 17/06/2013 e 17/06/2015, sendo que tais prazos eram improrrogáveis;

Considerando que para garantir a execução das obras de infraestrutura básica, a empresa empreendedora do loteamento Jardim dos Ipês deu em caução à municipalidade os lotes a seguir enumerados: Quadra nº 52, lotes 01 a 60; Quadra nº 76, lotes 36 a 60; Quadra nº 77, lotes 01 a 60; Quadra nº 78, lotes 01 a 60; Quadra nº 79, lotes 01 a 60; e Quadra nº 80, lotes 01 a 60, perfazendo um total de 84.428,00 m² de área;

Considerando que consta do teor do Termo de Compromisso e Caução que os lotes caucionados não poderão ser comercializados, antes do respectivo alvará de liberação da caução, bem como não sendo cumpridas as exigências dentro do prazo, as Quadras dadas em caução permanecerão definitivamente como propriedade do Município de Araguaína;

Considerando que a municipalidade deve expedir o Termo de Verificação e Recebimento de Obras, liberando a respectiva garantia, desde que observados os parâmetros técnicos definidos para as obras, conforme consta do art. 7º do decreto de aprovação do loteamento;



Handwritten signatures of officials, including names like "Jovana" and "Isarici".

Considerando que a empreendedora requereu a substituição dos lotes caucionados para garantir a execução das obras de infraestrutura básica do empreendimento (fls. 01/52) por área de propriedade da empresa A5 Empreendimentos Imobiliários Ltda.;

Considerando o teor do Laudo de Vistoria (fls. 133/145), datado de 14 de agosto de 2013, emitido pela Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia, acerca das obras de infraestrutura básica realizadas no loteamento Jardim dos Ipês II pela empresa empreendedora, onde foi constatado pela municipalidade que a pavimentação asfáltica foi executada com meio fio sem sarjeta, bem como constatou a ausência dos serviços de galerias de drenagem pluvial (bocas de lobo e poços de visita), onde foi recomendado a execução das galerias de drenagem pluvial no setor, com captação suficiente para o setor e setores circunvizinhos (fls.136/137);

Considerando o teor do Despacho nº 001/2014 (fls. 210/211) exarado pela Diretoria de Empreendimentos Imobiliários e pela Superintendência de Infraestrutura e Mobilidade Urbana da Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia, onde foi apontado algumas objeções na execução das obras de infraestruturas dos loteamentos, conforme projetos aprovados e normas técnicas da ABNT;

Considerando que a Procuradoria do Município em seu Despacho nº 035/2014 (fls. 213/214), requereu nova vistoria detalhada nos empreendimentos para averiguar a atual situação dos empreendimentos em questão, cujos laudos deveriam ser anexados aos autos, bem como fossem tomadas providências junto aos empreendedores;

Considerando que a SPMACT através do Ofício nº 106/2014 (fls. 215/2016) solicitou aos empreendedores o saneamento das pendências processuais apontadas pela Procuradoria do Município, sendo que as empresas tomaram ciência em 13/03/2014;

Considerando que os empreendedores em atendimento ao Ofício nº 106/2014 protocolaram, em 01 de agosto de 2014, requerimento com as documentações solicitadas (fls. 359/384);

Considerando que tramita perante a 12ª Promotoria de Justiça de Araguaína o Inquérito Civil Público nº 006/2013 que tem por objetivo apurar supostas irregularidades ambientais e urbanísticas do Loteamento Jardim dos Ipês II, tendo sido expedida a Recomendação Administrativa nº 016/2015 à empresa empreendedora e ao Município de Araguaína – TO.



Handwritten signatures and initials are present at the bottom of the page, including a large signature on the left, several smaller ones in the center, and a signature on the right that appears to read 'Leonice'.

CONSIDERANDOS A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.:

Considerando que a empresa A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA., é proprietária do empreendimento denominado de loteamento "JARDIM DOS IPÊS 3" aprovado pelo Decreto Municipal nº 051/2012, de 08 de outubro de 2012 (fls.147/149);

Considerando que consta do teor do artigo 5º do Decreto nº 051/2012, de 08 de outubro de 2012, que aprovou o Loteamento "JARDIM DOS IPÊS 2ª ETAPA" sendo que a implantação das obras descritas nos incisos I e III, ou seja, sistema viário, terraplenagem, drenagem, guias e sarjetas, pavimentação asfáltica (I) e sistema de rede de distribuição de energia elétrica domiciliar e iluminação pública, devidamente aprovado pela empresa detentora da respectiva concessão (III), obras estas que deveriam ser implantadas no prazo de dois anos; e já as obras do sistema de captação, abastecimento e distribuição de água, esgotamento sanitário ou rede de esgoto, devidamente aprovado pela empresa detentora da respectiva concessão (inciso II), no prazo de quatro anos;

Considerando que consta do teor do Termo de Compromisso e Caução (fls.242/244) firmado, em 08 de outubro de 2012, entre o empreendedor e a municipalidade pertinente à execução das obras de infraestruturas básicas do loteamento, onde ficou avençado que o prazo para a execução das obras descritas nos incisos I e III, seria de 02 (dois) anos e para as obras descritas no inciso II, seria de 04 (quatro) anos, prazos estes contados da assinatura do termo em comento, ou seja, venceriam, respectivamente, em 08/10/2014 e 08/10/2016, sendo que tais prazos eram improrrogáveis;

Considerando que para garantir a execução das obras de infraestrutura básica, a empresa empreendedora do loteamento Jardim dos Ipês deu em caução à municipalidade os lotes a seguir enumerados: Quadra nº 131, lotes 33 a 58; Quadra nº 141, lotes 31 a 60; Quadra nº 142, lotes 31 a 60; Quadra nº 144, lotes 01 a 30; Quadra nº 145, lotes 01 a 60; Quadra nº 146, lotes 32 a 52; Quadra nº 149, lotes 06 a 26; Quadra nº 126, lotes 01 a 60; Quadra nº 127, lotes 01 a 60; Quadra nº 128, lotes 01 a 30 e 33 a 38; Quadra nº 121, lotes 01 a 44, perfazendo um total de 89.963,86 m² de área;

Considerando que consta do teor do Termo de Compromisso e Caução que os lotes caucionados não poderão ser comercializados, antes do respectivo alvará de liberação da caução, bem como não sendo cumpridas as exigências dentro do prazo, as Quadras dadas em caução permanecerão definitivamente como propriedade do Município de Araguaína;

Considerando que a municipalidade deve expedir o Termo de Verificação e Recebimento de Obras, liberando a respectiva garantia, desde que observados os parâmetros técnicos definidos para as obras, conforme consta do art. 7º do decreto de aprovação do loteamento;



Considerando o teor do Laudo de Vistoria (fls. 152/161), datado de 16 de agosto de 2013, emitido pela Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia, acerca das obras de infraestrutura básica realizadas no loteamento Jardim dos Ipês III pela empresa empreendedora, onde foi constatado pela municipalidade naquela época estava sendo executados os serviços de terraplenagem e desmatamento, onde foi recomendada a execução das galerias de drenagem pluvial no setor, com captação suficiente para o setor e setores circunvizinhos (fls. 152/153);

Considerando o teor do Despacho nº 001/2014 (fls. 210/211) exarado pela Diretoria de Empreendimentos Imobiliários e pela Superintendência de Infraestrutura e Mobilidade Urbana da Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia, onde foram apontado algumas objeções na execução das obras de infraestruturas dos loteamentos, conforme projetos aprovados e normas técnicas da ABNT;

Considerando que a Procuradoria do Município em seu Despacho nº 035/2014 (fls. 213/214), requereu nova vistoria detalhada nos empreendimentos para averiguar a atual situação dos empreendimentos em questão, cujos laudos deveriam ser anexados aos autos, bem como fossem tomadas providências junto aos empreendedores;

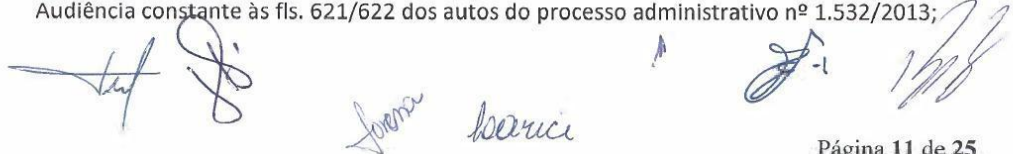
Considerando que a SPMACT através do Ofício nº 106/2014 (fls. 215/2016) solicitou aos empreendedores o saneamento das pendências processuais apontadas pela Procuradoria do Município, sendo que as empresas tomaram ciência em 13/03/2014;

Considerando que os empreendedores em atendimento ao Ofício nº 106/2014 protocolaram, em 01 de agosto de 2014, requerimento com as documentações solicitadas (fls. 359/384);

Considerando que tramita perante a 12ª Promotoria de Justiça de Araguaína o Inquérito Civil Público nº 007/2013 que tem por objetivo apurar supostas irregularidades ambientais e urbanísticas do Loteamento Jardim dos Ipês III, tendo sido expedida a Recomendação Administrativa nº 018/2015 à empresa empreendedora e ao Município de Araguaína – TO.

CONSIDERANDOS FINAIS:

Considerando que em decorrência das Recomendações Administrativas nº 016/2015, 018/2015 e 019/2015 expedidas pela 12ª Promotoria de Justiça de Araguaína aos empreendedores dos loteamentos JARDIM DOS IPÊS I, JARDIM DOS IPÊS II e JARDIM DOS IPÊS III, bem como ao MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA, foi realizada audiência no dia 27 de maio de 2015 naquela Promotoria de Justiça onde foi sugerida a unificação dos três inquéritos civis para celebração do TAC, conforme demonstra a Ata de Audiência constante às fls. 621/622 dos autos do processo administrativo nº 1.532/2013;



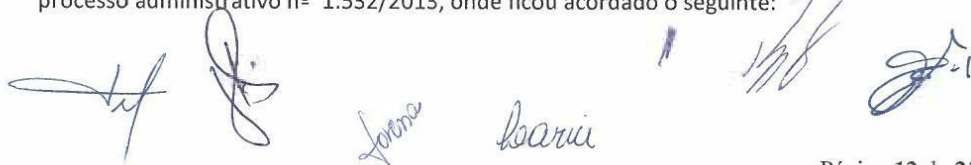
Considerando que ficou acordado, naquela audiência, a celebração de um TAC tendo por objeto a drenagem de águas pluviais e a substituição dos lotes caucionados;

Considerando que a SPMACTDE notificou as empreendedoras A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA e A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA para apresentarem no prazo máximo de três dias o cronograma físico-financeiro de execução das obras de drenagem pluvial naqueles empreendimentos, cuja ciência se deu em 29 de setembro de 2015 (fls.629/630);

Considerando que em decorrência das notificações acima mencionadas foi realizada uma reunião, no dia 01 de outubro de 2015, na Sala de Reuniões do Gabinete do Prefeito com os empreendedores dos Loteamentos JARDIM DOS IPÊS I, JARDIM DOS IPÊS II E JARDIM DOS IPÊS III, conforme demonstra a ATA DE REUNIÃO (fls.631/632), para tratarem de assuntos sobre as infraestruturas dos três empreendimentos imobiliários e ficou acordado o seguinte:

- 1) *Fazer readequação do projeto de drenagem, transformando em ruas os lotes situados em talvegues, cujo projeto de readequação deverá ser entregue até 15 de novembro de 2015;*
- 2) *Fica autorizada pela municipalidade a execução das partes dos projetos aprovados que não serão alterados;*
- 3) *Fica autorizada pela municipalidade a modificação de PV.s e BL.s de concreto para blocos, conforme o projeto padrão do Município;*
- 4) *O novo cronograma de execução deverá ser apresentado juntamente com o projeto de readequação, ou seja, até 15/11/2015;*
- 5) *Após verificação e aprovação pelo Município, será firmado TAC no qual constará prazo final para entrega de cada empreendimento;*
- 6) *Os empreendedores propõem ao Município investimentos mitigatórios pelos atrasos e problemas ocorridos juntamente com o novo cronograma; e*
- 7) *Os empreendedores desejam e apresentarão proposta de substituição de caução observando o valor venal e a base de cálculo de IPTU aplicados às áreas em questão;*

Considerando que para darem continuidade ao que fora avançado na ATA DE REUNIÃO realizada em 01/10/2015 sobre as infraestruturas dos três empreendimentos imobiliários foi realizada outra reunião no dia 04 de dezembro de 2015, conforme demonstra o teor da ATA DE REUNIÃO constante às fls. 633/634 dos autos do processo administrativo nº 1.532/2013, onde ficou acordado o seguinte:



Handwritten signatures of officials, including names like "Jovana" and "Baria".

- 1) Os empreendedores imobiliários em questão apresentaram duas vias dos projetos de drenagem readequados, transformando em ruas os lotes situados em talvegues, bem como os cronogramas de execução, conforme estabelecido nos itens 01 e 04 da Ata de Reunião de 01/10/2015;
- 2) A municipalidade se compromete a analisar os projetos de drenagem readequados, inclusive os cronogramas de execução até o dia 01 de fevereiro de 2016;
- 3) O Eng^o Frederico Minharro Prado questionou aos engenheiros dos empreendimentos imobiliários quanto ao traçado da rede de drenagem pluvial da Rua 31 (Jardim Ipês I – A3) referente às Quadras 19 e 18, sendo que foi informado da existência de casa edificada em linha reta, mas que será constatado pela municipalidade se procede tal assertiva;
- 4) O Eng^o Ronaldo Alves Japiassu informou que está sendo executado pelos empreendedores em questão partes dos projetos aprovados que não foram alterados, conforme estabelecido nos itens 02 e 03 da Ata de Reunião de 01/10/2015;
- 5) O empreendedor do A5 Empreendimentos Imobiliários Ltda. (Jardim dos Ipês III) apresentou alteração do projeto urbanístico do referido loteamento para análise da municipalidade, bem como se comprometeu a apresentar o rol de lotes a serem afetados pelo novo projeto urbanístico até o dia 11 de dezembro de 2015; e
- 6) Os demais itens constantes da Ata de Reunião realizada em 01/10/2015 permanecem inalterados;

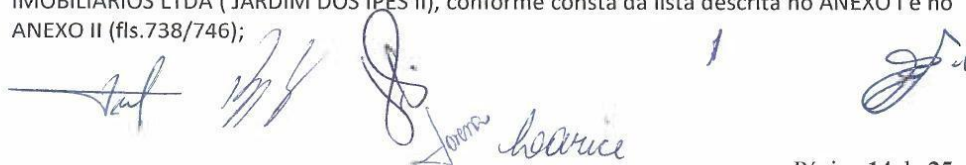
Considerando o teor das NOTIFICAÇÕES SPMACTDE Nº 003/2016, 004/2016 e 005/2016 expedidas pela municipalidade (fls.641/643), onde foi determinado o comparecimento dos empreendedores às 15h00min do dia 12/02/2016 perante a Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico, com o objetivo de firmar Termo de Ajuste de Conduta visando à regularização dos empreendimentos, sendo que os empreendedores tomaram ciência em 01/02/2016, os mesmos requereram, em 05 de fevereiro de 2016, a redesignação de outra data para a realização da reunião e sugerindo para meados do mês de Março/2016, sendo deferido pela municipalidade (fls.641/728);

Considerando o teor da ATA DE REUNIÃO realizada no dia 08 de março de 2016 (fls.729/731) pela municipalidade com os empreendedores para darem continuidade ao que fora avençado na Ata de Reunião realizada em 04/12/2015 sobre as infraestruturas dos três empreendimentos imobiliários, bem como em atendimento às NOTIFICAÇÕES SPMACTDE Nº 003/2016, 004/2016 E 005/2016 e acordaram o seguinte:



- 1) A área ofertada pelos empreendedores para substituição dos lotes caucionados nos empreendimentos A3 e A4 correspondente a 242.2438,91 m², cujo valor venal é de R\$46,00 (quarenta e seis reais) o metro quadrado, consoante a Lei Complementar 08/2013, Anexo III, prescreve que reduz para 15% a área tributável e, sendo os valores dos lotes já microparcelados, ou seja, o valor de R\$46,00 (quarenta e seis reais) o m², a área microparcelada possível de descaucionamento em função da área não microparcelada ofertada mede 36.365 m², os empreendedores, no prazo de 10 dias, contados desta reunião, ofertará áreas complementares para o descaucionamento total requerido. Podendo apresentar nova proposta de descaucionamento.
- 2) Quanto à iluminação pública dos empreendimentos A3 e A4 os empreendedores se obrigam a substituírem todas as luminárias instaladas por outras em atendimento aos padrões exigidos pela municipalidade e ABNT, inclusive apresentará plano de substituição das luminárias, no prazo de 60 (sessenta) dias. O Município receberá a iluminação pública por empreendimento. Até o recebimento a manutenção da iluminação pública é de exclusiva responsabilidade dos empreendedores.
- 3) O Plano de substituição das luminárias da iluminação pública deverá contemplar somente as ruas onde houver edificações, onde não houver, bem como no empreendimento A5, as luminárias deverão ser entregues pelos empreendedores na Secretaria Municipal de Infraestrutura, a qual será responsável pela instalação das mesmas de acordo com a ocupação dos empreendimentos.
- 4) Os empreendedores apresentaram proposta de alteração de projetos de drenagem modificando parâmetros de cálculos hidrológicos. O corpo técnico da municipalidade se reunirá até o dia 18/03/2016, onde o município apresentará os parâmetros mínimos para a readequação dos projetos de drenagem a serem apresentados pelos empreendedores, a partir daí, os empreendedores se obrigam a entregarem os projeto até 02/05/2016 e a municipalidade analisará estes até o dia 17/05/2016.
- 5) A alteração do projeto urbanístico proposta pelo empreendedor do A5 já foi analisada pela municipalidade e a Secretaria de Planejamento emitirá, no prazo de 10 (dez) dias, a aprovação da mesma.
- 6) Após o cumprimento de todo o avençado nas reuniões realizadas até a presente data será celebrado o Termo de Ajuste de Conduta com a Municipalidade.

Considerando o teor do requerimento dos empreendedores protocolado em 06/05/2016 no Gabinete do Prefeito (fls.735/764) onde a empresa A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (JARDIM DOS IPÊS III) oferece em garantia áreas de sua titularidade em substituição aos lotes caucionados pelas empreendedoras A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (JARDIM DOS IPÊS I) e A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (JARDIM DOS IPÊS II), conforme consta da lista descrita no ANEXO I e no ANEXO II (fls.738/746);



Considerando que a Secretaria Municipal de Infraestrutura solicitou, em 03 de novembro de 2016, aos empreendedores através dos Ofícios SEMINF OF-733 e SEMINF OF-734, a apresentação do projeto de Iluminação Pública de todo parque luminotécnico embasado nas Normas Brasileira pertinentes para a devida apreciação e aprovação técnica executiva para posterior recebimento da iluminação pública dos empreendimentos denominados de loteamento JARDIM DOS IPÊS I e JARDIM DOS IPÊS II (fls. 757/764);

Considerando que as empresas empreendedoras, em 07 de dezembro de 2016, protocolaram o Ofício nº 053/2016-JUR. A3/A4/A5, onde solicitam realização de uma reunião para o dia 15/12/2016, preferencialmente às 10hs para apreciarem os assuntos abaixo apontados, afim de que seja concluída sua análise para inclusão e assinatura do Termo próprio (fls.765):

- i. *“Já foi apresentado o Projeto de Drenagem dos Loteamentos Jardim dos Ipês I e II, encontrando-se para aprovação pela Prefeitura de Araguaína desde Outubro p.p;*
- ii. *Já foram ofertados os lotes liberados do Jardim dos Ipês III para substituição dos lotes caucionados dos loteamentos Jardim dos Ipês I e II, inclusive com a compatibilidade de suas avaliações com base na Planta de Valores do município;*
- iii. *Já foi apresentado em 10.06.2016 a alteração do Projeto Urbanístico do Jardim dos Ipês III, sendo sua aprovação pela Prefeitura condição para que a empreendedora possa refazer o PRAD inicialmente previsto para o local, e então apresenta-lo ao NATURATINS, e assim atender Recomendação do Ministério Público Estadual nº 47/2016.”;*

Considerando que por ocasião da realização da Reunião com os empreendedores, no dia 19 de dezembro e 2016, na Sala de Reuniões do Gabinete do Prefeito de Araguaína, onde foi sugerido o oferecimento de Seguro Garantia em substituição aos lotes caucionados para garantir as obras de infraestrutura básica nos loteamentos JARDIM DOS IPÊS I e JARDIM DOS IPÊS II, bem como apresentação do Projeto Elétrico pertinente à Iluminação Pública e apresentação dos projetos complementares aos Projetos de Drenagem Pluvial; e finalmente apresentação pelo A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA das modificações no Projeto Urbanístico do loteamento JARDIM DOS IPÊS III;

Considerando que os empreendedores A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (JARDIM DOS IPÊS I) e A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (JARDIM DOS IPÊS II) comunicaram a municipalidade, em 21 de dezembro de 2016, através do Ofício nº 003/2016 (fls. 766) onde protocola a entrega do Termo de Adesão para Incorporação de Rede Particular sem ônus nº 22.2012/CAC/CELTINS E Nº 37.2012/CAC/CELTINS e Termo de Recebimento de Obras pela SANEATINS relativos aos seus empreendimentos (fls.767/781);



Considerando que foi protocolado, em 21 de dezembro de 2016, perante a Secretaria Municipal de Planejamento, Meio Ambiente, Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico o Ofício nº 002/2016 encaminhando os projetos complementares para emissão do termo de aprovação do Projeto de Drenagem Pluvial do Loteamento Jardim dos Ipês I e II (fls.782/783), cuja aprovação se deu através dos Termos de Aprovação emitido em 17/01/2017 pela SPMACTDE e acostados às fls. 784/786 dos autos do processo administrativo nº 1.532/2013;

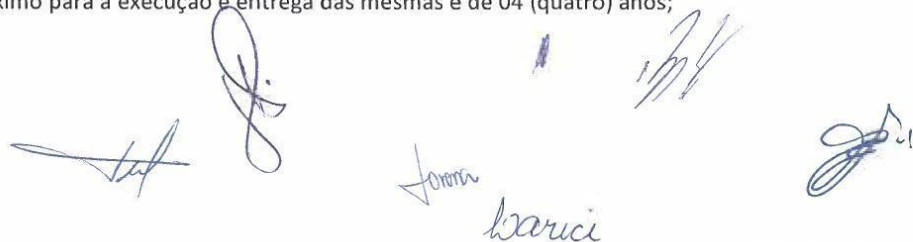
Considerando que os empreendedores apresentaram os projetos da rede de iluminação pública em conformidade com as normas técnicas vigentes da ABNT que estabelece as condições mínimas exigidas para projetos de iluminação e especificações de materiais de iluminação pública, sendo os projetos executados e fiscalizados, todas as luminárias estão de acordo com os projetos apresentados e aprovados pela SEINFRA (fls. 789, 790 e 819) em 17 de março de 2017, cujo entrega já ocorreu pelas loteadoras na forma exigida pela Prefeitura, sendo a partir de então sua responsabilidade pela manutenção, ressalvada a garantia;

Considerando que os empreendedores juntaram aos autos (fls. 792/814), as licenças ambientais renovadas pelo NATURATINS, no caso, as Licenças Prévia (LP) e de Instalação (LI) dos três empreendimentos (A3, A4 e A5), em 17 de abril de 2017 via e-mail;

Considerando que a municipalidade através da Secretaria Municipal de Planejamento e Tecnologia, em 19 de abril de 2017, autorizou as empresas empreendedoras A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA. (Jardim dos Ipês I) e A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA. (Jardim dos Ipês II) a iniciarem a execução das obras de Drenagem Pluvial nos referidos empreendimentos em conformidade com os projetos apresentados e aprovados pela municipalidade, conforme demonstra o Termo de Autorização acostado às fls. 815/816 dos autos;

Considerando que as obras de infraestruturas, executadas e existentes, nos três empreendimentos foram vistoriadas, conjuntamente, por engenheiros indicados pela municipalidade e pelas empreendedoras, confirmando assim a situação atual das obras de infraestruturas já executadas nos empreendimentos em comento, conforme demonstram os Relatórios elaborados em conjunto, integrantes do presente instrumento;

Considerando que se encontram vencidos todos os prazos para a execução das obras de infraestrutura básica dos três empreendimentos em questão, haja vista que a Lei Federal nº 6.766/1979 e suas posteriores alterações estabelece que o prazo máximo para a execução e entrega das mesmas é de 04 (quatro) anos;



Handwritten signatures in blue ink, including a large signature on the left, a signature in the middle, and a signature on the right. The name 'Jovana Karici' is written in blue ink below the middle signature.

Considerando a existência de comercialização dos lotes caucionados pelos empreendedores A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (JARDIM DOS IPÊS I) e A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (JARDIM DOS IPÊS II), conforme demonstram os documentos constantes dos autos do processo administrativo nº 1.532/2013;

Considerando que a legislação municipal permite a substituição de caução dos lotes oferecidos em garantia por Apólice de Seguro Garantia, nos termos do Decreto Municipal nº 350, de 26 de março de 2015;

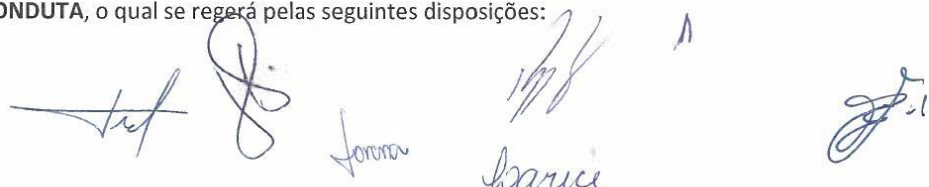
Considerando que a empresa A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA, empreendedora do Loteamento "Jardim dos Ipês", nesta urbe, apresentou em 03 de julho de 2017 a Apólice de Seguro Garantia nº 0306920179907750178508000 que tem por objetivo à garantia do Contrato decorrente do Processo SMF 2041/2010, conclusão de obras de infraestrutura do Loteamento Jardim dos Ipês 1, na cidade de Araguaína/TO, cujo valor da Apólice de Seguro Garantia é no valor de R\$ 6.438.000,00 (seis milhões e quatrocentos e trinta e oito mil reais), com início de vigência em 27/06/2017 e fim de vigência em 27/06/2019, (processo administrativo nº 756/2017);

Considerando que a empresa A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA, empreendedora do Loteamento "Jardim dos Ipês II", nesta urbe, apresentou em 03 de julho de 2017 a Apólice de Seguro Garantia nº 0306920179907750178510000 que tem por objetivo à garantia do Contrato decorrente do Processo SMF 3743/2011, conclusão de obras de infraestrutura do Loteamento Jardim dos Ipês 2, na cidade de Araguaína/TO, cujo valor da Apólice de Seguro Garantia é no valor de R\$ 6.984.000,00 (seis milhões e novecentos e oitenta e quatro mil reais), com início de vigência em 27/06/2017 e fim de vigência em 27/06/2019 (processo administrativo nº 757/2017);

Considerando que os pareceres técnicos emitidos pela Secretaria Municipal da Fazenda atestam a veracidade das apólices acima mencionadas;

Considerando que a empresa A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA, empreendedora do Loteamento "Jardim dos Ipês III", apresentou a readequação ao projeto urbanístico e seus complementares, os quais foram aprovados pela municipalidade, entre as quadras, lotes e ruas impactadas pela readequação urbanística, encontram-se todos os 44 (quarenta e quatro) lotes da Quadra nº 121, os quais haviam sido ofertados em caução à municipalidade para garantir a execução das obras de infraestrutura básica no referido loteamento.

Resolvem celebrar o presente **TERMO DE AJUSTE DE CONDOTA**, o qual se regerá pelas seguintes disposições:

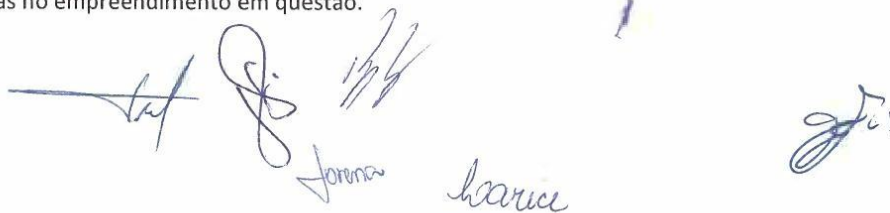


CLÁUSULA PRIMEIRA:

1.1. As COMPROMISSADAS A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês I), A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês II) e A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês III), reconhecem a atribuição constitucional do MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA, Estado do Tocantins no seu dever de promover a defesa dos interesses transindividuais (difusos, coletivos e individuais homogêneos, conforme artigos 81 e 82 da Lei 8.078/90) de forma a garantir uma vida digna as presentes e futuras gerações, especialmente no que se refere à ordem urbanística, ficando ciente de que o descumprimento do presente Termo pode ser adimplido forçosamente através de Ação de Execução, visto que o documento em tela se reveste de forma como título executivo extrajudicial, conforme artigo 5º, § 6º, da Lei 7.347/85, art. 814, do Novo Código de Processo Civil e art. 1.025 do Código Civil.

1.2. A COMPROMISSADA A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA, reconhece que o prazo para a execução das obras de infraestruturas do loteamento "Jardim dos Ipês I" é de quatro (04) anos e que findou em 05 de maio de 2014, haja vista que a aprovação ocorreu através do Decreto Municipal nº 038/2010, de 05 de maio de 2010, bem como reconhece que por ocasião da aprovação do empreendimento não foram exigidos e nem apresentados os projetos de drenagem pluvial profunda e superficial, conforme legislação pertinente e as obras de infraestruturas executadas necessitam de reparos em conformidade com o Relatório de Vistoria conjunta, integrante deste instrumento, bem como a existência de comercialização dos lotes caucionados pela empreendedora à municipalidade para garantir execução das obras de infraestruturas básicas no empreendimento em questão.

1.3. A COMPROMISSADA A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA, reconhece que o prazo para a execução das obras de infraestruturas do loteamento "Jardim dos Ipês II" é de quatro (04) anos e que findou em 17 de junho de 2015, haja vista que a aprovação ocorreu através do Decreto Municipal nº 032/2011, de 17 de junho de 2011, bem como reconhece que por ocasião da aprovação do empreendimento não foram exigidos e nem apresentados os projetos de drenagem pluvial profunda e superficial, conforme legislação pertinente e as obras de infraestruturas executadas necessitam de reparos em conformidade com o Relatório de Vistoria conjunta, integrante deste instrumento, bem como a existência de comercialização dos lotes caucionados pela empreendedora à municipalidade para garantir execução das obras de infraestruturas básicas no empreendimento em questão.



1.4. A COMPROMISSADA A5 EMPREENDIMENTOS

IMOBILIÁRIOS LTDA, reconhece que o prazo para a execução das obras de infraestruturas do loteamento “Jardim dos Ipês III” é de quatro (04) anos e que findou em 08 de outubro de 2016, haja vista que a aprovação ocorreu através do Decreto Municipal nº 051/2012, de 08 de outubro de 2012, bem como a necessidade de readequação do projeto de drenagem superficial e profunda e readequação do projeto urbanístico para atender o que preconiza a Lei nº 6.766/1979 e a Lei Municipal nº 2.494/2006.

CLÁUSULA SEGUNDA:

As COMPROMISSADAS A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês I), A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês II) e A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês III) em razão das considerações constante na Cláusula Primeira e visando ajustar integralmente às normas de parcelamento do solo urbano e de proteção ao meio ambiente e à ordem urbanística, assumem o compromisso e a responsabilidade das obrigações adiante estipuladas.

CLÁUSULA TERCEIRA:

As COMPROMISSADAS assumem o compromisso e a responsabilidade das Obrigações de Fazer e de Não Fazer consubstanciadas em:

3.1. A A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA (Loteamento Jardim dos Ipês I), obriga-se a:

I – Executar e concluir até 31 de dezembro de 2017 as obras de drenagem superficial e profunda em conformidade aos projetos apresentados e aprovados pela municipalidade, os quais integram o presente instrumento, e os reparos necessários apontados no Relatório de Vistoria conjunta, datado de 03 de agosto de 2017, integrante deste instrumento, ressalvada a vistoria final.

II – a prorrogar a vigência da *Apólice de Seguro Garantia nº 0306920179907750178508000, emitida pela Pottencial Seguradora S/A em favor do MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA/TO, no valor de R\$ 6.438.000,00 (seis milhões, quatrocentos e trinta e oito mil reais)*, em atendimento ao disposto no Decreto Municipal nº 350, de 26 de Março de 2015, cuja apólice tem por objetivo a garantia do Contrato decorrente do Processo SMF 2041/2010, conclusão de obras de infraestrutura do Loteamento Jardim dos Ipês 1, na cidade de Araguaína/TO, e ora é ofertada em substituição aos lotes caucionados e a seguir enumerados: Quadra nº 20, lotes 07 a 28 e 36 a 57; Quadra nº 21, lotes 06 a 28 e 36 a 58; Quadra nº 22, lotes 06 a 29 e 37 a 60; Quadra nº 23, lotes 06 a 30 e 38 a 62; Quadra nº 26, lotes 07 a 28 e 36 a 57; Quadra nº 27, lotes 07 a 27 e 35 a 55; e Quadra nº 28, lotes 08 a 27 e 34 a 53, todos situados no Loteamento Jardim dos Ipês I, nesta urbe.



3.2. A A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA
(Loteamento Jardim dos Ipês II), obriga-se a:

I – Executar e concluir até 31 de dezembro de 2018 as obras de drenagem superficial e profunda em conformidade aos projetos apresentados e aprovados pela municipalidade, os quais integram o presente instrumento, e os reparos necessários apontados no Relatório de Vistoria conjunta, datado de 26 de maio de 2017, integrante deste instrumento, ressalvada a vistoria final.

II – a prorrogar a vigência da *Apólice de Seguro Garantia nº 0306920179907750178510000, emitida pela Pottencial Seguradora S/A em favor do MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA/TO, no valor de R\$ 6.984.000,00 (seis milhões e novecentos e oitenta e quatro mil reais), em atendimento ao disposto no Decreto Municipal nº 350, de 26 de Março de 2015, cuja apólice tem por objetivo a garantia do Contrato decorrente do Processo SMF 3743/2011, conclusão de obras de infraestrutura do Loteamento Jardim dos Ipês 2, na cidade de Araguaína/TO, e ora é ofertada em substituição aos lotes caucionados e a seguir enumerados: Quadra nº 52, lotes 01 a 60; Quadra nº 76, lotes 36 a 60 ; Quadra nº 77, lotes 01 a 60 ; Quadra nº 78, lotes 01 a 60 ; Quadra nº 79, lotes 01 a 60 ; Quadra nº 80, lotes 01 a 60, todos situados no Loteamento Jardim dos Ipês II, nesta urbe.*

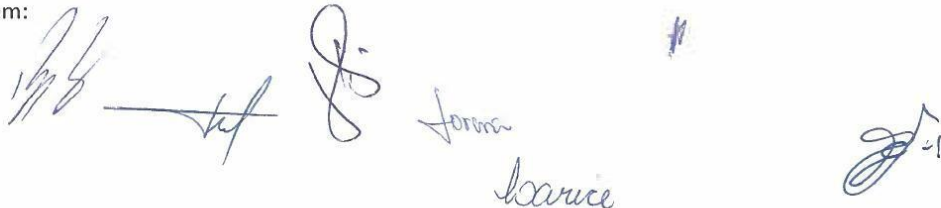
3.3. A A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA
(Loteamento Jardim dos Ipês III), obriga-se a:

I – Executar e concluir até 31 de dezembro de 2018 as obras de drenagem superficial e profunda em conformidade aos projetos apresentados e aprovados pela municipalidade, os quais integram o presente instrumento, e os reparos necessários apontados no Relatório de Vistoria conjunta, datado de 17 de maio de 2017, integrante deste instrumento, ressalvada a vistoria final.

II – Proceder à doação ao MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA – TO, sem qualquer ônus para este, no prazo de até 210 (duzentos e dez) dias, contados da assinatura do presente TAC, de todos os lotes microparcelados e situados em área alagadiça, em conformidade com a readequação do projeto urbanístico aprovado pela municipalidade, integrante do presente TAC, correndo por conta do empreendedor as despesas cartorárias de escrituração e registro junto ao Cartório de Registro de Imóveis de Araguaína – TO.

CLÁUSULA QUARTA:

4.1. Em contrapartida o MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA assume o compromisso e a responsabilidade das Obrigações de Fazer e de Não Fazer consubstanciadas em:



Handwritten signatures and initials, including the name "Jovana" and "Carice".

I – Fiscalizar e exigir das COMPROMISSADAS **A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA., A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA. e A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.** o cumprimento do disposto na Cláusula Terceira, inclusive com a apresentação do Diário de Obra pelas COMPROMISSADAS, devendo este ser rubricado pelo fiscal da municipalidade a cada 15 (quinze) dias;

II – Emitir, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da comunicação protocolada pelas COMPROMISSADAS, de forma conjunta ou separadamente, a quitação do cumprimento integral das obrigações assumidas individualmente e constantes deste TAC, cuja quitação se dará após vistoria *in loco* e havendo algum apontamento pela municipalidade, a(s) COMPROMISSADA(S) terá(ão) até 30 (trinta) dias para corrigir ou apresentar suas considerações; não havendo mais qualquer objeção, a municipalidade deverá receber as obras em igual prazo;

III - Em cumprimento ao disposto nos itens 3.1, II e 3.2, II da Cláusula Terceira, a municipalidade deverá, no prazo de **15 (quinze) dias**, após a assinatura do presente instrumento, expedir ato substituindo os lotes caucionados e abaixo enumerados, ofertados em garantia à execução das obras de infraestrutura básica dos loteamentos Jardim dos Ipês I e II pelas respectivas Apólices de Seguro Garantia nº 0306920179907750178508000 e nº 0306920179907750178510000:

A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA

- Quadra nº 20, lotes 07 a 28 e 36 a 57;
- Quadra nº 21, lotes 06 a 28 e 36 a 58 ;
- Quadra nº 22, lotes 06 a 29 e 37 a 60 ;
- Quadra nº 23, lotes 06 a 30 e 38 a 62;
- Quadra nº 26, lotes 07 a 28 e 36 a 57;
- Quadra nº 27, lotes 07 a 27 e 35 a 55;
- Quadra nº 28, lotes 08 a 27 e 34 à 53.

A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA

- Quadra nº 52, lotes 01 a 60;
- Quadra nº 76, lotes 36 a 60 ;
- Quadra nº 77, lotes 01 a 60 ;
- Quadra nº 78, lotes 01 a 60 ;
- Quadra nº 79, lotes 01 a 60 ;
- Quadra nº 80, lotes 01 a 60



Handwritten signatures and initials, including the name "Jorana" and "Carice".

IV - Em decorrência da aprovação da readequação do projeto urbanístico da empresa A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA. (Jardim dos Ipês III), a municipalidade deverá, no prazo de **15 (quinze) dias**, após a assinatura do presente instrumento, expedir ato retirando a caução dos lotes nº 01 a 44 da QUADRA nº 121 do loteamento em comento, ofertados em garantia à execução das obras de infraestrutura básica no referido empreendimento, haja vista que os mesmos integrarão o patrimônio público municipal através de doação, bem como proceder o cancelamento de eventuais lançamentos de Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU incidentes sobre os lotes impactados pela readequação do projeto urbanístico.

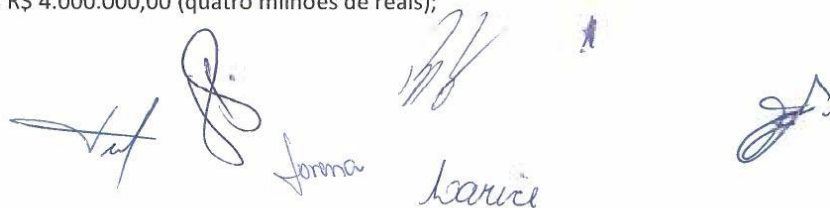
CLÁUSULA QUINTA:

5.1. Em caso de descumprimento total ou parcial de qualquer das obrigações assumidas no presente Termo de Ajustamento de Conduta, importará às COMPROMISSADAS que der causa:

- a) Para o descumprimento do disposto nos **incisos I dos itens 3.1, 3.2 e 3.3, da Cláusula Terceira**, multa diária de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) até o seu efetivo adimplemento e limitando a R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais);
- b) Para o descumprimento do disposto no **inciso II dos itens 3.1 e 3.2 da Cláusula Terceira**, multa diária de R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais) até o seu efetivo adimplemento e limitando a R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais);
- c) Para o descumprimento do disposto nos **incisos II do item 3.3 da Cláusula Terceira**, numa multa diária de R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais) até o seu efetivo adimplemento e limitando a R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais);

5.2. Em caso de descumprimento total ou parcial de qualquer das obrigações assumidas no presente Termo de Ajustamento de Conduta, importará aos COMPROMITENTES que der causa:

- a) Para o descumprimento do disposto nos **incisos I e II do item 4.1 da Cláusula Quarta**, multa diária de R\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais) até o seu efetivo adimplemento e limitando a R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais);
- b) Para o descumprimento do disposto nos **incisos III, IV e V do item 4.1 da Cláusula Quarta**, multa diária de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) até o seu efetivo adimplemento e limitando a R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais);



Handwritten signatures of the parties involved in the agreement, including names like 'Jorma' and 'Leonice'.

5.3. As multas serão corrigidas monetariamente e acrescidas dos juros legais a partir da presente data, adotando-se para tanto os índices utilizados pelo Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins para correção dos débitos judiciais, até o adimplemento total da obrigação, independentemente da Ação de Execução da Obrigação de Fazer ou Não Fazer, bem como de qualquer notificação, nos termos do disposto no parágrafo 6º do artigo 5º da Lei Federal nº 7.347/85, sem prejuízo da responsabilização civil, administrativa e penal decorrente dos danos causados.

5.4. Em nenhuma hipótese o pagamento da multa eximirá as partes ao cumprimento da Lei e das obrigações assumidas, dentro do tempo e forma aqui ajustados, que poderá ser objeto de execução específica de obrigação de fazer ou não fazer.

5.5. O não pagamento da multa implicará em sua cobrança judicial pela Fazenda Pública, com correção monetária, juros de 1% (um por cento) e multa penal de 10% (dez por cento) sobre o montante devido. As multas estabelecidas serão recolhidas em conta bancária vinculada ao Juízo da Vara da Fazenda e Registros Públicos da Comarca de Araguaína, sendo os valores utilizados para o cumprimento dos fins estabelecidos no presente Termo de Ajustamento de Conduta. Caso ocorra, ao final, saldo remanescente, este será depositado no Fundo Municipal do Meio Ambiente.

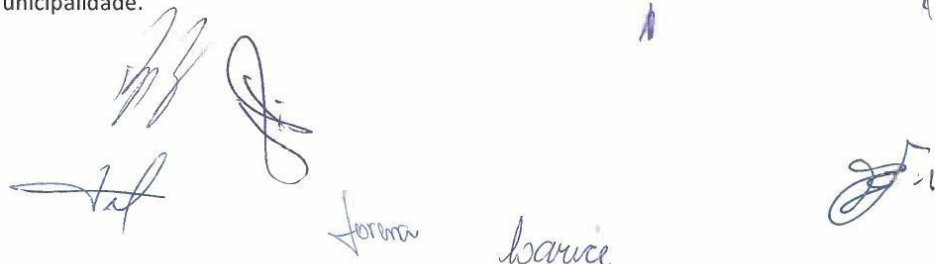
5.6. O MUNICÍPIO DE ARAGUAÍNA, após conclusão de Processo Administrativo, reservar-se-á o direito de resgatar imediatamente as Apólices de Seguro Garantia constantes dos itens 3.1, II e 3.2, II caso ocorra o descumprimento das obrigações assumidas pelas COMPROMISSADAS A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA e A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.

CLÁUSULA SEXTA:

6.1. As partes definirão, em conjunto, os locais onde deverão ser executadas as obras de sarjeta nos três empreendimentos das COMPROMISSADAS, cujas obras deverão obedecer aos prazos estabelecidos neste instrumento.

6.2. O presente Termo de Ajustamento de Conduta obriga a todos os sucessores, a qualquer título, das COMPROMISSADAS e COMPROMITENTES ao cumprimento das obrigações assumidas, sendo ineficaz qualquer estipulação em contrário.

6.3. O presente Termo de Ajustamento de Conduta não inibe ou restringe as ações de controle, fiscalização, monitoramento e de licenciamento pela municipalidade.



CLÁUSULA SÉTIMA:

7.1. O presente Termo de Ajustamento de Conduta tem vigência limitada ao prazo necessário ao cumprimento de todas as obrigações fixadas neste instrumento, tendo como seu início a data de sua assinatura, podendo ser revisto a qualquer tempo, mediante Termo Aditivo, na ocorrência de caso fortuito.

7.2. Ressalva-se que, a qualquer tempo, os COMPROMITENTES, diante de novas informações ou se assim as circunstâncias o exigirem, poderá retificar ou complementar este Ajustamento de Conduta, determinando outras providências que se fizerem necessárias, mediante Termo Aditivo.

7.3. Todas as comunicações, em decorrência das obrigações assumidas neste instrumento, deverão ser feitas, por escrito.

7.4. Ao final, quando do recebimento dos empreendimentos pela Municipalidade, as partes farão, conjuntamente, uma vistoria completa, onde serão avaliadas todas as obras constantes do Decreto de aprovação de cada loteamento, bem como as constantes das obrigações assumidas neste instrumento, ressalvando àquilo já recebido pela Prefeitura de Araguaína e Concessionárias Públicas, conferindo sua regularidade em conformidade com os projetos aprovados e do padrão da municipalidade, quando da assinatura do presente TAC.


CLÁUSULA OITAVA:

8.1. Elegem as partes, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, o foro da Comarca de Araguaína-TO para dirimir quaisquer dúvidas ou conflitos oriundos do presente Termo, o qual tem as partes por irretroatável e irrevogável.

8.2. Para que o presente Termo de Ajustamento de Conduta possa surtir seus jurídicos e legais efeitos, foi lavrado em 08(oito) vias de igual teor e forma, vai devidamente assinado pelo Município de Araguaína, pela Procuradoria-Geral do Município, pela SEPLANTE, pela SEINFRA, pela SEDEMA e pelas COMPROMISSADAS e pelas testemunhas. ✓

Araguaína - TO, 31 de agosto de 2017.

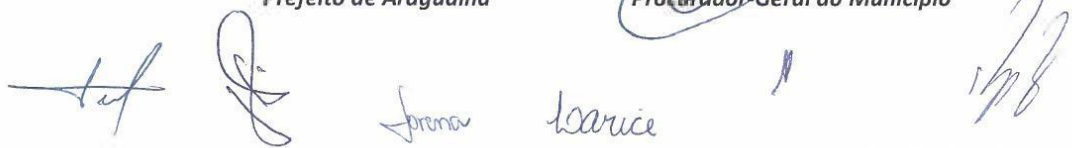
COMPROMITENTES:



Ronaldo Dimas Nogueira Pereira
Prefeito de Araguaína



Gustavo Fidalgo e Vicente
Procurador-Geral do Município



Handwritten signatures of witnesses: "tel", "Jorena", "Leauce", and others.



Frederico Minharro Prado
Secretário SEPLANTE



Simão Moura Fé Ribeiro
Secretário SEINFRA

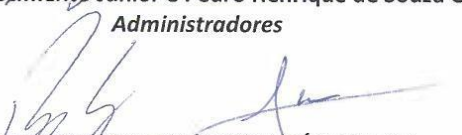


Angelo Crema Marzola Júnior
Secretário SEDEMA

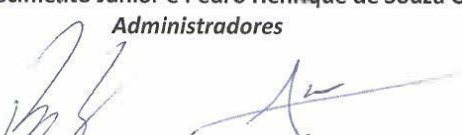
COMPROMISSADAS:



A3 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.
Fernando Iberê Nascimento Junior e Pedro Henrique de Souza Campos Roriz
Administradores



A4 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.
Fernando Iberê Nascimento Junior e Pedro Henrique de Souza Campos Roriz
Administradores



A5 EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.
Fernando Iberê Nascimento Junior e Pedro Henrique de Souza Campos Roriz
Administradores

TESTEMUNHAS:

1) Carice Eduardo dos Santos; 2) Jonas Alves Nunes Batista;
NOME: NOME:
RG: 883.549 SSP/TO RG: 860.253 SSP/TO.



Relatório de Vistoria

1. Dados Gerais

Loteamento Jardim dos Ipês III – Araguaína / TO
A5 Empreendimentos Imobiliários LTDA
CNPJ: 13.188.034/0001-01

2. Objetivo

O objetivo deste documento é relatar os procedimentos adotados na vistoria da obra, as pendências e irregularidades encontradas, e as recomendações para correção dos mesmos.

3. Procedimento Adotado

A inspeção foi conduzida através da verificação da conformidade da execução dos serviços em relação aos requisitos das especificações técnicas descritas em projetos e memoriais aprovados pela Secretaria Municipal de Planejamento e Tecnologia no dia 17/01/2017. Os procedimentos adotados foram:

- Avaliação da qualidade dos serviços executados, em relação aos padrões exigidos nas especificações técnicas em projeto;
- Registro fotográfico das irregularidades identificadas, sendo apresentado em anexo um relatório fotográfico com as imagens numeradas conforme sequência do arquivo KMZ, arquivo esse gerado por um GPS, exibindo assim a imagem na sua real localização dentro do loteamento, e também na sequência das irregularidades apontadas no Quadro 1.
- Testes nos sistemas de drenagem e climatização.

4. Pendências, Irregularidades e Recomendações

No Quadro 1 apresentado ao final do relatório, é apontado as irregularidades e/ou pendências identificadas in loco, como também as recomendações para resolução de cada apontamento.

5. Considerações Finais

Diante das não conformidades técnicas construtivas citadas no Quadro 1, ressaltamos alguns itens de supra importância.

- A execução da rede de drenagem não obedeceu ao projeto aprovado pela Secretaria Municipal de Planejamento e Tecnologia do município, ocasionando assim diversos serviços faltantes, são eles:
 - Rede de drenagem do lote 02, na Avenida Portugal;
 - Adicionar a mesma rede de drenagem do lote 02 entre a rua 03 e rua 02, na Avenida Espanha entre as mesmas ruas;
 - Adicionar três bocas de lobo dupla no trevo da rua C e rua 06, fazendo seus lançamentos no gabião 06;
 - Rede de drenagem do lote 03, iniciando na Avenida Europa, percorrendo a rua 73 A, finalizando nos lançamentos 02 e 03;
 - Rede de drenagem da rua 83, finalizando no lançamento 04;
 - Dissipador de energia em gabião dos lançamentos 04, 05 e 06;
- Não foi visto nenhum poço de visita, portanto orienta-se executar os mesmos conforme projeto aprovado.
- Orienta-se realizar topografia para definição e locação de todos os pontos em questão.
- Sugere-se a revitalização de todo o pavimento deteriorado, reciclando e pavimentando os pontos apontados no relatório fotográfico.
- Apresentar projeto de as built da rede de drenagem e pavimentação.

6. Encerramento

Este Laudo de vistoria do Loteamento Jardim dos Ipês III, foi elaborado pela Engenheira Civil Lorena Alves Nunes Batista, CREA 205097/D-TO, representando a Prefeitura Municipal de Araguaína, e o Engenheiro Civil Matheus R. Martins, CREA 1250330/D-TO, representando o a empresa A5 Empreendimentos Imobiliários LTDA.

Quadro 1 – Imagem / Irregularidade, Pendências / Recomendações

OCORRÊNCIA	IRREGULARIDADE / PENDÊNCIAS	RECOMENDAÇÕES
01	Assoreamento / Acumulo de material (areia, entulho de obra, lixo)	Executar limpeza das ruas assoreadas, retirar entulhos nas bocas de lobo e da areia nas descidas d'água, sendo feita essa limpeza periodicamente.
02	Meio fio danificado (deteriorado) / Falta de meio fio / Meio fio desalinhado	Refazer meio fio. O material deverá ser dosado racional e experimentalmente para uma resistência característica à compressão mínima de 15 Mpa de no mínimo 28 dias, tendo sempre controle de execução.
03	Buraco	Delimitar a área a ser recortada, formando uma figura geométrica de lados definidos, recortando o revestimento a ser removido até a cota da base, sub-base ou subleito desejado, fazer a limpeza da área, definir o volume, efetuando o espalhamento e compactação do material, limpar a área para a execução da pintura de ligação em seguida o preenchimento com CBUQ.
04	Erosão ao longo do meio fio	Ausência de sarjeta. Fazer o preparo e regularização da superfície de assentamento, confeccionar com material resistente e seu acabamento deve ser bem liso para facilitar o escoamento das águas.
05	Ausência de sarjeta	Executar sarjeta conforme Decreto N° 051/2012, com a função de transportar longitudinalmente ao eixo das ruas as águas pluviais entre dois pontos determinados pelo projeto de drenagem.
06	Ausência de boca de lobo	Executar boca de lobo fazendo assim sua função de captação de água conforme projeto aprovado.
07	Ausência de gabião	Executar gabião conforme projeto aprovado.
08	Desagregação da brita / Desgaste	Refazer/revitalizar a capa asfáltica
09	Remendo	Refazer todo a área danificada, reciclando desde a base até o pavimento.
10	Boca de Lobo acima do nível da rua / Boca de lobo estourada	Rebaixar e/ou refazer boca de lobo, fazendo assim sua função de captação de água conforme projeto aprovado.

11	Ausência de descida d'água / Descida d'água danificada e/ou não executada conforme projeto aprovado / Dissipador de Energia	Executar descida d'água com a função de conduzir as águas captadas por outros dispositivos de drenagem, conforme projeto aprovado.
----	---	--

Frederico Minharro Prado
Secretaria Municipal de Planejamento e
Tecnologia

Lorena Alves Nunes Batista
Engenheira Civil
CREA 205097/D-TO

Ricardo Henrique Morais e Silva
A5 Empreendimentos Imobiliários LTDA
Loteamento Jardim dos Ipês III

Matheus R. Martins
Engenheiro Civil
CREA 1250330/D-TO