



Canonização de Irmã Dulce e disputa pelo acontecimento jornalístico na sociedade midiaticizada: comunicação estratégica da Prefeitura Municipal de Salvador¹

Sister Dulce's canonization and the dispute over the journalistic event in a mediated society: strategic communication by Salvador City Hall

Luan Pereira Borges
Claudiane de Oliveira Carvalho

Palavras-chave: Mídia; Comunicação Estratégica; Acontecimento Jornalístico.

Numa sociedade mediaticizada, a circulação de informações ocorre, de forma majoritária, mediada por dispositivos técnicos de comunicação, alterando relações e práticas sociais (Sodré, 2021). O uso de estratégias discursivas da informação é muito recorrente na produção de formatos jornalísticos, seja para a veiculação de notícias por meio da imprensa ou até mesmo para a veiculação por canais organizacionais. As estratégias do discurso jornalístico, quando apropriadas pela comunicação organizacional, direcionam a leitura no sentido de associar os efeitos de sentido de verdade e credibilidade à organização (Machado, 2006; Carvalho, 2019). Nessa visada, a comunicação busca construir imagem e identidade, levando em conta a questão humana e agregando valores às organizações (Kunsch, 2018, p. 18). Entre as táticas mobilizadas com esse intuito, destaca-se a vinculação do conteúdo noticioso organizacional a acontecimentos jornalísticos em grande evidência na sociedade.

¹ Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais.



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

No ano 2019, no Brasil, em especial em Salvador, na Bahia, um dos acontecimentos jornalísticos de grande veiculação e evidência social foi a canonização de Irmã Dulce, certamente por obedecer a critérios de noticiabilidade que são intrínsecos à produção jornalística (Chaparro, 1994; Traquina, 2005). Fatores como proximidade, relevância, personalidade são alguns dos muitos critérios que envolveram esse acontecimento, além da mobilização social dada pelo aumento de visitação às Obras Sociais Irmã Dulce (OSID) diante do anúncio do processo de santificação, marcado para acontecer no dia 13 de outubro de 2019 (Anchieta, 2019, s.p). Outro fator que contribuiu para que o acontecimento viesse a ter nuances jornalísticas foi o número de pessoas atendidas pelas obras e a novidade que envolveu todo o processo: Irmã Dulce seria a primeira santa nascida no Brasil canonizada pela Igreja Católica.

Diante disso, organizações públicas e privadas buscaram ter relações com o acontecimento em evidência, a exemplo da Prefeitura Municipal de Salvador (PMS). Essa, além de marcar presença nos eventos oficiais da canonização, esteve, durante o período antecedente e precedente ao dia da honraria cristã, tecendo vínculos com o acontecimento por meio de notícias veiculadas na Agência de Notícias da organização (<http://agenciadenoticias.salvador.ba.gov.br/>). Essa ideia se confirmou por meio de uma observação atenta aos textos publicados durante o período do anúncio da oficialização da canonização.

Face a esse contexto, o objetivo principal deste trabalho é resumir apontamentos e respostas para a questão: “como e de quais formas a Prefeitura Municipal de Salvador se apropriou da canonização de Irmã Dulce?”, tendo em vista que este texto faz parte de um trabalho maior de monografia de pós-graduação *Lato Sensu*. A investigação foi feita tendo em vista as notícias publicadas pela Prefeitura Municipal de Salvador (PMS) no site da Agência de Notícias, tendo como recorte para análise os títulos dos textos, uma vez que essa parte se apresenta como um mecanismo discursivo estratégico para a notícia. Os



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

textos mapeados foram todos encontrados no site a partir da busca pelas palavras “canonização” e “Dulce”. No total, 17 matérias foram visitadas e analisadas.

De natureza teórica e com abordagem qualitativa, a pesquisa tem cunho descritivo e interpretativo por buscar responder à pergunta-problema com base na Análise do Discurso e tem como principais tópicos de análise as funções estratégicas inerentes à construção dos títulos jornalísticos com base em autores como Guimarães (1995), Gradim (2000), Pellim (2009), Antunes (2020), cujos trabalhos são influenciados por Mouillaud (1989, 1997). Imbert (1988), Van Dijk (1990, 1998) e Verón (2004).

Os títulos são como porta de entrada do texto jornalístico, mas não se resumem a isso, pois concedem um viés estratégico ao texto jornalístico que envolve a apreensão e a convocação do leitor por meio de mecanismos específicos escolhidos no momento da elaboração discursiva. Tendo isso em vista, observamos que essas escolhas e esses mecanismos podem forjar, também, estratégias de comunicação organizacional para agregar valores às organizações, mediante produção de efeito de sentido.

Aponta-se que a análise dos produtos jornalísticos presentes no site da Agência de Notícias da PMS possibilitou a resposta ao problema proposto, o qual consistiu em entender como foi feito o relacionamento da organização com o acontecimento jornalístico a partir da análise de produções discursivas feitas pela PMS. Com base no processo investigativo realizado, apresenta-se que a escolha da PMS pela notícia, como forma de se relacionar com o acontecimento jornalístico, demonstra, por si só, um viés estratégico, uma vez que a organização vincula-se à novidade e ao factual pela mediação do discurso informativo.

De acordo com o conteúdo analisado, o objetivo da organização foi exatamente vincular as realizações da prefeitura (obras, requalificações, agenda do gestor) ao acontecimento da canonização de Irmã Dulce. Para tanto, lançou mão do formato da notícia, tendo em vista suas especificidades e valores agregados (factualidade, verdade, objetividade, legitimidade etc). Dessa forma, ao optar pela notícia, a organização realizou



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

uma ação estratégica, conectando-se ao acontecimento e traçando caminhos para a consolidação desse vínculo.

Certificou-se que todos os títulos analisados apresentaram relações da organização com o acontecimento jornalístico. Um dos principais indícios foi a presença do nome da organização ou do gestor municipal, seguidos por um verbo que indica ação e, na sequência, expressões ligadas diretamente à canonização ou a algum elemento que tivesse relação com o acontecimento. Nesse caso, os títulos foram construídos seguindo uma lógica de (1) sujeito, (2) verbo e (3) predicado, nesta ordem.

Figura 1- Prefeitura, verbo, Dulce²

² Na figura não estão presentes todos os exemplos de acordo com os números apresentados nos parágrafos anteriores. Essa figura serve apenas para ilustrar, como exemplo do que foi apresentado pela Prefeitura. Para conferir todas as mostras, acesse o site da Agência de Notícias e no espaço “buscar assunto” escreva as palavras “canonização” e “Dulce”.

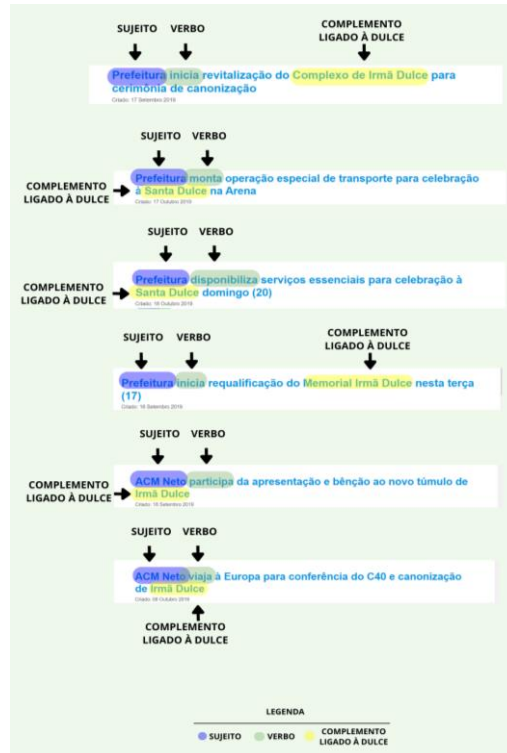


Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Esse mecanismo escolhido pelos enunciadores, colocando sempre a organização como a executora da ação concernente ao acontecimento, mostra-se como uma ação estratégica. A organização apresenta-se como sujeito da ação (descrita pelo verbo) e, no predicado, um referencial ao acontecimento ou a aspectos relacionados. A PMS buscou vincular-se à canonização visando o público-alvo do acontecimento, uma vez que, em seus títulos, a relação da organização não ocorre somente de forma direta, mencionando “Dulce” ou a própria “canonização”, mas também lugares frequentados pela comunidade religiosa, especialmente a cristã católica.

Figura 2 - Prefeitura faz referência a locais religiosos



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Prefeitura inicia requalificação do Memorial Irmã Dulce nesta terça (17)

Criado: 16 Setembro 2019

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Essa abordagem não significa que a PMS somente teve interesse nos cristãos católicos. Pela análise dos títulos, é possível perceber que o discurso não é direcionado de forma exclusiva aos cristãos, entretanto aciona memórias especialmente dessa comunidade por meio de palavras e expressões vinculadas a sentidos e lugares religiosos.

Percebe-se, também, que a PMS aproveitou o momento para discursar sobre projetos que já executava e, assim, relacioná-los ao acontecimento jornalístico. Essa estratégia pode ser conferida em uma das matérias produzidas não somente por meio da leitura do título, mas pela certificação no *lead* e *sublead*. Em um texto publicado nove dias após a canonização, o enunciador, antes de uma citação do gestor municipal, rememora a celebração, bem como os feitos de Dulce e os assemelha ao projeto da PMS.

Figura 3 - Prefeitura faz referência à canonização e cita gestor municipal

Ainda no clima da canonização da Santa Dulce dos Pobres, o prefeito salientou o exemplo da religiosa como uma necessidade de deixar algo de bom, principalmente para os mais necessitados. "Os pedidos mais frequentes das pessoas eram de ajuda para comprar um bloco ou um cimento para melhorar o lugar onde moravam. Daí surgiu o Morar Melhor com o intuito de ajudar pessoas pobres, muitas delas mal têm dinheiro para colocar comida na mesa, a reformar a própria casa. Já estamos, inclusive, fazendo licitação para contratação de empresa que realizará as obras da terceira etapa. Também haverá valor maior: R\$7 mil para cada residência" declarou ACM Neto.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Um outro ponto que vale ser reforçado aqui, para além da ordem direta na construção dos títulos, é a presença de um artifício específico nesse processo: o verbo, que desempenha papel fundamental ao indicar ideia de ação (Dino, 2018). Para Gradim (2000), Elena e Otília (2006), Pereira Junior (2012) (*apud* Bueno; Reino, 2022, p. 33-35),



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

ao indicar ação, o verbo configura-se essencial ao texto jornalístico. Nesse sentido, a PMS, em todos os títulos, colocou-se como sujeito da ação, usando o verbo de forma estratégica.

Ainda sobre o uso do verbo, a PMS investe na função referencial do título jornalístico (Antunes, 2020). Isso porque, além de ser essencial ao texto jornalístico, o verbo também pressupõe a informação, uma característica da função referencial junto à ideia de factualidade (Gradim, 2000; Elena, Otília, 2006; Pereira Júnior, 2012). Por meio dessa percepção, conclui-se, também, que a PMS buscou abordar nos textos suas ações, realizações em benefício da canonização e do povo religioso e soteropolitano (ver figura 2).

Constatou-se, também, devido às palavras e às estratégias utilizadas, que a PMS esteve empenhada em ser vista principalmente pela população envolvida na canonização, ou seja, para além dos soteropolitanos, a comunidade cristã católica de forma ampla. Nesse sentido, ficam claras as tentativas de aproximação com esse público, buscando um relacionamento direto pelas ações práticas e indireto pelo discurso.

Dessa forma, conclui-se que a comunicação organizacional já não pode mais ser vista, num viés transmissionista, apenas como o setor da empresa que comunica e informa os diferentes *stakeholders*. Pelo contrário, cada vez mais, os contextos comunicacionais têm pedido e exigido por uma Comunicação Estratégica (Kunsch, 2020). O uso dos modos de fazer e dizer do jornalismo, especialmente a partir da produção da notícia, tem papel relevante na comunicação organizacional, uma vez que o discurso da informação jornalística mobiliza valores e efeitos de sentido que corroboram à construção da imagem e reputação da organização, estreitando o vínculo com os públicos de relacionamento.

O presente resumo sintetiza os achados de uma pesquisa realizada em um curso de pós-graduação Lato Sensu, cujos processo motivou a realização também de um mestrado acadêmico sobre o tema, o qual está em curso. Os resultados aqui apresentados fazem



parte de um conjunto maior de apontamentos conclusivos, que articulam comunicação pública estratégica³, estudos do jornalismo e da Análise do Discurso (AD).

Referências

Agência de Notícias, 2023. **Notícias sobre canonização de Irmã Dulce**. Disponível em: <<http://www.agenciadenoticias.salvador.ba.gov.br/index.php/pt-br/component/finder/search?q=CANONIZA%C3%87%C3%83O+dulce&t%5B%5D=&Itemid=167>>. Acesso entre julho e novembro de 2023.

ANCHIETA, Mauro. Aumenta número de visitas a santuário de Irmã Dulce na Bahia; canonização será em 22 dias. **G1**, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ba/bahia/irma-dulce/noticia/2019/09/21/aumenta-numero-de-visitas-a-santuario-de-irma-dulce-canonizacao-sera-em-22-dias.ghtml>>. Acesso em: 15 de outubro de 2023.

ANTUNES, Elton. Os títulos, o jornal desde o epílogo. *In*: FERREIRA, Giovandro Marcus; ANDRADE, Ivanise Hilbig de; CARVALHO, Claudiane (organizadores). **CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS NO JORNALISMO**: contribuições de Maurice Mouillaud e Eliseo Verón. Salvador: Edufba, 2020. p. 93 - 119.

BUENO, Thaísa; REINO, Lucas Santiago Arraes. **Títulos Jornalísticos**. São Luís: EDUFMA, 2022.

CARVALHO, C. **A construção da notícia**: interseções entre jornalismo e comunicação estratégica. Salvador: Edufba, 2019.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

GUIMARÃES, Elisa. **A articulação do texto**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1995.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas**. Media & Jornalismo. Imprensa da Universidade de Coimbra |

³ No trabalho original, exploramos a noção de comunicação pública pelo viés estratégico. No entanto, por questão de economia do espaço, neste texto, não aprofundamos sobre esse assunto.



Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas
em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Coimbra University Press, Coimbra, Portugal: Universidade de Coimbra, n.º 33 Vol. 18, n.º 2 - 2018.

KUNSCH, M. K. Comunicação Organizacional Integrada na Perspectiva Estratégica. In: Félix. J. D`ARC. **Comunicação Estratégica e Integrada**: a visão de 23 renomados autores em 5 países. Brasília: Editora Rede Integrada, 2020, p. 85-104.

MACHADO, Marcia Benetti. **JORNALISMO E PERSPECTIVAS DE ENUNCIACÃO**: uma abordagem metodológica. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, 1 - 11, janeiro/junho de 2006.

PELLIM, T. **Análise textual de títulos jornalísticos**: um estudo comparativo entre as seções de ciência e esporte. Vertentes, São João del-Rei, v. 34, p 171-178, 2009. Disponível em: . Acesso em: 2 de novembro de 2023.

SODRÉ, M. **A Sociedade Incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2021.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.