

Da imagem à palavra: uma análise crítica da Tradução Intersemiótica do Cartaz do Círio de 2021¹

Marcia Goretti Pereira de Carvalho*

Considerações iniciais

O Círio de Nazaré é uma manifestação religioso-cultural que mescla os rituais oficiais da Igreja Católica com o catolicismo popular. O surgimento dessa devoção está envolto em lendas e em mitos ligados ao imaginário Amazônico. Esse evento sócio-religioso-cultural está cercado de símbolos do Círio como a Imagem da Santa (original e a peregrina), o Manto da Santa (renovado a cada ano), a Berlinda (que transporta a imagem em várias procissões), a Corda (polêmica e emblemática, mas resistente às inovações da contemporaneidade) e o Cartaz² do Círio, tradicional e significativo elemento de propagação da festa, criado a cada ano de acordo com o tema do Círio.

Para analisar o Cartaz do Círio de 2021, recorreu-se aos estudos sobre tradução intersemiótica por se tratar de uma imagem, com signos verbais e não-verbais, a ‘traduzir’ o sentido do Círio para a Igreja e para o povo. Este artigo tem como base teórico-metodológica a Análise Crítica do Discurso que compreende o texto como uma relação entre o linguístico e as inter-relações ideológicas político-sociais dos atores sociais relacionados ao discurso do texto produzido para reforçar ou modificar relações de poder e de dominação na sociedade atual.

¹ Artigo sobre o cartaz do Círio 2017 e a Tradução intersemiótica foi publicado em 2019, no e-book do XI SPA (Seminário de Pesquisas em Andamento) do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Tradução (PGET) da Universidade Federal de Santa Catarina. A perspectiva funcionalista da Análise Crítica do Discurso atualiza esse capítulo na interpretação semiótica do Cartaz do Círio de 2021.

* Professora da Faculdade de Letras do Instituto de Letras e Comunicação da Universidade Federal do Pará. Doutora em Estudos da Tradução pela Universidade Federal de Santa Catarina na Área de Concentração da Lexicografia.

E-mail: marciagoretticarvalho@gmail.com

² A palavra “cartaz”, referindo-se ao cartaz do Círio, será grafada com letra maiúscula para especificar que se trata de um cartaz padronizado para o Círio de Nazaré.

Tradução Intersemiótica

A tradução, para alguns estudiosos como Haroldo de Campos (1981), seria uma recriação do original com uma relação recíproca entre o significado e o significante do signo (verbal e não-verbal). O tradutor, para Benjamin (1979), teria como tarefa descobrir, na tradução, a correspondência entre estruturas de idiomas diferentes, com culturas diversas e entre signos diferentes (a tradução intersemiótica). Segundo Plaza (1987), novas formas e novos conteúdos no texto traduzido tentam separar-se do texto original. Conforme esse autor, em algum ponto, entretanto, o texto de chegada se identifica com o texto de partida, senão não seria uma tradução, e depois passa a ser uma “tradução criativa”.

A tradução intersemiótica apresenta três espécies de signos: o ícone, o índice, e o símbolo e três tipos diferentes de tradução: a Icônica, a Indicial e a Simbólica de acordo com Plaza (1987). Destaco, para fins de análise do Cartaz do Círio, a tradução simbólica (transcodificação). A tradução como processo simbólico determina as leis de como “[...] um signo dá surgimento a outro”. O Cartaz do Círio pode ser considerado como uma tradução simbólica já que existe uma convenção entre o símbolo (o cartaz) e o que ele representa (a devoção à Virgem de Nazaré na identidade do povo paraense).

Segundo Diniz (1998), o processo de tradução de signos de um sistema semiótico para outro ocorre quando a linguagem não-verbal (artes plásticas e produções áudio-visuais) é “transmutada” à linguagem verbal ou vice-versa. Alguns escritores e poetas compuseram suas obras inspirados em quadros, fazendo uma leitura das imagens. Para Yuri Lotman (1990 apud DINIZ, 1998), cada pintura ou cada poema possuem elementos de ambas as linguagens. Há textos, inclusive, com palavras e imagens simultaneamente, sendo, entretanto, um deles preponderante. Os tradutores procuram por elementos de um determinado sistema de signos com uma função correspondente em um outro sistema de signos.

Deve-se levar em consideração a cultura nos processos tradutórios. Nem sempre o tradutor conhece os contextos histórico-social-culturais nos quais os textos de partida foram produzidos. No processo tradutório, segundo Alves (2012, p. 22-23), são muito importantes “[...] as relações entre os sentidos, os meios e os códigos”, com destaque para o código cultural, para os sistemas de valores e para a linguagem verbal e não-verbal. Todos são elementos importantes à interpretação de textos por parte dos leitores em potencial.

Os tradutores, portanto, deveriam considerar, na tradução, elementos culturais e históricos de uma determinada época já que os significados dos textos variam de uma

cultura para outra dentro de contextos diferentes de produção e de recepção desses textos. A tradução recebe os significados de uma cultura e representa materialmente os sentidos do texto original. Esses sentidos podem representar relações particulares com as experiências culturais do autor desse texto, obtendo-se um melhor entendimento da cultura do outro.

Alves (2012) atenta para o fato de que a cultura não pertence a um determinado espaço, mas é compartilhada e experimentada em diversas partes do mundo devido a trocas de informações pela internet, por exemplo, e à maneira como os homens vêm se relacionando com a sua própria identidade local. A cultura está em constante movimento na comunicação humana e depende diretamente dos meios de socialização. A sociedade moderna vive em constante transformação e as transposições de um contexto a outro constroem novas representações. Nesse sentido, a cultura permite que os seres humanos se preencham de significações e se representem com uma cultura local que se distancia de si mesma.

Bhabha (1998, apud ALVES, 2012) afirma que as pessoas estão num momento de trânsito em que o espaço e o tempo se cruzam para produzir figuras complexas de diferenças e de identidades. O contato entre culturas se refere à troca de informações e ao compartilhamento de experiências realizadas histórica e socialmente num determinado tempo e espaço por um indivíduo ou por vários. Novos signos de identidade e novas maneiras de colaboração e de contestação entram em cena. Os intercâmbios feitos de uma cultura a outra permitem reconhecer elementos de uma cultura e sua adaptação em outro lugar como, por exemplo, as imagens nos textos de uma determinada cultura e posteriormente traduzidos em outra cultura.

Os tradutores, segundo Alves (2012), podem usar as imagens como forma de tradução para representar, por meio de funções equivalentes, o texto não-verbal em outras linguagens. Isso interessa aos pesquisadores no processo de interpretação de textos que envolvem as artes. Os textos, desde algum tempo, são acompanhados por imagens como as ilustrações e as fotografias que permitem ao leitor a interpretação do texto em níveis diferenciados. Algumas vezes, as ilustrações e as fotografias apresentam informações que são sugeridas, mas nem sempre concretizadas no texto escrito. As imagens se constituem em um universo de significações que não se limitam a uma leitura 'simplória' do signo, como um todo.

O texto, em forma de palavra escrita, traduz códigos que pertencem a sistemas linguísticos diferenciados. A imagem traduz as ideias, o pensamento que, em si, já instaura um processo de tradução. Plaza (1987, p. 18) afirma que "[...] qualquer pensamento é necessariamente uma tradução. Quando pensamos, traduzimos [...]"

sejam imagens, sentimentos ou concepções [...]”. Quando um texto é traduzido em outras formas de linguagem, é possível que as escolhas do tradutor não sejam totalmente evidentes ao leitor.

Em certos casos, o próprio tradutor pode não ser totalmente consciente das escolhas que fez no processo tradutório. O tradutor se vale de estratégias intuitivas e programadas de comunicação e de tradução de imagens e em imagens, tradução esta que pode ser considerada mais livre. Isso depende diretamente da leitura do ilustrador que recria um texto escrito por meio de uma obra de arte visual com possibilidades ou não de ser essa obra de arte expressa por palavras.

Alves (2012) identifica na imagem uma representação com significado irrestrito e ilimitado que pode ser interpretado por uma convenção sociocultural que existe entre o texto e a imagem como acontece na leitura do cartaz do Círio. A teoria semiótica permite captar a força da comunicação da linguagem visual. Deve-se considerar a imagem como um texto composto de diversos tipos de signos e como uma linguagem, uma mensagem para o outro, uma forma de expressão humana em seu espaço cultural.

O tradutor se torna um mediador entre o texto (palavras e/ou imagens) e seu leitor, articulando as traduções, em uma relação intertextual, com conteúdos próximos que apontam para o texto de partida. Ele deve, dentre as suas escolhas, considerar os correspondentes na cultura que receberá o texto traduzido, além de situá-lo no tempo e no espaço histórico. Ele adapta os contextos e cria estratégias para traduzir a cultura do outro de forma eficiente, conforme Alves (2012).

O contato com a cultura do outro, por meio das traduções interlingual, intralingual ou semiótica, segundo Jakobson (2007), proporciona a aproximação entre os sistemas comunicativos. A cultura local interage com as adaptações de outras culturas (HALL, 2003 apud ALVES, 2012). O Círio de Nazaré vem sofrendo mudanças e adaptações à cultura dos povos amazônicos ao ser trasladado de Portugal para o Pará no século XVIII.

Análise Crítica do Discurso

A Análise Crítica do Discurso (ACD), interpretativa e explicativa, propõe-se a examinar os diferentes discursos sob três dimensões interconectadas. A primeira dimensão é a análise textual que inclui o estudo do léxico, o estudo das escolhas gramaticais, da coesão e da estrutura do texto. A segunda dimensão é a análise da prática discursiva com o estudo da coerência e da força ilocucionária do texto e dos aspectos intertextuais e interdiscursivos no texto. E, finalmente, a terceira dimensão é

a análise da prática social com o estudo do modo como as estruturas sociais moldam e determinam os textos e como os textos atuam sobre essas estruturas.

Meurer (2005) considera que o conjunto dessas análises forma uma construção teórica que percebe a realidade em seus vários aspectos. O analista do discurso tem como tarefa analisar os textos com interesse em questões sociais, em manifestação de identidades e em relações de poder. Fairclough (2001, apud MEURER, 2005) critica algumas abordagens da análise do discurso pela ausência de uma teorização mais complexa em relação à interação entre discurso e estruturas sociais e ao modo de produção e interpretação dos textos. Segundo analistas do discurso, vivemos em ambientes institucionalmente organizados, com práticas e valores específicos expressos por meio da língua. Isso não pode ser ignorado pelos estudiosos da linguagem. O discurso, articulado na linguagem, expressa valores e significados das diferentes instituições sócio-políticas presentes em um grupo social. O texto é a realização linguística na qual se manifesta esse discurso. Conforme os pressupostos metodológico-teóricos gerais da ACD adotados por Fairclough (2001, apud MEURER, 2005), a linguagem é uma relação entre textos e sociedade que se influenciam mutuamente. A interligação entre poder e ideologia está presente nos diversos textos presentes nas práticas sociais. O discurso cria, reforça ou desafia os conhecimentos ou as crenças, as ideologias, as relações sociais, as identidades e/ou as posições sociais.

Os textos, de acordo com Meurer (2005), cujos traços e pistas textuais são investigados pela ACD, podem tornar visíveis as relações sociais, muitas vezes, não percebidas pelos indivíduos. É fundamental, nesses casos, investigar como a linguagem é usada para manter ou desafiar tais relações atualmente. Um texto se acha em uma corrente contínua de textos e é localizado historicamente. Os indivíduos, por meio de uma análise crítica desses textos, podem ser conscientizados sobre a possibilidade de mudanças sociais, em benefício de uns e em prejuízo de outros, resultantes do poder constitutivo e ideológico dos discursos desses indivíduos.

Segundo Caldas-Coulthard (2007), na visão de Fairclough (1992) e de Gee (1990), o texto deve ser analisado em uma teoria social do funcionamento da língua em processos ideológicos e políticos. Os Discursos estão relacionados a práticas sociais ligadas à língua e ao letramento e a modos de comportamento das pessoas (interação, modos de avaliação, pensamentos, crenças, conversas, produção e recepção de textos). As pessoas assumem papéis particulares desempenhados em determinados grupos sociais. O grupo social determina as práticas discursivas a que temos acesso e todo grupo cultural tem seu próprio discurso, como sua identidade.

Quando interagimos, expressamos e reproduzimos a estrutura social do nosso grupo e as práticas discursivas representam os nossos pontos de vista. O uso da língua se refere, então, às ideologias específicas, às nossas identidades sociais e aos vários grupos culturais, étnicos, religiosos aos quais pertencemos. Para Fairclough (1989; 1992; 1993; 1995, apud HEBERLE, 2008), os discursos contraditórios podem coexistir numa mesma instituição, integrados a muitas relações sociais e influenciados por variáveis. Dentre essas variáveis, destacamos classe, gênero, idade, etnia, ocupação, status econômico e intelectual e normas de diferentes instituições como as religiosas.

Todo texto tem seu próprio ambiente no qual está inserido. Quanto ao contexto cultural, Caldas-Coulthard (2007) salienta que textos produzidos e consumidos são determinados por redes de relacionamentos e previsíveis conforme a estrutura social e institucional em que estão inseridos. Kress (1995, apud HEBERLE, 2008, p. 291) assevera que o texto “[...] é um microcosmo do mundo social em que é [produzido]”. E pertence à cultura de quem o produziu, independente do gênero textual. Esse tipo de análise contribui para desconstruir as ideologias contestáveis e produzir, assim, possivelmente uma sociedade melhor. Fatores sociais e ideológicos envolvidos na produção dos textos precisam ser considerados.

Van Dijk (1993, apud HEBERLE, 2008) preconiza que a ACD está voltada à investigação de fenômenos discursivos diversos. Esses fenômenos estão ligados a várias questões. Dentre essas questões, destacamos as injustiças sociais, a opressão, as relações de poder, as questões de gênero e de raça e os diversos tipos de desigualdades assim como para o estudo da linguagem. Sob o ponto de vista de Fairclough (1995, apud HEBERLE, 2008), a linguagem é usada para reforçar as desigualdades sociais e para analisar mudanças em organizações sociais. Segundo Heberle (2008), estudam-se os aspectos socioculturais, a descrição e a análise linguísticas. Isso mostra que o discurso reforça e é reforçado pelo “status quo” da sociedade, porém esse mesmo discurso pode modificar a sociedade.

A ACD, conforme Heberle (2008), procura analisar as formas, as cores e a composição das figuras, dos desenhos e de outras formas de comunicação visual. Essas formas de comunicação visual expressam diferentes interpretações da realidade e formas de interação social, criando significado ideológico relacionado às condições histórico-culturais em um determinado contexto.

Para Voloshinov (1973, apud CALDAS-COULTHARD, 2007), a ideologia está relacionada à realidade material dos signos (significante). Os signos estão relacionados às formas concretas da interação social, essencial na análise semiótica. Segundo esse autor, a sociedade é caracterizada por conflitos. As pessoas estão constantemente

renegociando seus papéis e suas relações sociais, criando significados pela sua interação com outros signos.

O Cartaz do Círio³

Segundo Junqueira (2009), o primeiro Cartaz do Círio foi produzido em 1882, e desde então é um dos símbolos do Círio de Nazaré. O lançamento oficial, organizado pela Diretoria da Festa de Nazaré (DFN), é aberto ao público desde 2007. De acordo com as observações de campo da pesquisa sobre o Vocabulário do Círio de Nazaré (2016-2019) (CARVALHO, 2020), a cerimônia de apresentação do Cartaz do Círio ocorre no final de maio na Praça Santuário após uma missa na Basílica Santuário de Nossa Senhora de Nazaré. A peça de arte é revelada com a presença de membros da Igreja Católica, da Diretoria da Festa, de patrocinadores e apoiadores oficiais do Círio e de centenas de devotos que recebem um exemplar gratuito do Cartaz.

Em 2020 e 2021, devido às restrições causadas pela pandemia do novo Coronavírus, a apresentação do Cartaz ocorreu no interior da Basílica com número limitado de pessoas e de acordo com as medidas de prevenção preconizadas pela OMS. A cerimônia foi amplamente divulgada pela mídia e pelas plataformas digitais. Em 2021, o Cartaz do Círio⁴ foi fotografado por Walda Marques. A empresa Mendes Comunicação é responsável pela arte do Cartaz do Círio, voluntária na produção das peças gráficas para o Círio de Nazaré. No momento do lançamento do Cartaz são assinados os termos de cessão de direitos autorais às Obras Sociais da Paróquia de Nazaré (OSPAN).

Esse lançamento oficial dá início à programação de evangelização do Círio, com a distribuição dos Cartazes nas paróquias da arquidiocese. Sua principal função é divulgar o Círio e dar início aos preparativos da festividade. Para o discurso oficial da Igreja Católica, o Cartaz é um importante instrumento de propagação da ideologia católico-cristã entre os paraenses. Ele reproduz para esse grupo social específico o discurso ideológico-doutrinário da Igreja. Os Cartazes ficam estampados nas casas e nas

³ Os dados sobre o Cartaz do Círio 2021 apresentados neste capítulo estão disponíveis em: <<https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2021/05/31/cartaz-do-cirio-2021-traz-referencias-a-pandemia-e-pede-paz.ghtml>>. Acesso em: 03 ago. 2021; <<https://arquidiocesedebelelem.com.br/apresentacao-do-cartaz-do-cirio-de-nazare2021/>>. Acesso em: 05 ago. 2021; <<https://portalamazonia.com/estados/para/arquidiocese-de-belem-apresenta-cartaz-do-cirio-de-nazare-2021-confira#>>>. Acesso em: 08 ago. 2021.

⁴ *Cartaz do Círio* s.m. cartaz confeccionado em papel couchê (papel de superfície lisa e brilhante), com dimensões aproximadas de 64 cm de altura por 46 cm de largura, com texto e imagens coloridas, referentes ao tema anual do Círio. O cartaz do Círio apresenta em destaque, geralmente, a imagem peregrina de Nossa Senhora de Nazaré com o manto do ano anterior (verbete do Vocabulário do Círio de Nazaré) (CARVALHO, 2020, p. 170).

empresas durante o ano todo, com a metáfora da presença de Maria como proteção para esses lugares.

Junqueira (2009) e Vasconcellos e Bonna (2009) mencionam que o Cartaz do Círio tem recebido premiações nacionais e internacionais desde 2002, como o Festival de Gramado (RS, Brasil) e o *Creativity Annual*⁵. Em 2017, estimou-se a impressão total de 900 mil exemplares. Em 2021, cada unidade está sendo vendida a três reais a unidade. Essa venda extrapola as fronteiras do Estado do Pará e se expande a outros estados brasileiros. A imagem peregrina e o Cartaz são levados para várias cidades como Rio de Janeiro, Brasília, São Luís, Manaus e outras capitais brasileiras.

O Cartaz do Círio, conforme Junqueira (2009), transformou-se, ao longo dos últimos anos, num importante instrumento de impulso e de dinamismo para o comércio local. A sua estampa está em inúmeros itens de consumo como roupas e acessórios no comércio local. O Cartaz do Círio e o seu *banner* ficam disponíveis nas lojas e livrarias católicas no dia seguinte a sua apresentação oficial. Alguns dias depois, os *transfers* do Cartaz já se encontram à venda às malharias. Oficialmente ou não, torna-se um ícone *fashion*. Ele é personalizado por algumas pessoas com paetês e bordados como forma de identificação com a santa. Esse autor menciona o fato de que parte da renda das camisetas oficiais é destinada às obras sociais da Igreja Católica.

⁵ O *Creative Annual* é uma das mais importantes fontes de referência da publicidade mundial (SAMPAIO, 2008).

A análise do Cartaz

Figura 1: Cartaz do Círio de 2021



Este ano, a peça surpreendeu a todos pela cor branca e sua referência à situação atual de pandemia. Em primeiro plano, temos a imagem peregrina de Nossa Senhora de Nazaré com manto em branco e dourado. Ao fundo, pela primeira vez, a cor branca no lugar do colorido de cartazes de anos anteriores. O signo não-verbal do cartaz está estritamente relacionado ao signo verbal, tema do Círio de 2021: “O Evangelho da família na casa de Maria” (em dourado). O Cartaz “traduz” esse tema na imagem da

Virgem Maria com fundo branco, cor da paz e dos profissionais da saúde. Tudo a que se almeja em momentos de pandemia: paz e saúde.

A imagem que figura em primeiro plano no Cartaz é conhecida como a imagem peregrina, esculpida na Itália na década de 60, com traços de uma mulher indígena, típica da região amazônica. O manto é confeccionado com riqueza de detalhes e de acordo com o tema do Círio do ano em que o manto foi bordado. No caso da imagem no Cartaz do Círio de 2021, o manto foi confeccionado para as aparições da Santa nas cerimônias do Círio em 2020, sem as tradicionais procissões por conta do isolamento e distanciamento sociais.

De acordo com a Análise Crítica do Discurso, o conjunto do Cartaz, nos aspectos visual e verbal, tem-se o discurso de uma instituição religiosa e dos que, oficialmente, organizam o Círio, com a proposta de que Maria é o elo entre os fiéis e o Evangelho de Cristo, na intervenção por dias melhores. Mas, ao longo de sua história, o Círio apresenta a particularidade de ser regido por um catolicismo popular que nem sempre esteve de acordo com os desígnios da Igreja Católica. Nessa relação de poder, a presença da corda na procissão, por exemplo, foi, e ainda é, motivo de grandes atritos entre devotos e autoridades religiosas católicas.

O Círio é realmente conduzido pelo povo, tanto que a Igreja e a Diretoria da Festa não conseguem controlar plenamente as várias romarias (doze no total) no período da quadra nazarena (pouco mais de quinze dias de festividade em Outubro). As manifestações culturais populares que ocorrem nesse período, muitas vezes contrárias aos dogmas católicos, representam fortemente os costumes indígenas e os elementos da cultura afro, com a congregação de indivíduos, em torno do Círio, de crenças religiosas diversas ou de indivíduos sem nenhuma crença.

A ideia da evangelização na Amazônia e, em especial, no Pará, está muito entrelaçada com a figura de Maria conforme declarações oficiais do Arcebispo de Belém, com base no discurso do Vaticano e em séculos da presença da Igreja na região. Afinal, vale lembrar que o Círio nasceu, em 1793, e cresceu no Pará ao longo desse tempo, e se mantém vivo e renovado cada vez mais pela enorme devoção dos paraenses a Maria com o discurso de ser a mãe de Jesus e a intercessora dos homens junto ao seu Filho nos momentos mais difíceis na vida de cada promesseiro-devoto.

Depois de muitas reuniões para se definir a versão final do Cartaz (resultado da “tradução” de textos verbais orais e escritos em imagem) chegou-se à ideia do Cartaz do Círio de 2021. Seguindo às orientações do Papa Francisco, chefe-supremo da Igreja Católica, o Cartaz do Círio de 2021 faz referência às famílias que se parecem a pequenas

igrejas em seus lares em tempos de isolamento. Ele é inspirado na realidade em que vivemos no Estado do Pará, no Brasil e no mundo. Uma forma de superar, pela fé e pela espiritualidade, as dores e as angústias trazidas pela pandemia com o discurso oficial da Igreja do anúncio da paz nos lares de todas as famílias.

A cor predominante no Cartaz, mencionada anteriormente, é o branco, cor da paz, da saúde (vestimenta dos profissionais de saúde) e do sagrado como o lírio branco, na Igreja Católica, que simboliza a pureza da Virgem Maria. Em tempos de sofrimentos e de sacrifícios, a paz e a saúde são dois elementos preciosos para as pessoas atualmente.

Os ramos, em segundo plano no Cartaz, nos lembram a configuração dos pulmões, órgão mais afetado pela infecção causada pelo Coronavírus. Isso nos faz refletir sobre o sofrimento de tantas pessoas em seu esforço para respirar. O ouro, aplicado nas letras que formam o título do Cartaz (“Círio de Nazaré”), no manto da Virgem e no tema do Círio, representa a luz do sol. No discurso do informativo sobre o Cartaz, o dourado da luz do sol é, metaforicamente falando, um novo amanhã de esperança em dias melhores com o fim da pandemia. Um apelo pela possível intercessão salvífica da Virgem de Nazaré aos doentes e aos seus devotos em geral pelo livramento da peste (“Coronavírus”) e uma bênção para os profissionais da linha de frente ao combate à pandemia.

O Cartaz do Círio apresenta ainda como signos verbais, com menos destaque do que o tema, a data da realização do Círio de 2021 (no segundo domingo de Outubro) e as logomarcas da Arquidiocese de Belém, da Basílica Santuário de Nossa Senhora de Nazaré (administrada pelos padres Barnabitas) e da Diretoria da Festa de Nazaré na parte inferior do Cartaz. Essas logomarcas identificam as instituições responsáveis pela organização da parte religiosa do Círio e por seu discurso oficial.

Considerações finais

Em uma espécie de “tradução” das tradições culturais populares, pode-se considerar que uma marca do Cartaz do Círio em suas edições anuais é estar impregnado de referências à realidade do povo, ao Pará e à Região Amazônica. Isso pode ser observado nas edições do Cartaz em outros anos conforme Vasconcellos e Bonna (2009). Dentre essas particularidades, temos as cores verde (floresta) e roxo (o fruto do açaí), detalhes da Basílica de Nazaré, fitinhas da Santa, fotos de devotos, flores regionais como a vitória-régia, e pontos turísticos de Belém como o Ver-o-Peso e a Catedral da Sé. Esse ‘toque’ regional tem o propósito de ser o discurso da identidade entre o Cartaz e os devotos de Maria, reforçando as relações de poder e a ideologia da Igreja Católica na região.

Essa identidade do povo com a Santa chega a um certo grau de intimidade entre o devoto e as imagens da Virgem de Nazaré que muitas pessoas tratam essas imagens (a original e a peregrina) como um membro da família. Passam a chamá-las carinhosamente de “Nazinha” (CARVALHO, 2020). Como dizem os promesseiros da corda: “Quem faz o Círio andar é o povo”. A personalização dos cartazes e das camisas do Círio são também uma mostra da relação íntima entre os fiéis e a Virgem de Nazaré por meio da crença de terem seus pedidos atendidos.

O Cartaz do Círio é o discurso de uma instituição religiosa e a identidade do povo com um traço religioso-cultural muito forte no Pará. Antes de ser fruto da criatividade de um fotógrafo e de uma equipe de produção de arte, é a ‘tradução’ de uma tradição. Ele é resultado de documentos (textos verbais orais e escritos) discutidos entre a equipe de publicidade, a Diretoria da Festa de Nazaré e membros da Igreja sobre o tema do Cartaz no ano de sua divulgação.

Ele poderia ser considerado somente uma “transcrição” de textos verbais para uma imagem (uma montagem fotográfica) com destaque para a figura da imagem peregrina. Mas é mais do que isso. É a ligação do símbolo, Cartaz do Círio, com o povo paraense. No Cartaz de 2021, ele é representado pela cor branca e pela referência à pandemia e à fé na cura e no fim da “peste”, à cura das sequelas provocadas pelo Coronavírus.

Referências

- ALVES, M. J. dos S. **Tradução cultural e intersemiótica no conto rapunzel dos irmãos Grimm**. 2012. 105 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Federal do Pará, Belém, 2012.
- BENJAMIN, W. A Tarefa do Tradutor. Tradução de Fernando Camacho. **Revista Humboldt**, n. 4, Munique, Bruckmann, p. 38-44, 1979. [Título original: Die Aufgabe des Übersetzers].
- CALDAS-COULTHARD, C. R. Da Análise do Discurso à Análise Crítica do Discurso: introduzindo conceitos. In.: CALDAS-COULTHARD, C. R.; SCLIAR-CABRAL, L. (Orgs.). **Desvendando discursos: conceitos básicos**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2007. p. 19-44.
- CAMPOS, H. Da Razão Antropofágica. **Revista Colóquio/Letras**, Lisboa, p. 10-25, 1981.
- CARVALHO, M. G. P. de. **Tradução Intralingual e Lexicografia: Proposta de compilação do Vocabulário Monolíngue do Círio de Nazaré**. 2020. 261f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Estudos da Tradução. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.
- DINIZ, T. F. N. Tradução intersemiótica: do texto para a tela. **Cadernos da Tradução**, Florianópolis, v. 1, n. 3, p. 313-338, 1998.

HEBERLE, V. M. Análise Crítica do Discurso e Estudos de Gêneros (gender): Subsídios Para a Leitura e Interpretação de Textos. In: FORTKAMP, M. B. M.; TOMITCH, L. M. B. (Orgs.). **Aspectos da Linguística Aplicada**: Estudos em homenagem ao Professor Hilário Inácio Bohn. 2. ed. Florianópolis: Editora Insular, 2008. p. 289-316.

JAKOBSON, R. **Linguística e Comunicação**. Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. 24. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2007.

JUNQUEIRA, A. H. **Comunicação, recepção e consumo**: construção de sentidos na arena do popular: A berlinda do Círio de Nazaré como suporte midiático. 2009. 338f. Dissertação (Mestrado). Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo. Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2009.

MEURER, J. L. Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola Editora, 2005. p. 81-106.

PLAZA, J. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1987. [Coleção Estudos: 94].

SAMPAIO, R. Cartaz promove espetáculo da fé. **Portal da Propaganda**, 07 maio. 2007. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com/comunicacao/2007/05/0008>>. Acesso em: 7 maio. 2008.

VASCONCELLOS, E. M.; BONNA, M. C. K. (Ed.). **O Livro do Círio**. Belém: Floresta, 2009.