



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CAMPUS PROFESSOR ALBERTO CARVALHO
DEPARTAMENTO DE LETRAS DE ITABAIANA – DLI

ANILZE DE JESUS ANDRADE

**A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO PAPA FRANCISCO NA MÍDIA:
UMA ANÁLISE DISCURSIVA EM CAPAS DE REVISTAS**

Itabaiana/SE

2017

ANILZE DE JESUS ANDRADE

**A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO PAPA FRANCISCO NA MÍDIA:
UMA ANÁLISE DISCURSIVA EM CAPAS DE REVISTAS**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Letras
Português da Universidade Federal de Sergipe, Campus
Prof. Alberto Carvalho, para obtenção do título de
Graduada em Letras.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Elias Verdiani Tfouni

Itabaiana/SE

2017

ANAILZE DE JESUS ANDRADE

**A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO PAPA FRANCISCO NA MÍDIA:
UMA ANÁLISE DISCURSIVA EM CAPAS DE REVISTAS**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Licenciada em Letras Português e aprovado em sua forma final pelo curso de Letras Português da Universidade Federal de Sergipe.

Itabaiana, ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Fabio Elias Verdiani Tfouni – Orientador
Universidade Federal de Sergipe – UFS

Prof^a. Dr^a. Isabel Cristina Michelan de Azevedo
Universidade Federal de Sergipe – UFS

AGRADECIMENTOS

Inicio meus agradecimentos com uma frase de Marcelo Camelo: “É preciso força pra sonhar e perceber que a estrada vai além do que se vê”. Um ciclo começa a se fechar para que novos se abram.

Agradeço primeiramente ao nosso bom Deus, pelo dom da vida e por me manter firme rumo às minhas metas.

Agradeço aos meus pais, Carminha e Francisco, por sempre estarem juntos, mesmo nas dificuldades e se preocupando comigo, especialmente à minha mãe, pelas orações, pela dedicação e pelo amor a mim.

Aos meus irmãos, Tamires e Adailton, também pela preocupação e torcida.

Ao meu namorado, Henrique, por está ao meu lado, me apoiando e pelo fato de sua cuja presença servir de inspiração e tornar meus dias melhores.

Ao meu orientador, o Prof. Dr. Fábio Elias Verdiani Tfouni, pela sua contribuição, bem como pelos seus ensinamentos e sua paciência para a concretização deste trabalho.

É com grande contentamento e estima que agradeço de coração às pessoas que fizeram parte desse meu percurso acadêmico, de forma direta ou indiretamente. Aos meus amigos, que sempre acreditaram em mim, mesmo distantes; aos colegas, professores e todos que contribuíram para a conclusão dessa nova etapa, o meu muito obrigada.

RESUMO

Esta pesquisa é conduzida por meio da Análise de Discurso de linha francesa e embasada nas abordagens desenvolvidas por Orlandi (2002) e outros autores da área. Traz discussões a respeito dos conceitos de sujeito, discurso, ideologia, formações discursivas, relações de forças, entre outros termos pertencentes a essa corrente teórica, e, paralelamente a isso, tem-se uma discussão a respeito da mídia e seu comportamento diante de acontecimentos gerais e sobre sua grande influência e poder de manipulação. Nosso intento maior é compreender de forma analítica como a figura do papa Francisco é trazida pela mídia, quais valores lhe são atribuídos e como o momento de eleição de um novo papa foi repercutido mundialmente. O gênero capa de revista foi selecionado para este estudo, formando assim um *corpus* com capas das revistas *Veja*, *Carta Capital* e da *Época*, num total de oito capas que estampam a imagem do papa Francisco, haja vista que são revistas renomadas e de grande influência no país, com suas mais diversificadas matérias e seus conteúdos de interesse de uma grande massa brasileira. Nesse sentido, nossas análises mostraram o quanto o estudo de teoria da AD se faz importante no desenvolvimento profundo e compreensão do discurso e dos sentidos que rondam as enunciações.

Palavras-chave: Discurso. Mídia. Papa Francisco.

ABSTRACT

This work is conducted through French Discourse Analysis and based on the approaches developed by Orlandi (2002) and other authors of the area. It brings discussions about the concepts of subject, discourse, ideology, discursive formations, relations of forces, among other terms belonging to this theoretical area, and, at the same time to this, there is a discussion about the media and its behavior in the face of general events and about their great influence and power of manipulation. Our main aim is to understand in an analytical way how the figure of Pope Francisco is brought by the media, what values are attributed to him and how the moment of election of a new pope has been impacted worldwide. The magazine cover genre was selected for this study, thus forming a *corpus* with covers of magazines *Veja*, *Carta Capital* and *Época*, in a total of eight covers, which print the image of Pope Francisco, since they are renowned magazines and of great influence in the country, with its most diversified subjects and contents of interest to a large Brazilian mass. In this sense, our analysis showed how the study of AD theory is important in the development and deep understanding of speech and senses which surround the enunciations.

KEYWORDS: Discourse. Media. Pope Francisco.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
1 REFERENCIAL TEÓRICO DA ANÁLISE DE DISCURSO.....	10
1.2 O DISCURSO MUDIÁTICO.....	17
2 METODOLOGIA.....	19
3 ANÁLISE DO <i>CORPUS</i> SELECIONADO.....	22
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
REFERÊNCIAS.....	39

INTRODUÇÃO

Nós, enquanto seres humanos possuímos a linguagem como mediação imprescindível para se pôr ao mundo e se inserir na sociedade, e nessa condição de sujeito, nos constituímos numa conjuntura exteriorizada, sócio histórica. Portanto, estamos em todo momento carregados de ideologias, em contato com a linguagem e o mundo em relações interpessoais. E por isso a precisão de interpretar, de se colocar.

Dessa forma, torna-se importante e necessário a busca de conhecimento na área da Análise de Discurso (AD) e uma reflexão acerca da linguagem e da história que constitui o homem, para assim, como é trazido no prefácio de Orlandi 2002 “[...] situar melhor quando confrontados com a linguagem e, por ela, com o mundo, com os sentidos, com a história”. Posto isso, conduziremos essa pesquisa sob enfoque da Análise de Discurso de Linha Francesa (ADF) especulando o quadro epistemológico da AD e refletindo sobre seu campo, com a finalidade de trabalhar conceitos pertencentes a essa corrente de estudo e que torne viável nossa análise, que será referente à imagem do Papa Francisco trazido pela mídia e como ele é representado.

Iremos abordar conceitos mencionados pela a autora Eni Orlandi (2002), conceitos nomeadamente como o de discurso, sujeito, formação discursiva, ideologia entre outros de interesse para nosso curso de estudo. Portanto, nosso objetivo central é observar as construções ideológicas referentes à imagem do Papa Francisco, representada especificamente no gênero discursivo capa de revista, tendo em vista as mais conhecidas e com maior circulação, tais como a *Veja*, *Época* e *Carta Capital*. Sabemos que as capas de revistas não são produzidas aleatoriamente, toda sua estrutura, colocações de cores, linguagem verbal e não verbal, tem seu significado e estratégia para chamar atenção do leitor, portanto, todos esses aspectos serão levados em consideração na análise. Essas revistas são meios de comunicação conhecidas nacionalmente, tratam de diversos assuntos direcionados à classe média, trazendo temáticas políticas, econômicas, sociais, culturais, entre outros de interesse da sociedade.

A revista *Carta Capital* é publicada pela editora Confiança, fundada em 1994 e aborda diversos conteúdos e informações de todas as espécies. A *Veja* foi criada em 1968, publicada pela editora Abril, é também de grande circulação e aborda diversos assuntos de interesse global. Por fim, temos a *Época*, que por sua vez foi criada em 1998 e publicada pela editora

Globo, faz abordagem de conteúdos de todas as formas, valoriza bem a exploração de imagens, assim como também as outras revistas mencionadas.

Em fevereiro de 2013 o Papa Bento XVI noticiou sua renúncia, com a justificativa de que não possuía mais forças para continuar no cargo. Dessa forma, houve a necessidade de eleger um novo papa, uma nova autoridade máxima para a igreja católica, e esse acontecimento resultou numa multidão exaltada. No momento da eleição, na comunidade de Roma bem como no mundo inteiro, esperavam ansiosamente pelo pronunciamento/apresentação do novo papa. Confirmamos isso através dos noticiários daquele período e em outros veículos midiáticos como a revista *Coleção Grandes Líderes* que traz todo um panorama sobre o Papa Francisco e a Igreja católica. “Uma multidão curiosa e eufórica, que lotava a Praça São Pedro e aguardava o pronunciamento [...]” (COLEÇÃO GRANDES LÍDERES, p. 27)

A notícia alastrou-se ligeiramente trazendo assombro aos católicos, que além de surpresos ficaram confusos em relação a todo o processo de sucessão e o futuro da igreja católica com a substituição do papa. Em março de 2013, para a surpresa de muitos, tivemos a nomeação do novo papa, Jorge Mario Bergoglio, assumindo o nome de papa Francisco, sucedendo então o papa Bento XVI, ocupando então a posição do 266º papa da história. O mundo inteiro se voltou para essa mudança, pelo fato também de alguns aspectos curiosos, como o caso dele ser jesuíta e o primeiro não europeu. O fato de um latino-americano tornar-se um extremo poder católico agitou a sociedade, inclusive “encheu os olhos” da mídia, bem como diversas formas de comunicações.

Esse novo cenário católico não permitiu somente divulgar, refletir, trazer fiéis à igreja, mas movimentar o sistema capitalista midiático, na busca de lucro e favorecimento próprio.

Percebemos isso nas edições de revistas famosas de grande circulação, as quais aproveitaram do momento oportuno para expor a imagem do papa nas capas de diversas formas e cores. Portanto, será a partir dessa análise, das mencionadas revistas, que veremos como os discursos e construções ideológicas estão estampados nesse gênero.

É bastante pertinente justificar a escolha do *corpus*, a temática nos traz uma reflexão a respeito da mídia em geral, de como essa instância tem o poder de instigar e ganhar o sujeito para si. Por conseguinte, essa temática irá trazer algumas questões que irão contribuir na compreensão e na repercussão daquele momento histórico até os dias atuais, dentro da perspectiva da linguística, designadamente, na análise do discurso. Esboçamos as seguintes indagações: Como a imagem do papa é representada pela mídia? Quais ideologias são

atribuídas? O que há por trás dessa representação do papa? É nesse sentido que buscaremos desenvolver essa pesquisa, para que possamos ter uma visão ampla e significativa. Podendo assim, compreender a complexidade e o que há por trás dos discursos, na relação da língua e ideologia apresentados por sujeitos e compreendidos por eles de diversas formas, pois “Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive. O trabalho simbólico do discurso está na base de produção da existência humana.” (ORLANDI, 2002, p. 15) Assim sendo, enfatizaremos, como dito anteriormente, conceitos da AD bastante relevante, que diz respeito à constituição do sujeito relacionando ao discurso e toda sua formação.

No mundo atual, a mídia possui grande domínio sobre a sociedade, ela é extremamente capaz de modificar o comportamento do indivíduo a fim de conseguir alcançar seus interesses próprios.

Na abordagem dessa temática e a respeito do *corpus* dessa pesquisa, a princípio temos a proposta do catolicismo unida à mídia, as quais aliadas possuem o intuito principal de divulgação, a entidade católica, bem como todas as entidades, utilizam-se de meios de comunicação para disseminar/pregar suas doutrinas na sociedade.

Atualmente dispomos de diversos meios de comunicações como rádio, TV, internet etc, indicando que “[...] a comunicação colabora na transformação das crenças, dos valores e dos comportamentos” (BORDENAVE, 1997, p.92) temos, então, um grande poder nos modos de comunicar-se.

É de extrema relevância falarmos sobre a igreja católica e seu comportamento político que se relaciona também com a mídia. Temos o catolicismo com uma das religiões que reúne a maior comunidade de indivíduos do mundo. A isso poderíamos indagar como e qual o tipo de linguagem ou discurso utilizado para atrair os inúmeros fiéis. A esse ponto, podemos destacar a mídia como verdadeira aliada da difusão da religião, mas claro, esse não seria o verdadeiro intento dela, há interesses por trás dessa divulgação, e o principal podemos dizer que é o movimento capitalista preponderante.

A igreja católica é portadora de discursos da ética moralista cristã e fé, mostrando assim os valores referentes à família, à luta contra o aborto, à honestidade política, à integridade, o seguimento dos mandamentos, ao evangelho, ao batismo, à crisma entre outros que compõem o catolicismo. Para isso, na ideia central de acolher fiéis e atrair atenção, alia-se

a mídia para que esta desempenhe seu papel de divulgação, pois é compreensível uma sociedade mais alienada relacionando-se aos conflitos mundanos, por isso a igreja busca modernizar-se e atualizar-se para atrair maior número de jovens para si. Portanto, nosso objetivo geral é compreender como a imagem do papa Francisco é trazida pela mídia, bem como sua repercussão em veículos midiáticos, principalmente em capas de revistas, observando as construções ideológicas presentes, o que há por trás das enunciações, numa reflexão sobre a linguagem e sua materialidade. Refletir sobre a mídia em geral e sobre esse momento importante para o mundo religioso.

1 REFERENCIAL TEÓRICO DA ANÁLISE DE DISCURSO

Como mencionamos anteriormente, fundamentaremos este trabalho nos estudos da Análise de Discurso, mais precisamente na abordagem do campo da Análise do Discurso de linha Francesa. Para nos situarmos no nosso objeto de estudo e chegar ao foco principal, faz-se necessário, inicialmente, refletir um pouco sobre a origem da Análise de Discurso e suas relações com outras grandes áreas de conhecimento as quais se correlacionam entre si.

A AD se transformou ao longo do tempo e foi nos anos 60, tendo como precursor o filósofo Michel Pêcheux, que começou assumir uma perspectiva diferenciada, se consolidou tomando o discurso como objeto de estudo, tratando de sua materialidade e construções históricas. Foi fundamentada acerca dos estudos teóricos nas áreas de conhecimentos da Psicanálise, Linguística e Marxismo, como é afirmado na passagem de Orlandi (2002):

Desse modo, se a Análise de discurso é herdeira das três regiões de conhecimento – Psicanálise, Linguística, Marxismo não o é de modo servil e trabalha uma noção – a de discurso – que não se reduz objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela teoria Marxista e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise. Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele (p. 20).

Tomando parte dessa citação, faz-se relevante pensar sobre o grande campo da Linguística e até que ponto esta se relaciona com a AD. A Linguística se concentra ao seu objeto de estudo que é a língua, mas a língua como forma de sistema e normas, sem um horizonte social, se atendo apenas as formas sistemáticas e estruturais da fala, língua e linguagem sem se preocupar com as questões sócio-históricas, pois ela “[...] constitui-se pela afirmação de não-transparência da linguagem [...] tem sua ordem própria” (ORLANDI, 2002, p. 19).

A AD se centra num âmbito mais abrangente, pois além de trabalhar com fala, língua e linguagem, possui como objeto de estudo, o discurso. É muito relevante especular o termo discurso, pois para muitos ele é compreendido como exposição de fala, simplesmente, aquilo que é utilizado para persuadir/convencer, levar uma comunicação ao receptor. Mas de acordo com o que é proposto pelos estudiosos da área, temos a consciência de que o discurso vai muito além de uma exposição de fala, ele se concretiza através das relações de forma e conteúdo sem haver uma separação, e “[...] procura-se compreender a língua não só com uma

estrutura mas sobretudo como acontecimento” (ORLANDI, 2002, p. 19). Dessa forma, temos o acontecimento que é resultado da linguagem e da ação histórica no indivíduo, é quando acontece a materialidade da língua, corroborando na composição do homem e sua história através do discurso.

Partindo dessa possível noção de que discurso se desenvolve a partir de uma construção linguística atrelada a um contexto histórico social, temos assim, portanto, uma relação intrínseca entre sujeito, discurso e língua, não podendo haver um discurso sem essa relação.

Nesse sentido, a autora traz uma passagem a qual reforça a noção de discurso expondo que “as relações de linguagens são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variáveis. Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentido entre locutores.” (ORLANDI, 2002, p.22)

Nesse plano, somos norteados com alguns termos importantes no grande âmbito da teoria da AD que necessitam de reflexões. Uma questão bastante relevante levantada pela a AD e que merece ser pensada é o campo da interpretação, pois precisamos compreender como se dá essas maneiras, como as coisas fazem sentido, nessa relação intrínseca entre história, sujeito e língua. A interpretação irá se configurar de diversas formas, em seu funcionamento o que não acorrerá é uma interpretação única, tida como uma verdade. A AD trabalha esse ponto, de que interpretar exige mecanismos para que haja significação e não um sentido literal. Orlandi nos traz uma passagem a qual ratifica esse funcionamento no campo da interpretação:

A Análise de Discurso não estaciona na interpretação, trabalha seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação. Também não procura um sentido verdadeiro através de uma “chave” de interpretação. Não há esta chave, há método, há construção de um dispositivo teórico (ORLANDI, 2002, p. 26).

Desse modo, temos as possibilidades de interpretações tudo de acordo com a situação e relação entre sujeito e história, pois a AD trabalha na proposta de como o objeto simbólico irá produzir sentido pelo sujeito. Como um mesmo objeto simbólico varia de acordo com as perspectivas de visões e relações com a história, produzindo sentido. São as possibilidades que levam em consideração o “não dito” o que há por trás das palavras, que fazem significados.

Temos os processos de paráfrases, sinonímia e metáforas como formas importantes de análises. Esses termos são usados pelo o analista na análise de textos, pois em todo funcionamento da linguagem há esses processos. Esse jogo está presente na movimentação da linguagem, assim a metáfora consiste na “[...] tomada de uma palavra por outra” (ORLANDI, 2002, p. 44) ou seja, numa transferência/substituição, a metáfora está presente no funcionamento da linguagem, tudo é metáfora não há nada literal. A paráfrase, por sua vez, se constitui na ideia de expor com as mesmas palavras diferentes coisas, criando diversas formulações do mesmo dizer, enquanto o conceito de polissemia se constitui na ideia de vários sentidos, e nesse campo ela se exercita com o equivoco e trabalha no deslocamento de sentidos, portanto, como nos diz a autora “[...] é nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam” (ORLANDI, 2002, p. 36). É por conta dessa movimentação que nem os sentidos, nem os sujeitos e nem os discursos estão acabados, existe sempre esse fluxo.

Outro ponto importante a se trabalhar dentro dessa teoria é o chamado de esquecimentos, o qual se dá de duas formas, segundo Orlandi (2002), citando Michel Pêcheux (1975), o esquecimento número dois, que são as formas de enunciação, o fato de aquilo ser dito de uma forma e não de outra e de que forma poderia ser dito, entrando aqui já o processo de paráfrase. O esquecimento número um se consiste num modo como somos alcançados pela ideologia de forma inconsciente e achamos que nossas ideias foram criadas por nós mesmos, sem a consciência de que não há nada novo e somos tomados por ideias.

Ainda dentre os termos e colocações da perspectiva da AD, seguiremos adiante na especulação e abordagem de outros termos que se fazem importantes e são trazidos por Orlandi, como o interdiscurso, relações de forças, formação discursiva, ideologia entre outros. No que concerne ao conceito de interdiscurso, temos então tudo aquilo que possui disponibilidade para dizer, é, portanto, o dizível e se refere aos sentidos já existentes mas que estão internalizado e esquecidos, pronto para ser dito e se resignificar, adequando-se ao uso de determinada situação, temos assim a memória discursiva, que será necessário para analisar os enunciados. Dito isso, temos uma afirmação a qual define bem o conceito em questão: “O interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é precisam que elas já façam sentido” (ORLANDI, 2002, p. 33). Então, é necessário que haja uma consciência de que não existe nada novo, existem formas diferentes de dizer a mesma coisa, pois nós não criamos os

discursos, eles já estão impregnados em nós e em constantes movimentos. O que acontece é uma apropriação do que já foi ouvido, de pontos de vista já existentes.

O interdiscurso se localiza na memória, pois, “Todo discurso se inscreve na memória discursiva, onde tem sua origem e onde se filia a certos dizeres e não outros, devido à sua relação com a ideologia” (TFOUNI & SANTOS, p. 105) assim, se dispõe para ser realizado em outras ações, ações as quais reproduzem o mesmo discurso de formas distintas, ou seja, um mesmo assunto pode ser reproduzido diferentemente.

É importante salientarmos sobre as relações de condições de produção, pois é através de algumas condições que se constituem os discursos e se correlacionam uns com os outros em determinadas situações “em outras palavras, os sentidos resultam de relações” (ORLANDI, 2002, p.39), um discurso sempre levará a outro numa linha contínua de sentidos. O autor nos passa dois sentidos nesse âmbito de condições de produção: o estrito e o amplo. Nesse caso

Podemos considerar as condições de produção em sentido estrito e temos as circunstâncias da enunciação: é o contexto imediato. E se as consideramos em sentido amplo, as condições de produção incluem o contexto sócio-histórico, ideológico (ORLANDI, 2002, p. 30).

Desse modo, podemos compreender que o sentido estrito nas condições de produção se dá através do canal de comunicação, abrangendo uma situação direta, de “onde se fala”, “como”, “para quem” sem levar em conta o sentido mais amplo, que se comporta na busca do contexto histórico, dos efeitos de sentidos e da memória.

Podemos também apontar as relações de forças trazidas pela autora, a qual referencia a questão do lugar/espço social, de quem fala e quem ouve//lê, e isto fará sentido de acordo com a posição que os indivíduos ocupam. Paralelamente, temos ainda as relações imaginárias, a imagem antecipada formada sobre o “outro”, nos dirigimos às pessoas já com imagens, uma representação, portanto “na relação discursiva, são as imagens que constituem as diferentes posições” (ORLANDI, 2002, p. 40), então o que vai haver é esse funcionamento de relações no discurso.

Podemos usar como exemplo, a relação médico/paciente, o discurso do médico é o que deve ser atendido pelo paciente, se concretizando assim uma relação de poder, como uma hierarquia. Dessa forma, temos a coordenação do sujeito de acordo com o lugar que ele fala, como no exemplo anterior, um paciente não pode falar na posição de médico, portanto o

médico tem sua posição na fala. Então, “(...) podemos dizer que o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz” (ORLANDI, 2002, p. 39). Essas relações de forças se correlacionam com as correntes de sentido.

No que concerne a formação discursiva, outro conceito básico dentro da AD, em suma, é tudo aquilo que está disponível para dizer dentro de posições. Podemos pensar esse conceito correlacionado no que diz respeito aos sentidos e como estão condicionados pela ideologia. “As palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam” (ORLANDI, 2002, p.42) é muito pertinente tomar essa menção para pensarmos como o sujeito é condicionado por aquilo que fala/reproduz, o quanto o seu dizer representa o seu eu. Existe uma imensidão de possibilidades de como os discursos podem ser articulados e colocados ao mundo dentre os muitos sentidos existentes. A formação discursiva se dá pelo desenvolvimento do processo ideológico e se determina pela movimentação e uso de posições ideológicas. Em síntese, podemos atribuir à formação discursiva, o processo de desenvolvimento de discurso atrelado ao processo ideológico, com a preocupação de configurar o discurso antes de ser dito, tendo consciência de que as mesmas palavras podem ser usadas em diferentes situações invocando diferentes sentidos e efeitos. Assim, o sujeito irá assumir diferentes posições, ele pode usar discurso religioso, midiático, político, feminista entre outros mais diversos. É a partir da formação discursiva que podemos compreender a constituição do discurso, considerando que as palavras não possuem sentido nelas próprias, o sentido já provém dessa formação e são determinados por uma relação ideológica efetivamente social. E todo esse fluxo se materializa na linguagem.

A autora ainda nos alenta com a noção pertinente sobre o assujeitamento, nos traz que

A forma-sujeito histórica que compreende à da sociedade atual representa bem a contradição: é um sujeito ao mesmo tempo livre e submisso. Ele é capaz de uma liberdade sem limites e uma submissão sem falhas: pode tudo dizer, contanto que se submeta à língua para sabê-la. Essa é a base do que chamamos de assujeitamento (ORLANDI, 2002, p. 50).

Temos, portanto, uma menção que diz respeito à liberdade do indivíduo, assim podemos pensar de como esse assujeitamento funciona e de como o sujeito possui a impressão de que é livre, mas na verdade o que acontece é a questão do efeito de sentido. Nessa teoria, o sujeito é pensado de forma mutável, pois ele não é sempre o mesmo, e nesse caso não existe originalidade, visto que somos tomados automaticamente pelo efeito ideológico, e assim nos ajustamos às situações que nos reconhecemos mais, porém, sempre se

submetendo à língua e constantemente carregado de ideologia. É através desse reconhecimento/identificação com o mundo, que somos capazes de reproduzir, de alterar aquilo que chega até nós, aquilo que nos influencia desde o início da vida.

À medida que vamos pensando esses conceitos separadamente, vamos percebendo o quanto um se correlaciona com o outro dentro dessa perspectiva da AD apresentado pela autora. Outro tópico de valor para nossa área de pesquisa é o conceito de ideologia. Mediante as perspectivas da referida autora, no que concerne a esse termo, é a partir dela que temos a constituição do sujeito, portanto, “Enquanto prática significante, a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido” (ORLANDI, 2002, p. 48). Sendo assim, o sujeito é configurado nessa materialização, no entanto temos um funcionamento em conjunto, a materialização ocorre na língua, sujeito e ideologia. É elementar sabermos que no que diz respeito à ideologia, o que acontece de fato, é uma apoderação inconsciente de ideia a partir de uma vivência histórica social, logo, “[...] ideologia não se aprende, o inconsciente não se controla com o saber. A própria língua funciona ideologicamente, tendo em sua materialidade esse jogo” (ORLANDI, 2002, p. 59). Constatamos que é um fenômeno que acontece conjuntamente na língua, gerando o discurso, constituindo o sujeito.

De acordo com os conceitos já elencados, iremos evocar agora sobre o dispositivo de análise e reverberar acerca dos procedimentos e configurações do sujeito analista no campo de interpretação. É determinante pensarmos sobre esse dispositivo da interpretação, pois

[...] tem como característica colocar o dito em relação ao não dito, o que o sujeito diz em um lugar com o que é dito de outro lugar, o que é dito de um modo com o que é dito de outro, procurando ouvir, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras (ORLANDI, 2002, p. 59).

Ou seja, sempre haverá uma ultrapassagem, possibilidade do “não dito”, uma transcendência das palavras. Não possuímos sentidos estáticos nos enunciados e o ditado ao “pé da letra” não existe. O que detemos é o trabalho do inconsciente e da ideologia na construção dos sentidos e do sujeito. Desse modo, obtemos a ciência de que a Análise de Discurso, com as palavras da autora, “[...] não procura o sentido “verdadeiro”, mas o real do sentido em sua materialidade linguística e histórica” (ORLANDI, 2002, p. 59). Portanto, é irreprimível o querer controlar o inconsciente e saber a ideologia, pois é um processo inconsciente, como já comentado anteriormente, o sujeito é tomado pela ideologia através da historicidade e vivência no meio social. Segundo Orlandi (2002), citando Pêcheux (1990), diz

que todo enunciado “[...] é linguisticamente descritível como uma série de pontos de deriva possível oferecendo lugar à interpretação. Ele é sempre suscetível de ser/tornar-ser outro”. (p.59). Dessa maneira, tudo que é pronunciado, é colocado às condições de formas de interpretações, assim, sujeitos e sentidos vão se formando através dessa movimentação.

A autora nos traz dois pontos de interpretação: primeiramente, o analista irá interpretar a interpretação do sujeito. O sujeito quando fala já está interpretando e o papel do analista é justamente referir a essa ação, compreender como se deu o procedimento. À vista disso, temos a consciência de que não é possível relatar algo o qual não se interpreta, portanto, o analista se envolve na interpretação e “Por isso é necessário reproduzir-se um dispositivo teórico que possa intervir na relação do analista com os objetos simbólicos que analisa.” (ORLANDI, 2002, p.61) Então teremos essa relação mediada pela descrição e interpretação, por parte do analista. É interessante pensar de como esse analista se distingue do leitor comum, pois utiliza de teoria, diferentemente do leitor comum que interpreta de modo mais inconsciente/natural sem se prender às teorias.

1.2 O DISCURSO MIDIÁTICO

Numa formação social, os comportamentos dos indivíduos são totalmente instigados pela mídia, esta, por sua vez, tem forte influência sob a sociedade. A grande massa é assujeitada ideologicamente perante o funcionamento da mídia que estabelece regras/padrões de vivências, e essa mesma grande massa sente a necessidade de acompanhar. A mídia simula ser oposta a manipulação e a autoridade, mas o que se observa é justamente esse poder de manipular, controlar e impor, no comportamento social.

Ela se configura numa instância e representa um grande significado para a sociedade atual, pois age como um aparelho para manter as pessoas atualizadas/informadas, atentas ao que está havendo em tempo real, apresentando um painel de aproximação entre receptor e os fatos, a tal ponto que faça com que este receptor/leitor/expectador, seja interpelado pelos fatos denotados por ela. “Como o próprio nome parece indicar, as *mídias* desempenham o papel de mediação entre seus leitores e a realidade” (GREGOLIN, 2007, p. 16).

A mídia, segundo essa autora, transfigura-se em objeto de pesquisa cada vez mais próximo e de grande interesse para os analistas de discurso. Ela nos mostra como essas duas áreas, a mídia e a AD, têm dialogado uma com a outra:

(...) o discurso é tomado como uma prática social, historicamente determinada, que constitui os sujeito e objetos. Pensando a mídia como prática discursiva, produto de linguagem e processo histórico, para poder apreender o seu funcionamento é necessário analisar a circulação dos enunciados, as posições de sujeitos aí assinaladas, as materialidades que dão corpo aos sentidos e articulações que esses enunciados estabelecem com a história e a memória (GREGOLIN, 2007, p. 13).

Precisamos refletir acerca dos discursos que circulam na mídia e como esses formam sentidos e constrói identidades sociais. Partiremos agora para esse estudo que discorre com a Análise de Discurso: iremos rondar um pouco acerca da mídia e toda essa relação que estamos fazendo no percurso do nosso trabalho. A AD possui grande interesse na mídia, como foi dito anteriormente “[...] pois ambos têm como objeto as produções sociais de sentidos” (GREGOLIN, 2007, p. 13). Nessa acepção, vemos que há muitos fatores em comum e que estão interligados.

A mídia utiliza de estratégias para ganhar o público, através de recursos tecnológicos e visuais para atrair o expectador. O indivíduo está submetido nesse fluxo de interpretações dos textos apresentados pela mídia os quais são expostos, como se fossem manuais, direcionados

para que o indivíduo os acatassem e tomassem como “verdade”, sua forma de ação é pensando as maneiras de como atingir o expectador e utiliza estratégias de acordo com os mais variados público e conteúdos, assim “[...] as mídias recorrem a vários tipos de discursos para atingir seus objetivos” (CHARAUDEAU, 2007, p. 60).

A mídia também serve de mediadora para divulgações, no caso específico da instituição religiosa, a mídia é utilizada para espalhar discursos por toda parte no intuito de acolher fiéis à igreja, como já foi mencionado inicialmente. Portanto ela detém extremos poderes em todo âmbito social.

2 METODOLOGIA

Para a realização dessa pesquisa, como dito anteriormente, utilizamos o embasamento teórico da Análise de Discurso de linha francesa, com o enfoque principal nas obras da autora Eni Orlandi. Foi a partir de leituras nessa corrente teórica, que pudemos compreender termos e definições pertencentes a essa área de pesquisa, que deram suporte e possibilidades para a realização das análises, tais como discurso, ideologia, formação discursiva, relações de força, etc. foram ideias conceituais que tornou viável a realização desse trabalho e foram essas abordagens que se fizeram presentes ao longo da pesquisa.

Para chegarmos aos nossos objetivos, optamos especificamente pela pesquisa qualitativa, com a proposta de analisar como a figura do papa Francisco é representada pela mídia. Para isso, selecionamos revistas renomadas de grande movimentação no país, tais como a *Veja*, *Carta Capital* e *Época*, assim, formando um conjunto de oito capas de revistas para análise, que foram publicadas no período de mudança do líder religioso da igreja católica, o papa.

Inicialmente, baseado em *As Bases da Análise*, Orlandi (2002, p. 62), pensamos a respeito da constituição do *corpus*. Tendo em mente que essa constituição é bastante relativa, já que existe um universo infindável de objetos empíricos, portanto, não há uma forma completa e finalizada, pois “[...] todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro” (ORLANDI, 2002, p. 62). Dessa forma, possuímos vários processos e possibilidades de recortes para a análise, sendo cada texto uma instância para ser estudado em forma de recortes.

Aqui nos atemos com a constituição de *corpus*, que é um conjunto composto oito capas de revistas. E nessa construção do *corpus*, ou seja, quando elegemos o que vamos analisar, já estamos entrando em processo de análise, pois o ato da escolha já está correlacionado com os procedimentos de análises, os tipos de discursos etc.

Partimos de uma unidade, um recorte, aquilo que nos interessa mais, e assim, acerca dessa unidade de texto, o analista já possui, de início, uma visão, uma formação discursiva. Nesse caso, quando selecionamos capas de revistas para serem estudadas, a princípio, no primeiro contato, já atribuímos alguns sentidos ideológicos imediatos, e só no decorrer da análise que fomos aprofundando os sentidos encontrados. Como dito anteriormente, a análise já se inicia a partir da escolha do *corpus*, pois à medida que vamos selecionando o *corpus*, já

vamos pensando nas possibilidades de análise e formações discursivas. Há a necessidade da utilização teórica dos procedimentos da análise, para que o analista seja guiado no seu estudo nas relações com o objeto e os sentidos.

É responsabilidade do analista, trabalhar com a teoria na análise de seu objeto, entretanto, é fundamental considerar a respeito do objeto em estudo, não necessariamente a análise deve ser totalmente objetiva, mas é preciso que seja menos subjetiva possível. Um mesmo objeto pode ser analisado de diversas maneiras e formas, sempre possuindo resultados diferentes, por exemplo, se fosse o caso de analisar outra vez esse mesmo material, as capas de revistas que estampam a imagem do papa Francisco, certamente haveria outros processos, abordagens e resultados diferentes a serem expostos.

Nos deparamos com uma transição substancial, que é a questão da superfície do texto: “[...] o material de linguagem bruto coletado, tal como existe” (ORLANDI, 2002, p. 65) desse modo, quando selecionamos o nosso *corpus*, as capas de revistas, inicialmente voltamos nosso olhar para a superfície do texto, atribuindo uma primeira análise para o *corpus* e, conseqüentemente, viria o aprofundamento na circulação dos sentidos.

Para a realização dessa análise, foi necessário pensarmos a respeito do termo esquecimento, como já referido anteriormente, é a ilusão de que os enunciados são ditos de tal forma como se não houvesse outras formas de dizeres. Entretanto, na análise, buscamos mostrar que essa sensação deve ser desmanchada, e que os discursos podem ser de diversas maneiras. A partir do material bruto, nesse caso as capas de revista, construímos um objeto discursivo e analisamos o que é dito no discurso apresentado e em outros discursos, em processos e aspectos diferentes em memórias discursivas. E assim o discurso vai funcionando, numa relação de diferentes instâncias textuais paralelo ao mesmo processo discursivo, na conexão de discurso e formações discursivas.

Depois de termos escolhido o *corpus* e atravessar a sua superficialidade, entramos na análise mais profunda dos efeitos, de como esses efeitos fazem sentidos e para isso, necessitamos a todo tempo penetrar nos conceitos e noções teóricas para que houvesse a realização da análise.

Para uma análise bem elaborada, é fundamental que haja etapas processuais, fizemos uma passagem entre a superfície linguística do texto, como dito anteriormente, que é aquele primeiro tratamento, primeiro olhar para o objeto discursivo (o *corpus* com um primeiro tratamento) para o processo discursivo, nesse caso “[...] passamos ao mesmo tempo do

delineamento das formações discursivas para sua relação com a ideologia, o que nos permite compreender como se constituem os sentidos desse dizer” (ORLANDI, 2002, p. 67) Isso nós observamos no nosso *corpus*, as capas de revistas estampadas pelo papa Francisco nos fez pensar nessas relações de formações discursivas e ideológica. Todos os pontos positivos atribuídos ao papa foram apresentados ditos de uma forma e não de outra, as revistas, dessa forma, utilizaram estratégias no uso de características e adjetivos sobre o papa. Assim, trabalhamos a ideologia e sentidos nessas apresentações, com isso percebemos a historicidade do texto numa visão mais ampla.

Não podemos deixar de exprimir a importância do uso das paráfrases, sinonímia e metáforas nas análises, o analista, como fizemos no nosso *corpus*, começa a perceber como as coisas são ditas de uma forma e não de outra e como poderiam ser ditas de outras maneiras. Os processos parafrásticos e polissêmicos estão em todo funcionamento da linguagem, estão sempre nas relações do dito e não dito. Os efeitos de metáforas são observados na análise pelo analista, portanto este tem a responsabilidade de identificar esses processos no texto, na relação de interpretação com a língua e a história. A metáfora se consiste no deslize de sentido, como no caso das nossas análises em capas, utilizamos esse processo, pois foi a partir de observações que pudemos ir construindo novos sentidos ao texto, com a consciência de que o efeito metafórico atinge no geral, trazendo novas significações, dando lugar a interpretação e ideologia.

Ainda nesse sentido afirmamos que

É desse modo, [...] que entendemos a língua como ‘fato social’ e histórico. Assim como a noção de processo discursivo (*o sistema de relações de substituição, paráfrases, sinonímias, etc que funcionam entre elementos lingüísticos – ‘significantes’ – em uma formação discursiva dada*), e a teoria do discurso como a determinação histórica dos processos de significação (ORLANDI, 2012, p. 73-4).

Expomos mais uma passagem a qual nos traz sobre as relações entre língua e discurso, e dizemos que é trazida “Como sistema sintático intrinsecamente passível de jogo e a discursividade como inscrição de efeitos linguísticos materiais na historia.” (ORLANDI, 2002 apud Pêcheux 1980, p.80). Em vista disso, essas noções que dão suporte para as análises, e nós, no papel de analista, temos a obrigação de passear em nível contínuo entre teoria e objeto.

3 ANÁLISE DO *CORPUS* SELECIONADO

Referente ao gênero selecionado, capa de revista, elucidamos aqui acerca da importância e função principal, que é induzir e persuadir o leitor, já que esse elemento é mais visível, ou a princípio, na maioria das vezes, o motivo pelo qual o indivíduo tenha interesse pela revista. Na elaboração de uma capa, se faz necessário a junção de vários elementos, as quais chamem a atenção e façam com que o leitor adquira a revista. Os produtores desse gênero dispõem de vários elementos na sua criação. Tudo deve ser pensado no propósito de chamar atenção do leitor, para que esse seja induzido a comprar o material.

Mostraremos a seguir as capas selecionadas para análise:

Figura 1



Figura 1 – O PAPA DOS POBRES – O significado de ter Francisco entre nós em um momento explosivo para a Igreja Católica e para o Brasil.

Fonte: <https://www.iba.com.br/revista-digital/VEJA-Julho-2013-2331-1dc65db87965ce7973e341920b554a69>

Nesta edição de 20 de julho de 2013, a revista *Veja* nos apresenta essa capa com a frase que se destaca: “O PAPA DOS POBRES”. Nesse enunciado, estampado com letras maiúsculas, já se atribui a figura do papa uma forte ideologia, pela colocação do substantivo

“pobre” afirmando que este sim é o papa dos pobres, fazendo com que o sujeito não se questione e aceite a ideia expressa pela revista. Faz uma menção ao ponto de vista sobre o novo papa, ao grande acontecimento, sob efeito de novidade, na qual a este é atribuído uma imagem de bondoso de forma muito positiva, e que agora esse papa se direciona aos pobres. E os outros, não se direcionavam? Essa afirmação “O PAPA DOS POBRES” chama a atenção do leitor, interpelando o sujeito para uma aceitação ideológica. Sabemos que o indivíduo é assujeitado “Esse é o paradoxo pelo qual o sujeito é chamado à existência: sua interpelação pela ideologia” (ORLANDI, 2002, p.46), então, o sujeito é conduzido à ideia, sem questionamentos de uma análise mais crítica, se submetendo ao mais evidente, estando sempre na condição “de” e “à” alguma coisa, sempre afetado por a história e por a língua para se compor. Podemos ainda perceber o efeito trazido pela frase principal, o qual se atribui um efeito de contraste e novidade, pois se este é o papa dos pobres, poderíamos pensar então que os outros não eram, e que não existia um papa dos pobres e somente com a chegada de Francisco houve essa referência para beneficiar essa classe social.

Após a frase destacada em caixa alta, temos a exposição de outra frase: “O significado de ter Francisco entre nós em momento explosivo para a igreja católica e para o Brasil”, nessa já temos a ideia de que “Francisco” carrega uma ideologia representada pelo simbólico do nome papal, um ponto crucial pertencente a essa nova figura. O significado de ter “um Francisco” entre nós está aludindo à figura de São Francisco de Assis, uma imagem que representa humildade e dedicação direcionada aos mais pobres. A figura do papa, num contexto literário atual, é visto como um homem de candura, simpatia, caridade, e fervor religioso na defesa das classes desfavorecidas, o qual critica as desigualdades sociais, e quer resgatar o terreno perdido pela dispersão de muitos fiéis à outras religiões. Toda essa significação está fundamentada no processo de escolha do nome papal. Cria-se de certa forma uma personificação de seu nome como figura pública, para atrair fiéis a igreja, e ao mesmo tempo atrair a mídia com o objetivo de mostrar o lado positivo que a igreja desempenha, da preocupação por essa classe desfavorecida, a mídia registra bem esse ponto.

Nessa mesma frase é perceptível uma sequência discursiva a qual é pertinente pensar: “momento explosivo para a igreja católica e para o Brasil” isso faz referência ao quadro da igreja católica no mundo com a diminuição de fiéis e os problemas enfrentados pela igreja, o papa Francisco, veio também para tentar converter e fazer a diferença. Em 2013, o Brasil estava vivenciando um momento também “explosivo” com os protestos nas ruas, as manifestações se espalharam por diversos lugares, então, podemos fazer essa intertextualidade

do momento explosivo explicitado pela capa, pensar em todo contexto pertencente a esse período tão significativo na história do mundo.

Figura 2



Figura 2 – FRANCISCO CONTRA OS DONOS DO DINHEIRO

Fonte: <http://www.cartacapital.com.br/revista/859>

Temos essa segunda capa, publicada em 17 de julho de 2015 na edição 859 da *Carta Capital*, a qual é pertinente comentar, inicialmente, que a revista é alinhada às ideias esquerdistas. Logo temos uma frase de destaque: “FRANCISCO CONTRA OS DONOS DO DINHEIRO” que já nos mostra um efeito de sentido socialista, contra ideias do mundo do capitalismo, assim, pelo fato de a figura do papa já pertencer a essa ideologia carregada de bondade, simplicidade e toda adjetivação possível que concerne ao melhor que o ser humano pode ser, a *Carta Capital* vai radicalizar essa ideia de forma crítica, utilizando um certo impacto na afirmação da frase. O fato de Francisco ser bondoso isso não quer dizer precisamente que ele é contra aqueles que possuem dinheiro, ele tem um posicionamento a respeito da idolatria, ganância e soberba, nos afirma a revista *Coleção Grandes Líderes* “Para ele, o culto ao dinheiro produz desigualdade e injustiças contra corações e contra o povo” (p.29), mas nem todas as pessoas que possuem dinheiro idolatram e cultuam, muitas vezes utilizam para ajudar o próximo, e isso é louvável para o papa Francisco. Por outro lado,

sabemos que os “donos do dinheiro” se concentram em massa minoria, e essa massa, na maioria das vezes, só visa poder e acúmulos de bens, nesse ponto sim, o papa Francisco é totalmente contra, pois isso resulta na desigualdade social e injustiças humanas, enquanto uns tem muito outros não têm nem para o próprio sustento.

O discurso utilizado nessa capa tem a intenção de persuadir o leitor, fazendo com que o sujeito seja interpelado por essa afirmação, que de algum modo precisa de reflexão antes de ser tomado como verdade.

O uso do termo “contra” já indicia na superfície textual, uma posição atribuída ao papa, uma posição discursiva e ideológica condenatória em relação à riqueza. Lembramos que a capa 1 traz o papa como “O papa dos pobres”. Assim, uma leitura conjunta das capas 1 e 2 vai nos permitir dizer que a posição do papa Francisco é “ao lado dos pobres e contra os donos do dinheiro”. A questão da posição discursiva (e ideológica) é fundamental em AD, de modo que permite compreender a que região de sentidos o papa se filia para falar sobre questões ligadas ao dinheiro, à pobreza e à desigualdade social.

Podemos pensar o quanto essa enunciação trazida pela *Carta Capital* provoca uma reflexão mostrando “[...] que os sentidos não estão só nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade.” (Orlandi, 2002, p. 30) portanto, os discursos se correlacionam com os contextos externos num âmbito de efeitos de sentidos variáveis, condicionados relativamente por circunstâncias e contexto histórico social.

Se a revista traz uma sequência discursiva a qual constata que o papa é “contra os donos do dinheiro” já existe toda uma posição e uma corrente ideológica envolvida na enunciação, o posicionamento do papa como contexto social. Só foi possível a formulação dessa frase pelo fato de essa ideia já existir, o saber discursivo e a historicidade é que vai permitindo a constituição de novos dizeres.

Figura 3



Figura 3- O filho de dois Franciscos

Fonte: <http://knfranca.blogspot.com.br/2013/03/revistas-dedicam-edicoes-especiais-ao.html>

Temos aqui uma edição especial da revista *Época* publicada em 18 de março de 2013, é apresentada a imagem do papa com a mão erguida como forma de cumprimento direcionado a um grande público. Do lado direito da capa, temos uma frase em destaque; “O filho de dois Franciscos”, esse é o título dessa edição. Um leitor leigo com pouco conhecimento religioso, logo se questionaria quem seriam esses “dois Franciscos” a qual a revista menciona, causando nesse caso, um efeito de curiosidade. Nessa capa temos mais uma vez a forte influência do nome Francisco na representação do papa, e pensamos a partir dessa relação, o quanto essa atribuição ao papa foi popularizada de forma tão grandiosa e repercutida. E não somente um, mas dois santos/imagens serviram de inspiração para o nome papal.

Para compreendermos o porquê dessa menção de dois Franciscos, precisamos então possuir já um conhecimento, uma memória discursiva de quem seriam. Os “Franciscos” aludidos na capa, diz respeito a dois santos: São Francisco de Assís e São Francisco Xavier. Portanto, a inspiração do nome escolhido pelo papa é sobrecarregada de ideologia. São Francisco de Assís é popularmente mais conhecido, por evocar a simplicidade, humildade e amparo aos necessitados. Já São Francisco Xavier consistiu em um evangelizador participante da Companhia de Jesus, atuou evangelizando no Oriente. A mídia expôs muito essa

representação do nome papal, essas referências apareceram muito em diversos outros veículos da mídia, como grande acontecimento histórico.

Figura 4



Figura 4 – Enfim, um Papa latino.

Fonte: <http://colunas.revistaepoca.globo.com/fazcaber/2013/03/15/habemus-cap/>

Temos aqui mais uma edição especial da revista *Época*, a qual traz mais uma vez a imagem do papa Francisco. Novamente ele aparece como se estivesse se apresentando/cumprimentando o povo, com seu gesto com a mão já evocando benevolência e simplicidade. Em seguida temos uma frase de efeito que se destaca abaixo da imagem do papa: “Enfim, um Papa latino” a frase inicia com o advérbio “enfim” assim dando a entender que ter um papa latino era o que se mais esperava pela população, e finalmente houve essa nomeação, causando assim um efeito de surpresa e conclusão de uma ideia. A frase alude ao fato de que o papa é o primeiro não europeu há muito tempo, sendo assim, ter um papa latino e jesuíta é algo grandemente novo e por isso vem em destaque na capa como reportagem, para assim chamar atenção do leitor. Podemos aqui, referendar uma passagem trazida pela *Revista Coleção Grandes Líderes*: “Ele é o primeiro pontífice não europeu em mais de 1200 anos e o único jesuíta da história” (p.19) informa dados mais precisos, dialogando com a frase acima

na capa “Enfim, um papa latino”, mas o que é perceptível é que essa frase da capa, prenda mais atenção do leitor pelo fato da presença do advérbio que se caracteriza pela força de uma conclusão de um determinado assunto.

Para a instituição católica essa novidade foi de muito assombro e alegria, pois em toda história não se houve a nomeação de uma papa latino. As eleições se davam sempre na Europa e algumas poucas vezes no continente africano.

Sabemos que os meios de comunicação selecionam bem o que vai expor e o que vai apresentar de modo mais minimizado, por conseguinte, utiliza-se de estratégias e de muitos recursos para evidenciar de maneira mais patente aquilo que acha mais favorável. As reportagens exibidas nas capas são, portanto, conteúdos de interesses de massas. Trazer a afirmação de que temos agora, “enfim” um papa latino, é uma matéria de cunho informacional e sabe que é de interesse das pessoas. Percebemos, então, que os mesmos eventos são apresentados variavelmente por empresas diferentes, com suas apostas em imagens, frases de efeitos, ou seja, cada qual com seus elementos de estratégias no intuito de prender a atenção do expectador/leitor, numa movimentação constantes de sentidos e ideologias.

Figura 5



Figura 5- A SOMBRA DO PAPA – A fé e o carisma de Francisco conquistaram o coração do povo – e sua influência na política da América Latina será uma bênção

Fonte: <http://aluizioamorim.blogspot.com.br/2013/03/reportagem-de-capa-da-veja-estracalha.html>

Nessa nossa quinta capa temos uma edição da *Veja*, além de apresentar a figura do papa, temos a presença de mais um elemento: a imagem da ex-presidente brasileira Dilma Rousseff e de Cristina Kirchner, ex-presidente da Argentina. O que podemos observar inicialmente é a distribuição dessas imagens, à esquerda está o papa em tamanho maior, à direita temos as duas representantes políticas em tamanho menor, já nos mostrando a relação entre política e religião. Concernente essa alternância nas dimensões das imagens, isso já nos aponta como o papa é posto como autoridade sobre elas, lembrando que a imagem se trata de uma montagem. Temos ainda outro elemento importante, que é a gesticulação das duas senhoras, elas estão com as cabeças inclinadas olhando para o papa, aparentemente, como forma de admiração e cumprimento. Na frase em evidência, “À SOMBRA DO PAPA”, temos o substantivo “sombra” a qual já atribuímos uma ideia de obscuridade, de dependência. Portanto, o que temos nessa capa é uma grande influência do papa sobre o mundo político, numa forte relação entre igreja e política. Podemos fazer uma pontuação, sobre as relações com o governo de Cristina Kirchner e a ditadura argentina.

A revista *Coleção Grandes Líderes* nos traz passagens a qual fala da relação do papa Francisco com a política e especialmente, a política argentina. Nos traz que no período da ditadura militar da Argentina, o papa chegou a ser acusado pelo sequestro de missionários jesuítas, embora depois as denúncias tenham sido desdidas. Bergoglio nunca se recuou diante das dificuldades, sempre se posicionou publicamente com suas ideias sociais e críticas, sempre a favor de causas sociais e do lado do povo. Diante disso, houve um tempo em que se estabeleceram confrontos com os Kirchner (políticos da Argentina), mas que em 2013 recebeu a ex presidente Cristina Kirchner num momento harmonioso e informal para um almoço. Dessa forma o que percebemos é que o papa Francisco está sempre espalhando coisas boas, realizando ações as quais cativam, conservando a harmonia, de forma muito pacífica e crítica.

E, por fim, a capa nos traz uma frase maior no meio das imagens: “A fé e o carisma de Francisco conquistaram o coração do povo – e sua influência na política da América Latina será uma benção” é justamente por ele ser uma figura carismática que consegue reverter situações das melhores maneiras possíveis.

A mídia estabelece essa relação entre o papa e a política através de imagens e noticiários, e isso nos provoca indagações no âmbito de como seria essa relação do sujeito papa/igreja e poder político e pensamos como isso está refletindo o passado, quando a igreja portava de todo poder no estado. Mas dessa vez, o poder do papa, será utilizado para bênçãos e para favorecer os que antes era desprotegidos, com uma nova forma de administração e posicionamento. Não podemos deixar de pensar o quanto sua função representa poder político, e mesmo o papa sendo bondoso, com sua posição social, assume um papel o qual representa poder absoluto na igreja e que deve ser seguido.

Figura 6



Figura 6- PAPA FRANCISCO NO BRASIL – “Quero que a Igreja vá para as ruas”

Fonte: <http://fidelidadeajesus.blogspot.com.br/2013/07/reportagem-papa-francisco-no-brasil.html>

Nessa capa publicada também pela revista *Veja*, é abordada a visita do papa Francisco no Brasil, realizada em 2013 na Jornada Mundial da Juventude, o qual foi um acontecimento de grande valor e muito esperado por grande massa brasileira, muitos ansiosos esperavam por esse momento de ver ao vivo o papa Francisco em território nacional. A frase que se destaca “Quero que a Igreja vá para as ruas” remete a um recorte de fala do próprio papa exposto pela revista. Seu desejo de que a igreja se apresente também na rua, é uma forma de socialização das pessoas, um modo de aproximação entre elas.

Podemos pensar acerca desse anseio do papa, de como ele veio para fazer a diferença e aproximar as pessoas com o contato direto. Temos conhecimento sobre a existência de diversas religiões e que algumas, com mais destaque, como as testemunhas de Jeová e os

evangélicos compartilham suas crenças por meio de pregações nas ruas, eles saem para visitas nas casas das pessoas, em um contato mais direto. Se observarmos não vemos muito isso na igreja católica, portanto, o papa Francisco surge no intento de conseguir mais fiéis para a igreja. E essa edição de revista mostra isso por meio da fala dele, do desejo de querer que a igreja vá para as ruas. Desse modo, traz um efeito ideológico de desejo, que corresponde à personalidade do papa, uma atribuição de dedicação e vontade de fazer a diferença para conquistar fiéis à igreja, trazendo transformações e formas diferentes de conquistar, mostrando seu posicionamento a favor das classes desfavorecidas e sempre estando aberto para questionamentos amplos a respeito de muitos assuntos.

O papa Francisco assume a igreja num “momento explosivo” (retomando a enunciação da capa 1) momento de muitos escândalos sexuais, pedofílias e a respeito do próprio governo da igreja, portanto, ele veio para tomar como desafio esses temas polêmicos e tentar, como dito anteriormente, reverter o quadro de afastamentos da igreja.

A igreja católica tem também utilizado os recursos da mídia para conseguir alcançar fiéis nesse fluxo de afastamento. Percebemos a grande quantidade de canais televisivos, rádios e páginas em redes sociais voltados para o catolicismo. A instituição percebeu que é necessário essa adesão do contato mais amplo, na disputa por fiéis igualmente às outras instituições religiosas, que buscam nessa concorrência formas de conquistar seus fiéis.

Sabemos que a administração do papa anterior era voltado mais para a doutrina, as regras, a tradição da igreja deixando, dessa forma, escapar fiéis. Essa enunciação pode também sugerir uma intertextualidade com as manifestações ocorridas naquele ano, com o *slogan* “Vem pra rua” que se espalhou pelo Brasil inteiro, como referido também na análise da figura 1, portanto, a isso poderia remeter a questão da importância de os fiéis irem à rua, evangelizar e pregar, no ditado em que diz que “ a união faz a força” se todos se colocarem nas ruas unidos pela mesma causa, a igreja se manterá firme e erguida, pois, mesmo que o papa seja uma figura de total importância, ele não conseguiria sustentar uma instituição sozinha, os fiéis são necessários, pois são eles que também compõe a instituição.

Figura 7



Figura 7- O EFEITO FRANCISCO – Uma pesquisa exclusiva revela como o papa conquistou brasileiros de todas as religiões

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/471048442249579344/>

Nessa edição da revista *Época*, de 29 de dezembro de 2013 é perceptível o destaque da sequência discursiva “O EFEITO FRANCISCO” exposto na capa, a princípio poderíamos indagar de que efeito a revista está querendo explicitar, qual seria esse “efeito Francisco”? Nesse ponto, para poder melhor compreender o enunciado, observamos a frase que se localiza logo abaixo, que diz: “Uma pesquisa exclusiva revela como o papa conquistou brasileiros de todas as religiões” Então, o efeito refere-se a esse resultado causado pelo novo papa, o fato dele ter conquistado os brasileiros, no sentido dele se constituir como um ser amável e adquirir o poder de conquista.

Essa mensagem faz com que o leitor sinta a curiosidade de saber sobre essa “pesquisa exclusiva” a qual a revista irá abordar e sobre esse efeito mencionado. Como será que o papa conquistou brasileiros de outras religiões? Para tomar conhecimento disso é preciso comprar a revista, pois esse conteúdo se encontra dentro desse material, é justamente esses recursos e estratégias que são utilizados pela mídia. Nesse ponto, podemos pensar sobre essa incitação

que a revista provoca, pois o objetivo seria criar um efeito de curiosidade no leitor, para que ele compre a revista.

Sabemos que existe uma grande diversidade de religiões, e muitas vezes são entidades que não se toleram, pelas suas divergências e doutrinas diferentes, portanto o papa Francisco (autoridade máxima da igreja católica) conseguiu ganhar pessoas de religiões diferentes, através de seu carisma e popularidade, quebrando assim a ideia de divergência e de conflitos por conta da religião.

Outro elemento importante a se considerar é a imagem que se estampa na revista, a forma como a figura do papa Francisco é apresentado. Nessa reportagem ele aparece sorrindo, causando assim uma ideia de contentamento, paz, serenidade, outras características que se atribuem ao papa e que é visto em muitos outros veículos midiáticos.

Figura 8



Figura 8- O PAPA RENOVADOR – Francisco vem ao Brasil e aos cem dias de pontificado já deu muitos passos à frente

Fonte: <http://www.cartacapital.com.br/revista/758>

Nessa edição, de 19 de julho de 2013 já de início nos chama a atenção a distribuição da imagem na capa, o plano de fundo com a cidade do Rio de Janeiro, remetendo assim sua

familiaridade com o estado e relacionando-se com sua visita ao Rio. Observamos que a revista faz um certo jogo com a imagem do papa de forma crítica e complexa, em destaque a figuração da cabeça, extremidade superior, mostrando um aglomerado de pessoas e se nos atentarmos, percebemos que esse aglomerado se trata de pessoas negras, em contraste com sua própria cor, ou seja, podemos atribuir essa imagem a classe desfavorecida e o fato de está na cabeça do papa, significa que Francisco sempre está pensando nas pessoas, protegendo e se preocupando com o próximo.

Outro ponto que chama bastante atenção é a figura do papa segurando “aviãozinho de dinheiro” isso pode remeter a questão da corrupção e da “inutilidade do dinheiro” o papa Francisco condena ações de soberba, o mau uso do dinheiro e acúmulos de bens nas mãos de poucos, enquanto grande massa passa por situações extremas de pobreza, como se observa em outras capas anteriores, essa relação com bens materiais.

Além da frase em destaque “O papa renovador”, temos em seguida uma outra enunciação: “Francisco vem ao Brasil e aos cem dias de pontificado já deu muitos passos à frente” Assim, o que acontece é que temos um papa progressista, em pouco tempo ele já consegue está à frente, com renovações, propostas e programas sociais. Abrindo espaço para diálogos, que jamais fora aceitos pela instituição católica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho traçamos um percurso no qual pontuamos os conceitos desenvolvidos pela Análise de Discurso, com isso percebemos o quanto essa área é de extrema importância, pois foi a partir dela que tivemos suporte para a realização das análises. Ela dá ao leitor capacidade de leitura de modo crítico, transformando este em analista para que assim sua compreensão sobre determinado texto seja abrangente, desse modo, como ainda nos esclarece a autora, se não houver o interesse intenso de se aprofundar nas análises, “[...] ele terá ao menos a noção de que a relação com a linguagem não é jamais inocente, não é uma relação com as evidências e poderá se situar face à articulação do simbólico com o político” (ORLANDI, 2010, p.95). E assim, há a conscientização de como o sujeito está assuejado e a capacidade de compreender melhor os efeitos de sentidos.

Observamos termos o quais utilizamos na compreensão dos enunciados, explorando assim acontecimentos, sujeitos e processos ideológicos dentre outros termos relevantes que se correlacionam entre si no estudo da linguagem para o desenvolvimento de uma análise.

Apresentamos de modo reflexivo uma abordagem nas relações entre mídia e discurso, verificamos como essa poderosa instância, a mídia, tem o poder de manipular o sujeito através de estratégias de persuasão, bem como verificamos como os sentidos dos textos circulam entre si.

O acontecimento do novo papa, trouxeram momentos de muito fervor e alarme e isso fez com que esse período apresentasse uma repercussão maior e abundantemente divulgada pela mídia em diversos veículos. E no caso específico abordado nesse trabalho, o que vemos no geral é uma atribuição de valores positivos e inovações sobre o papa Francisco, uma novidade a qual despertou interesse em todo âmbito e massa religiosa, desse modo, além da abordagem na explicação desse momento, que foi retratado através de veículos midiáticos, tivemos compreensão sobre a forma de como foi apresentado, percebemos que a mídia fez bem essa pontuação de características de forma muito otimista.

Nas capas de revistas, essa apresentação veio através de matérias com títulos que despertaram interesse dos leitores, com a utilização de palavras chave e com isso constatamos o quanto é importante o estudo da análise, pra saber o que há por trás das enunciações, quais foram os intuitos da mídia, etc.

Reconhecemos também, que ao mesmo tempo em que a igreja critica a mídia, para fins que não são voltados ao seu favor, serve também como intermediário de divulgação de materiais, palestras, objetos entre outros que funcionam como comércio e não como religião por si própria. Toda essa percepção só se é possível a partir destas análises, para assim haver a compreensão de forma mais crítica e real, ampliando o campo de visão, abrindo novos horizontes, possibilitando um olhar mais amplo em relação ao discurso religioso e como a igreja, aliado com a mídia, possuem seus interesses próprios, como discutidos anteriormente, a igreja com o objetivo de acolher fiéis, a mídia com interesses capitalistas visíveis.

Utilizamos revistas de grande circulação e bastantes renomadas, as quais usam de muitos recursos para chamar a atenção do leitor e ganhar para si, numa interpelação do sujeito, já que o sujeito comum não consegue absorver o que há por trás das enunciações expostas, permanecendo apenas na superfície textual.

No geral, nas análises do nosso *corpus*, percebemos que a mídia fez bem essa pontuação de características de forma muito otimista referente à figura do papa, atribuiu valores positivos, trouxe como uma forma de espetáculo, popularizando sua imagem cada vez mais e mostrou como o papa veio para transformar o mundo expondo com muita segurança os acontecimentos durante esse período de mudança de papa, marcando assim efeitos de novidade e muita curiosidade nas pessoas.

Creemos que expomos aspectos importantes no decorrer desse trabalho, mas que não se esgotam as possibilidades de novas percepções e análises, cada pesquisador vai construir seu recorte, sempre delimitando de acordo com seus objetivos. Contudo, além do que já foi explorado de acordo com as perspectivas de Orlandi (2002), sabemos que a análise de um objeto é infundável, temos sempre diversas possibilidades de análises e visões diferentes a serem exploradas.

É nesse sentido, pelo qual reafirmamos a partir de uma citação da autora, a fundamental relevância da Análise de Discurso, pois, “Com ela podemos atravessar esse imaginário que condiciona os sujeitos em suas discursividades e, explicitando o modo como os sentidos estão sendo produzidos, compreender melhor o que está sendo dito.”(Orlandi, 2002, p. 43) desse modo, a AD vai nos dá esses horizontes de percepções, pois, como está referido no início desse trabalho, todos nós na condição de sujeito, significamos a partir da linguagem e para isso necessitamos da capacidade de compreender os sentidos.

A AD ainda nos possibilita uma meditação, nos pondo a pensar sobre como somos iludidos com a ideia de que somos conscientes naquilo que reproduzimos/falamos/lemos e nos traz uma reflexão a respeito da linguagem, de como nós, indivíduos, somos assujeitados. Assim, possuímos uma capacidade de lidar melhor com a linguagem e suas nuances.

REFERÊNCIAS

AGUSTINI, Carmen Lúcia Hernandes. **Reflexões sobre a constituição epistemológica da Análise de Discurso.** Disponível em: <<http://anaisdosead.com.br/1SEAD/Paineis/CarmenLuciaHernandesAugustini.pdf>> acesso em: 20 jan. 2017.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é Comunicação.** Editora: Brasiliense, 1997.

COLEÇÃO GRANDES LÍDERES – Papa Francisco e a igreja católica. São Paulo, Editora: Julho. Ano 1, nº 01.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** São Paulo: Contexto, 2007.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do discurso e mídia:** a (re)produção de identidades. São Paulo. Vol. 4. nº11, p. 11-25, nov. 2007.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso:** Princípios e Procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 4ª edição, 2002.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso em Análise:** Sujeito, Sentido e Ideologia. Campinas/SP: Pontes Editores, 2012.

TFOUNI, Leda Verdiani; SANTOS, Arthur Egydio de Sousa. A interpelação ideológica do discurso publicitário: Os usos do corpo e das linguagens não-verbais pela mídia na modernidade. **Revista da anpoll** V.2, n. 27. 2009. Disponível em: <<https://anpoll.emnuvens.com.br/revista/article/view/145>> acesso em: 20 de mar de 2017

TFOUNI, Fábio Elias; Pereira, Anderson de Carvalho. Entre o acontecimento e a memória: discursos sobre o papa Francisco em capas de revistas de grande circulação. *Linguagem em (Dis) curso – LemD, Tubarão, SC, V. 16. n.1, p. 11-33, jan/abr. 2016.*

TFOUNI, Leda Verdiani; PANTONI, Rosa Virgínia. **Sobre a ideologia e o efeito de evidência na teoria da Análise do Discurso francesa.** In: ACHEGAS, revista eletrônica. Disponível em: <http://www.achegas.net/numero/vinteecinco/leda_e_rosa_25.htm> acesso em: 03 de jan de 2017.

Referências do corpus

Figura 1: Revista *Veja* – O PAPA DOS POBRES. Disponível em: <<https://www.iba.com.br/revista-digital/VEJA-Julho-2013-2331-1dc65db87965ce7973e341920b554a69>> acesso em: 10 de dezembro de 2016

Figura 2: Revista *Carta Capital* - FRANCISCO CONTRA OS DONOS DO DINHEIRO. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/revista/859>> Acesso em: 10 de dez. de 2016

Figura 3: Revista *Época* - O filho de dois Franciscos. Disponível em: <<http://knfranca.blogspot.com.br/2013/03/revistas-dedicam-edicoes-especiais-ao.html>> Acesso em: 11 de dez de 2016

Figura 4: Revista *Época* - Enfim, um papa latino. Disponível em: <<http://colunas.revistaepoca.globo.com/fazcaber/2013/03/15/habemus-cap/>> acesso em: 02 de jan de 2017

Figura 5: Revista *Veja* – À SOMBRA DO PAPA. Disponível em: <<http://aluizioamorim.blogspot.com.br/2013/03/reportagem-de-capa-da-veja-estracalha.html>> acesso em: 02 de jan. de 2017>

Figura 6: Revista *Veja* – PAPA FRANCISCO NO BRASIL. Disponível em: <<http://fidelidadeajesus.blogspot.com.br/2013/07/reportagem-papa-francisco-no-brasil.html>> acesso em: 02 de jan de 2017

Figura 7: Revista *Época* – O EFEITO FRANCISCO. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/471048442249579344/>> acesso em: 05 de jan. de 2017

Figura 8: Revista *Carta Capital* – O PAPA RENOVADOR. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/revista/758>> acesso em: 05 de jan. de 2017