

**CLEBERSON DISESSA**

**O SUJEITO PAULO COELHO NA REVISTA VEJA: Uma  
análise discursiva**

**UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAI – UNIVÁS  
POUSO ALEGRE – MG  
2011**

**CLEBERSON DISESSA**

**O SUJEITO PAULO COELHO NA REVISTA VEJA: Uma  
análise discursiva**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Ciências da Linguagem – Linguagem e Sociedade da Universidade do Vale do Sapucaí – UNIVÁS como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem, sob a orientação do Prof. Dr. Lauro José Siqueira Baldini.

**UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAI – UNIVÁS  
POUSO ALEGRE – MG  
2011**

DISESSA, Cleberson.

O SUJEITO PAULO COELHO NA REVISTA VEJA: Uma análise discursiva / Cleberson Disessa –  
Pouso Alegre: UNIVÁS, 2011.

Orientador: Lauro José Siqueira Baldini.

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Sapucaí.

Curso de Mestrado em Ciências da linguagem – Linguagem e Sociedade.

## **CERTIFICADO DE APROVAÇÃO**

**TÍTULO: O SUJEITO PAULO COELHO NA REVISTA VEJA: Uma  
análise discursiva**

ALUNO: Cleberson Disessa

ORIENTADOR: Prof. Dr. Lauro José Siqueira Baldini

Aprovado pela Comissão Examinadora

---

**Prof. Orientador: Dr. Lauro José Siqueira Baldini**

---

**Profa. Dra. Andrea Silva Rodrigues**

---

**Profa. Dra. Jocyare Cristina Pereira de Souza**

**Data da realização: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2011.**

À meu pai Luis Carlos Disessa (*In  
Memorian*), por tudo que me ensinou  
e por ter me tornado quem sou.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu professor e Orientador Lauro Baudini, por confiar em mim e abraçar comigo esta tarefa, pela sua amizade, pelo carinho e pelo estímulo na realização deste trabalho.

Aos professores do Mestrado, pelas preciosas contribuições.

Aos professores da banca de qualificação, Dra. Ana Cláudia Fernandes Ferreira, Dr. Lauro José Siqueira Baldini e Dra. Mirian Santos pelos valorosos apontamentos.

À minha mãe Édila Cardoso Disessa, minha irmã Aranay Aramita Disessa e ao meu companheiro João Batista da Cunha que me apoiaram em todos os momentos difíceis e muitas vezes sofreram minha ausência.

Aos meus colegas e amigos de trabalho que fizeram parte dos momentos de construção deste trabalho.

Aos meus colegas de curso que muito contribuíram para o meu crescimento.

Aos Professores da banca de defesa, Dra. Andrea Silva Domingues, Dr. Lauro José Siqueira Baldini e Dra. Jocyare Cristina Pereira de Souza que com seus conhecimentos tornaram este trabalho ainda melhor.

E finalmente a Deus, pois sem sua iluminação nada aconteceria.

*“Comece fazendo o que é necessário,  
depois o que é possível, e de repente você  
estará fazendo o impossível.”*

*São Francisco de Assis*

## Resumo

O presente trabalho procura dar visibilidade, por meio dos fundamentos da Análise de Discurso de linha francesa, através da descrição, aos gestos de interpretação em relação ao indivíduo Paulo Coelho pela Revista Veja, nos anos de 1975 a 2009. Para tanto, iniciamos nosso percurso trabalhando as perspectivas teóricas do campo da Análise de Discurso bem como seu desenvolvimento nos campos das disciplinas científicas. A Análise de Discurso constitui-se por ser uma disciplina de entremeio, retomando noções do campo do materialismo histórico, da Linguística e da Psicanálise, não de modo positivo, mas trabalhando suas contradições, o que constitui sua peculiaridade. Noções como língua, discurso, sujeito, ideologia, formação discursiva foram apresentadas no desenvolvimento do texto a fim de que a análise possa ser descrita de modo fundamentada. Assim, é importante ressaltar que a língua não é um sistema fechado, mas aberto, passível de falhas e equívocos. O discurso é efeito de sentidos entre interlocutores. O sujeito é interpelado pela ideologia e a ideologia é o mecanismo de produção de evidências, como, por exemplo, a completude da linguagem, do sentido e do sujeito. Os sentidos são produzidos pela incursão, ou melhor, pela inscrição do sujeito à uma formação discursiva. É a formação discursiva que arregimenta o que deve ou pode ser dito numa situação determinada. Socialmente Paulo Coelho é reconhecido como autor renomado, por isso neste trabalho também houve a apresentação da noção de autoria concebido pela Análise de Discurso, apoiando-se, principalmente, no texto de Orlandi e Guimarães (1988). Os autores estendem a noção foucaultiana de autoria, dizendo que toda vez que um indivíduo organiza seu dizer de modo a produzir um enunciado com coerência, unidade e progressão há a assunção do *status* de autor. Como já expusemos o material de análise são discursos produzidos pela Revista Veja, um suporte midiático, dessa forma procuramos trabalhar a relação da mídia nos estudos da Análise de Discurso, deixando claro que são campos que podem produzir uma profícua relação de dialogização e de análises, uma vez que a mídia estabelece novas maneiras do sujeito se relacionar com a linguagem. Vale ressaltar que o trabalho entre os processos parafrásticos e polissêmicos possui grande significância, pois é na tensão entre o estabilizado e o que se rompe é que Paulo Coelho deixa o anonimato e alcança o reconhecimento.

Palavras chave: Análise de Discurso, Revista Veja, Paulo Coelho

## Abstract

The current work seeks to provide visibility, by the fundamentals of French Speech Analysis, through description, to the interpreting gestures relating to Paulo Coelho by the Brazilian magazine *Veja*, during 1975 and 2009. For this, we start our course by dealing with the theoretical perspectives on the Speech Analysis field, as well as its development in the fields of scientific subjects. The Speech Analysis is known for being an inset subject, resuming notions in the field of historical materialism, linguistic and psychoanalysis, not in a positive way, but dealing with its contradictions, which is what its peculiarity is consisted of. Notions as language, speech, subject, ideology, discursive formation, were presented in the development of the text in order to describe the analysis in a grounded way. Thus, it is important to highlight that language is not a closed system, rather opened, susceptible to failures and misunderstandings. The speech is made of meanings between interlocutors. The individual is challenged by ideology and ideology is the evidence production mechanism, as, for instance, language, sense and subject completeness. Senses are produced by incursion, or rather, by the individual inscription to a discursive formation. The discursive formation is the one responsible to regiment what may or can be said in a given situation. Socially, Paulo Coelho is recognized as a renowned author, thus the authorship notion developed by the Speech Analysis was presented in this work, mainly base on in the text by Orlandi and Guimarães (1988). The authors extend Foucault authorship notion, asserting that there is an author status assumption each time an individual organizes his/her saying in a way to produce a consistently statement with unit and progression. As we have exposed before, the material in analysis are speeches produced by the Brazilian magazine *Veja*, a media support, so we intend to deal with the relationship of media in the studies of Speech Analysis, clarifying that these are fields that can produce an advantageous dialoguing and analysis relationship, once media sets new ways in order to interrelate the individual with the language. In the analysis, it was possible to establish the historicity and ideology work, introducing paraphrastic constructions regarding to Paulo Coelho's presenting, designation and referral in the magazine as a great selling icon.

Keywords: Speech Analysis, *Veja* Magazine, Paulo Coelho

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. ANÁLISE DE DISCURSO: PERSPECTIVAS TEÓRICAS .....	15
3. AUTORIA: Princípios Fundamentais .....	24
4. DISCURSO E MÍDIA.....	31
5. PAULO COELHO: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DA REVISTA VEJA .....	42
6. REFERENCIAS .....	56
7. ANEXO A.....	60
8. ANEXO B.....	95

## 1. INTRODUÇÃO

Quando se pensa em “Introdução”, pensa-se em início, começo, apresentação. Isso nos remete a ideia de texto, no sentido de uma unidade rigorosamente esquadrinhada dentro da sequência: começo, meio e fim. Desse modo, todo autor que se preze deve produzi-lo, visando alcançar tal progressão sequencial. Esse aspecto é buscado pelas teorias que consideram o texto como unidade fechada em si mesma, tanto que diante de uma temática a ser desenvolvida e apresentada em texto é comum se ouvir que o difícil é começá-lo depois as ideias fluem. Como nossa filiação teórica fundamenta-se nos conceitos formulados pela Análise de Discurso (AD), especialmente nas concepções de Orlandi no deslocamento que produz no trabalho teórico de Pêcheux, há de certa forma um à-vontade para iniciar este trabalho, pois no âmbito da AD o texto não se fecha, não há o início, mas um início. Isso não quer dizer que deve ser qualquer início injustificadamente, pois para que possa passar da locução para a autoria é necessário que me coloque na origem do dizer, produzindo imaginariamente uma unidade sob o efeito de coerência, não contradição, progressão e fim. No entanto, na compreensão desse funcionamento que faz intervir a língua e a história vim a entender que o início pode ser qualquer um, desde que faça sentido.

Refletindo a priori sobre o que vem a ser a minha própria constituição no status de autor, ou melhor, para que alcance a assunção à autoria toquei em vários pontos extremamente importantes para a construção da análise a que me proponho nesta dissertação. Tais pontos compõem o aporte teórico da AD e os quais farão parte de nosso trajeto no desenvolvimento deste. Para se construir o dispositivo analítico o analista de discurso deve reconhecer no dispositivo teórico os elementos necessários para a análise que se pretende fazer. Daí pensar sobre a escrita da AD, que deve acontecer na articulação da descrição e interpretação. Ou seja, o analista partindo das formulações deve dar visibilidade ao batimento contínuo do seu gesto como analista entre descrição e interpretação. Pode-se perceber que já adiantamos mais algumas questões nodais para o percurso que propusemos a traçar.

Feitas essas observações podemos Introduzir/Apresentar o resultado final do projeto de pesquisa intitulado “O SUJEITO PAULO COELHO NA REVISTA VEJA: Uma análise discursiva” realizado no Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem

da Universidade do Vale do Sapucaí – UNIVÁS. O título já indica o nosso recorte discursivo dentre as formulações possíveis em referência ao sujeito-autor Paulo Coelho. Como dissemos, o analista parte das formulações para compreender as condições de produção e as situações específicas de enunciação na forma material de análise da AD, isto é, o discurso. A formulação, assim, é o momento de atualização da memória do dizer em que intervém o contexto histórico-ideológico. Nas palavras de Orlandi (2001, p. 9) “é na formulação que a linguagem ganha vida, que a memória se atualiza, que os sentidos se decidem, que o sujeito se mostra (e se esconde)”.

Fizemos, assim, menção a dois momentos preponderantes dos processos de produção do discurso: a sua constituição e a sua formulação. De acordo com Orlandi (2001) os processos de produção do discurso implicam em três momentos de igual relevância. Como as formulações a serem analisadas serão extraídas do suporte revista que, por conseguinte, constitui um grande veículo midiático é necessário ressaltar a carga significativa desse modo de circulação da linguagem. Segundo Orlandi (2004, p. 96), “a mídia é um grande evento discursivo do modo de circulação da linguagem”. Sendo assim, a Revista Veja, que é uma das revistas de maior circulação nacional, foi escolhida por se constituir um suporte de grande veiculação e reconhecida nacionalmente a fim de compreender os gestos de interpretação inscritos nos discursos da revista referentes ao autor Paulo Coelho.

Paulo Coelho é escritor de livros e é alvo de críticas e elogios de toda a mídia nacional e internacional. O presente estudo se fundamentará nas edições da revista Veja de 1975 a 2009, em que o autor teve grande destaque, por diversas vezes foi entrevistado e tema de diversas reportagens e diferentes edições da revista. Assim, analisará os efeitos de sentidos produzidos pelo discurso em relação à apresentação do escritor no corpo da revista, vislumbrando o modo como o que foi dito em relação a ele é afetado pelo real da língua e o real da história.

Dessa forma, é interessante recorrer a Pêcheux (2002) para que se tenha noção da (ex)ensão (vertical) do objeto linguístico analisado:

“O objeto da linguística aparece atravessado por uma divisão discursiva entre dois espaços: o da manutenção de significações estabilizadas, normatizadas por uma higiene pedagógica do pensamento e o de

transformações de sentido, escapando a qualquer norma estabelecida a priori, de um trabalho do sentido, tornado no relançar indefinido das interpretações”. (p. 51)

Assim, podemos entender que os gestos de interpretação frente ao simbólico não são os mesmos. Eles deflagram da tensão constitutiva entre estrutura e acontecimento, isto é, entre a língua e a história. Sendo assim, será analisado o(s) tipo(s) de discurso(s) constituído(s) pelos sentidos no período já mencionado. Ou seja, o que se mantém e o que se transforma, entre o dito e o a-dizer, o que permanece e o que escapa. Assim, buscaremos em meio as significações estabelecidas, transformações de sentido e em que lugares surgem novas interpretações nos recortes das apresentações do autor pela revista. A mídia possui um funcionamento estruturante nesse sentido, pois conforme destaca Orlandi (2004, p.16) “[...] tanto a informatização como a mídia produzem realmente a multiplicação (diversificação) dos meios, mas, ao mesmo tempo, homogeneízam os efeitos.”

Será trabalhado nesta descrição o dispositivo teórico e o dispositivo analítico da Análise de Discurso e como objeto o autor Paulo Coelho na revista *Veja* de 1975 a 2009. Sendo assim, propomos uma análise da construção da imagem de Paulo Coelho na revista de maior circulação nacional, a *Revista Veja*, desde 1975 em que aparece a primeira nota sobre o escritor até dezembro de 2009 na qual é conhecido como o Mago da Literatura Mundial. E como a imagem promulgada pela *Veja* constrói um imaginário nacional de Paulo Coelho.

Vale justificar o porquê da escolha pela revista *Veja*. Essa revista, segundo Hernandez (2006), é a quarta maior publicação do gênero revista semanal de informação no mundo e a maior do Brasil com 4.701 milhões de leitores. Isso revela a amplitude de sua circulação face à uma heterogênea massa de sujeitos e isso incorre na produção de sentidos, pois como nos afirma Orlandi (2001) “Os sentidos são como se constituem, como se formulam e como circulam” (p. 151).

Em função disso, buscaremos descrever como a revista *Veja* concebe e apresenta a imagem do escritor Paulo Coelho em sua trajetória como sujeito que se

movimentou, ou melhor, se deslocou de uma posição social e, por conseguinte, de uma formação discursiva para outra. Convém ressaltar que não é do domínio do sujeito essa passagem, esse deslocamento, isto é, o sujeito na concepção que estamos assumindo não é onipotente, ou seja, ele não é senhor de suas escolhas, decisões e intenções. É o nosso trabalho como analista de discurso que procurará descrever isso, entrando, portanto, o trabalho da interpretação.

Sabe-se que para a AD os sentidos das palavras não nascem com elas, não há, logo, literalidade, sentido original. Assim, as palavras significam a partir do lugar em que o sujeito discursivo ocupa quando as dizem. Refletindo sobre essa questão, pode-se perceber que o sujeito, ou melhor, o modo/o como o sujeito é designado/falado resulta desse lugar que ocupa numa formação discursiva dada. Isso é perceptível até mesmo na ordem da formatação das letras, no tamanho das chamadas, no número de páginas destinadas, pois está em jogo a imagem da posição sujeito que direciona as palavras do sujeito locutor, uma vez que entra em cena a questão: quem é ele para que eu lhe fale/diga/escreva assim?

Dessa forma, para a realização deste trabalho, primeiramente, faremos uma apresentação dos conceitos e suas significações na perspectiva teórica da AD, fundamentando-se especialmente nos trabalhos de Pêcheux e Orlandi. Em seguida, apresentamos como a AD entende e trabalha a autoria, a fim de entendermos porque Paulo Coelho é considerado um autor pela mídia e pela sociedade atual. Como a análise incide sobre os discursos produzidos pela Veja, que é uma revista, ou seja, uma mídia, nesse momento trataremos considerações sobre a mídia e o discurso. No último capítulo, segue-se a análise propriamente dita, dos discursos sobre Paulo Coelho através do dispositivo teórico da AD.

## 2. ANÁLISE DE DISCURSO: PERSPECTIVAS TEÓRICAS

As perspectivas humanas sobre a linguagem são multidimensionais. Dessa forma, há várias formas de defini-la, entendê-la, trabalhá-la. Essas perspectivas decorrem do fato de como o homem relaciona-se com o mundo. Com objetivo de perpetuar o sagrado, o saber linguístico constituía-se de técnicas para sua conservação através dos estudos sobre o sânscrito. Os filósofos gregos faziam seus tratados sobre a arte do bem falar, constituindo, portanto, a retórica. Em seguida, concebem a língua como conjuntos de regras que delimitam o certo e o errado, irrompendo-se a concepção de gramática. Constituindo, portanto, “o objeto de práticas técnicas (por exemplo, as escritas ou a argumentação codificada da retórica) e de disciplinas que há muito tempo visam a descrevê-la” (AUROUX, 1998, p. 11). Nesse percurso todo “jogam as práticas de linguagem, os saberes sobre essas práticas, a elaboração de técnicas, o ensino” (ORLANDI, 2001, p. 75).

Nessas relações, pensa-se o homem na interação com a linguagem. Assim, no decorrer da história da humanidade a linguagem sempre esteve presente direta e indiretamente. Seja sob uma perspectiva biológica, social, filosófica, histórica, ideológica... O que é inerente à linguagem faz parte da discussão sobre a evolução antropológica, pois é produzida histórica e socialmente, constituindo e sendo constituída pelo homem. Para além de uma concepção de linguagem como mero instrumento de comunicação, Orlandi (2001, p. 15) afirma que a AD

concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. 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 da produção da existência humana.

Essa concepção de linguagem pode estender-se desde as mais remotas manifestações linguísticas, pois por meio da linguagem o homem se inscreve no

simbólico e se significa. Assim, a partir desse processo de mediação o homem metalinguisticamente passa a construir uma relação mais científica com a linguagem. Assim, a Linguística alcança o *status* de ciência na primeira metade do século XX, quando o Genebrino Ferdinand de Saussure aponta, no Curso de Linguística Geral, o seu objeto – a língua. E é nesse sentido que a referência a este autor é relevante, principalmente, no que concerne ao seu emérito conceito dicotômico entre *langue* e *parole* (língua e fala). Saussure define a língua como um sistema, esta por ser abstrata e objetiva, está em oposição à fala que é concreta e variável, logo a língua se estabelece como objeto de estudos da linguística. Desse modo, exclui o processo social de produção da língua, a sua historicidade e o sujeito. Não estamos de modo algum realizando uma crítica negativa a Saussure, pois o corte produzido por este autor é extremamente relevante. É a partir da ruptura provocada por Saussure que Pêcheux (1990) se apoia criticamente para propor uma nova forma de conceber o discurso, uma “semântica discursiva” que tem por finalidade tratar das determinações históricas dos processos de significação.

Então, nos anos 60, Michel Pêcheux no laboratório de Psicologia do *Centre National de la Recherche Scientifique* (CNRS) num processo de interlocução com Michel Plon e Paul Henry começaram a perceber alguns pontos que escapavam em determinadas áreas do conhecimento. Daí nasce a Análise de discurso de linha francesa (ORLANDI, 2005). Vale ressaltar que não é a soma linear e literal desses pontos esquecidos que resulta a AD. A AD se constitui na tensão, na reconfiguração, na descentralização de três grandes áreas do conhecimento: Marxismo, Psicanálise e Linguística. Em outras palavras, para a AD o conhecimento não é cumulativo, caracterizando-se, por isso, como não-positivista, mas circunscreve seus pressupostos num constante processo de discussão. Assim, para Orlandi (1996) a AD “se faz na contradição da relação” entre as demais áreas, por isso não numa relação de interdisciplinaridade e sim tomando-a ao revés.

Pêcheux (1999) diz que a análise de discurso na França é um trabalho de linguistas, historiadores e alguns psicólogos que formam “a base concreta, transdisciplinar de um encontro (...) sobre a questão da construção de uma aproximação discursiva dos processos ideológicos”, em que constatam que a historiografia documental não tematizava a discursividade do documento.

Orlandi (2005) pontua que Pêcheux parte de referências de Canguilhem e Althusser para refletir sobre a história da epistemologia e a filosofia do conhecimento empírico com o objetivo de transformar o procedimento das Ciências Sociais, trazendo para a questão o sentido, que é o nó entre a Linguística, a Filosofia e as Ciências Sociais. Desse modo, segundo a autora, Pêcheux reorganiza esse campo do conhecimento, confronta o político com o simbólico, pois interpela a Linguística pela historicidade que exclui e as Ciências Sociais pela transparência da linguagem em que se sustentam.

E desse processo delimita-se o objeto da AD, que é o discurso (efeito de sentidos entre interlocutores). O discurso tem sua materialidade. Sua forma material é compreendida pelo analista pela unidade de análise. Nosso corpus discursivo é composto pela produção da revista *Veja* sobre o autor Paulo Coelho (1975 – 2009). Pêcheux considerava o enunciado como esta unidade. Neste trabalho nos valeremos da proposta de Orlandi (2001) em tomar o texto como esta unidade de sentido. Unidade esta posta em relação à situação, o que produz uma diferença a nível teórico, especialmente na constituição do corpus que se configura como uma “montagem referida”, pois ao se considerar o texto como unidade de análise transcende a relação linguagem – mundo e se ancora na textualização do discurso e na análise da significação do sujeito na sua incursão na história. Dessa forma, como analista do discurso adoto a concepção de Orlandi (2001), considerando o texto unidade de análise, pois é nele que o discurso – efeito de sentidos entre locutores – se materializa, não interessando sua organização linguística, mas sim como organiza a relação da língua com a história no trabalho significativo do sujeito em sua relação com o mundo.

Desse modo, a AD trabalha os conceitos de história, sujeito, língua de um modo outro, ressaltando justamente o que a Linguística apaga e as Ciências Sociais esquece. A partir do deslocamento desses conceitos desenvolve-se, então, o dispositivo teórico da AD: a língua, o sujeito, a história, a ideologia, o interdiscurso, as formações discursivas, o acontecimento, a heterogeneidade, o simbólico, o político, o real, o sentido e o próprio discurso. Ferreira (2005) afirma que tais conceitos, de modo geral, não surgem com a AD, mas provêm de outras áreas, nas regiões fronteiriças das quais a AD foi constituindo seu aparato.

Ressaltando que de acordo com Orlandi (1996) a especificidade da AD consiste em colocar “questões da linguística no campo de sua constituição, interpelando-a pela historicidade que ela apaga do mesmo modo que coloca questões para as ciências sociais em seus fundamentos, interrogando a transparência da linguagem sobre a qual elas se assentam”. Assim:

A AD trabalha no entremeio, fazendo uma ligação, mostrando que não há separação estanque entre a linguagem e sua exterioridade constitutiva. Levando a sua crítica até o limite de mostrar que o recorte de constituição dessas disciplinas que constituem essa separação necessária e se constituem nela é o recorte que nega a existência desse outro objeto, o discurso, e que coloca como base a noção de *materialidade*, seja linguística seja histórica, fazendo aparecer uma outra noção de ideologia, possível de explicitação a partir da noção mesma de discurso e que não separa linguagem e sociedade na história. (ORLANDI, 1996, p. 25)

Pelo que já foi exposto, pode-se perceber o modo específico que a AD trata a linguagem e os constituintes do processo de produção do discurso. Vale ressaltar que os conceitos que compõem o dispositivo teórico da AD não são estanques, separáveis. Também não há uma relação de recobrimento entre eles, mas sim de interdependência, ou melhor, de imbricamento. Por exemplo, o sujeito é interpelado em sujeito pela ideologia o que se percebe na materialidade do discurso e a materialidade do discurso é a língua, assim, dá para visualizar que cada noção se inscreve na outra, ultrapassa seus limites, uma vez que se resvalam em suas regiões fronteiriças. No entanto, procuraremos desenvolver aqui alguns conceitos fundamentais dos que apresentamos acima, tentando vislumbrar melhor essa relação de imbricamento, principalmente, aqueles que serão pertinentes para análise realizada neste trabalho.

Primeiramente, falaremos da língua. Sabe-se que, como já explicitamos, de acordo com as concepções saussurianas, a língua é um sistema ideologicamente neutro, ou seja, a exterioridade não a afeta. Para a AD a exterioridade é constitutiva da língua, portanto não trabalha com a língua como um sistema abstrato, porém com

ela no mundo, com modos de significar, com indivíduos fazendo seu uso, levando em consideração a produção de sentido fazendo parte de suas vidas, seja enquanto sujeitos, seja enquanto membros de uma determinada sociedade (ORLANDI, 2001). É necessário ressaltar, no entanto, que para a AD, nas palavras de Baldini (1999, p. 14), “a questão não está nem em atribuir à língua primazia sobre todos os outros fatores que possam ser analisáveis, nem fazer do exterior (...) um determinante da língua de modo imediato.” O autor explicita que entre língua e exterior há mediação, ou seja, não há relação termo a termo entre eles. Nesse sentido, justificam-se as seguintes recusas promulgadas pela AD apontadas pelo autor:

(b) a recusa a qualquer concepção utilitarista da linguagem, que veja a língua apenas como sistema de signos utilizados na transmissão de informações;

(c) a recusa a qualquer tentativa de se estabelecer a relação entre fatores linguísticos e extralinguísticos de modo direto e sem reservas; (BALDINI, 1999, p. 15)

Desse modo, a AD “visa a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos” (ORLANDI, 2001, p. 26), para isso relaciona o linguístico com a história e com o ideológico. A autora ainda afirma que a AD atenta para o fato de como a linguagem se materializa na ideologia e como a ideologia se vislumbra na língua, uma vez que a materialidade da ideologia é o discurso e a do discurso é a língua, ou seja, “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido” e, por conseguinte, “o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos” (p. 17).

Entramos, assim, na discussão sobre o sujeito e a ideologia. Pelo que exposto já foi, está evidente que não dá para tratar do sujeito sem que se traga à tona a linguagem e a ideologia. Não dá para entrar na morada do sujeito se não for pela linguagem. O sujeito é construído, e tal construção só é perceptível no campo

em que ele é efeito: o campo da linguagem. Já a ideologia é indissociável do sujeito e ambos se constituem simultaneamente. Pelo viés da Psicanálise entra em questão também o inconsciente, uma vez que a AD é uma disciplina de entremeio, concebida pelo imbricamento da Linguística com o Materialismo Histórico e a Psicanálise. Vale lembrar que para a AD, ideologia e inconsciente estão materialmente ligados pela língua.

Assim, ao mesmo tempo em que o sujeito é afetado por essas três ordens deixa em cada uma delas um furo, ou seja, uma falta constitutiva, são eles: o equívoco, a contradição e o inconsciente, respectivamente. Essa falta é para o sujeito e para a língua o lugar do possível e do impossível e é em torno dela que se trava o embate pela completude. Por isso, ganha um estatuto teórico mediante a noção de real, que se divide em real da língua, real do sujeito, real da história e real do discurso em que estão presentes a marca da incompletude e o da não-sistematicidade. Constituindo, portanto, as materialidades do próprio discurso. (FERREIRA, 2005)

Vale aqui ressaltar a questão da incompletude, pois é esta que caracteriza o discurso. Não só o discurso, mas os sujeitos e os sentidos. Orlandi (2001) diz que “A incompletude é o índice da abertura do simbólico, do movimento do sentido e do sujeito, da falha, do possível”. Trabalha-se aí a evidência de que os sentidos e os sujeitos são pré-existentes, este é um funcionamento ideológico. A ideologia é a condição para essa relação, instaurando o lugar do possível. Essa abertura que possibilita a noção de sujeito e o trabalho com os sentidos.

Diante do que já temos exposto, corrobora-se a asserção de Baldini (1999, p. 14) que a AD “recusa qualquer concepção psicologizante de sujeito, que atribua a este total controle e conhecimento de suas ‘intenções’, ‘conhecimentos’ etc.” Dessa forma, a onipotência é produto de uma ilusão necessária, efeito da evidência do sujeito como centro, desconstruindo toda noção de um sujeito autônomo. Na verdade, o sujeito é assujeitado.

O assujeitamento se dá pela relação constitutiva do sujeito com o simbólico, ou seja, pela língua, na história. Assim, sentido e sujeito são decorrentes do assujeitamento à língua. Em decorrência do elo do sujeito ao simbólico pode-se

dizer que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia. Ressaltando que a ideologia não é X, mas o mecanismo de produzir X, em que X é um objeto simbólico. O trabalho da ideologia é produzir justamente a evidência de que o sujeito é dono do seu dizer, da sua decisão, da sua escolha – efeito ideológico elementar. Mas qual é o lugar da constituição do sentido e da identificação do sujeito? Este lugar está representado pela noção de formação discursiva, já que “nela o sujeito adquire identidade e o sentido adquire unidade”. (ORLANDI, 1999)

A definição de formação discursiva, “lugar provisório da metáfora”, conforme Orlandi (2001, p. 43), é “aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito”. Em consonância, Baldini (1999) explica que “o indivíduo ao ocupar o espaço de uma formação ideológica, é interpelado em sujeito do discurso que representa esta formação em uma formação discursiva” (p. 23). Ainda, de acordo com Orlandi, as formações discursivas podem ser consideradas regionalizações do interdiscurso. Mas, então, o que é o interdiscurso? O interdiscurso ou a memória discursiva é “aquilo que fala antes, em outro lugar, (...) o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra” e, ainda, disponibilizando “dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” (p. 31). É pertinente lembrar-se de que o esquecimento para o interdiscurso é estruturante, pois o interdiscurso “é todo o conjunto de formulações feitas é já esquecidas que determinam o que dizemos”, ou seja, “no interdiscurso fala uma voz sem nome” (p. 33).

Explicitaremos melhor essa relação entre formação discursiva e interdiscurso e como o sentido e o sujeito fazem parte desse processo. Para tanto recorreremos a Orlandi (1998, p. 11). De acordo com a autora “A noção de formação discursiva é fundamental na determinação de processos de significação”, uma vez que o discurso é “um sistema de regras que define a especificidade de uma enunciação” consignada pela formação discursiva. Destaca que as formações discursivas não possuem fronteiras categóricas, ou seja, uma se inscreve na outra e que todo o conjunto de formações é o que pode ser denominado de interdiscurso. Nesse sentido o sujeito da linguagem se constitui ao se posicionar dentro de uma

determinada formação discursiva e ancorar o seu dizer no já-dito, ou seja, no interdiscurso. Em suma, nas palavras de Pêcheux (1990, p. 162):

(...) nessas condições, que o próprio de toda formação discursiva é dissimular, na transparência do sentido que nela se forma, a objetividade material contraditória do interdiscurso, que determina essa formação discursiva como tal, objetividade material essa que reside no fato de ‘algo fala’ sempre ‘antes, em outro lugar e independentemente’, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas.

Essa é a condição para que nosso dizer faça sentido, porque algo fala antes e em outro lugar, instaurando-se no nosso dizer. Authier-Revuz (1990) em seu texto *Heterogeneidade(s) enunciativa(s)*, desvencilhando-se das teorias subjetivas do sujeito, tratando da questão da exterioridade que significa no discurso, o discurso do Outro, ou seja, da alteridade. Apesar de não se filiar precisamente no campo teórico da AD, dialogando, no entanto, com ela, teoriza sobre a heterogeneidade constitutiva do sujeito e de seu discurso, trazendo para a questão a “problemática do discurso como produto do interdiscurso”, percebendo que este é o “funcionamento regulado do exterior” que possibilita a própria “produção do discurso” que em suas palavras é a “maquinaria estrutural ignorada pelo sujeito que, na ilusão, se crê fonte deste seu discurso, quando ele nada mais é do que o suporte e o efeito” (p. 27).

Percebe-se que no dispositivo teórico da AD não há separação estanque entre eles. Um conceito chama outro conceito, um toca no outro, se resvalam. É como se fossem engrenagens *ad infinitum*, pois um não recobre o outro nem numa relação de complementaridade a fim de que não se entenda como um campo fechado em si mesmo e recaia na ilusão da completude. São conceitos (des)construídos no interstício de disciplinas como a linguística e as ciências sociais em uma articulação contraditória, produzindo articulação entre estrutura e acontecimento. Pois, são conceitos constituintes do discurso. Pêcheux (1997) em *O discurso: estrutura ou acontecimento* mostra essa relação quando deixa claro que é necessário avançar no entrecruzamento do acontecimento, da estrutura e o da tensão entre descrição e interpretação, “retocando cada um deles pela efetivação

parcial dos outros dois” (p. 19). Assim, para o autor o acontecimento remete-nos a um conteúdo sócio-político simultaneamente transparente e opaco, inscrito numa sequência sintaticamente estruturada, ou seja, o enunciado (estrutura).

O sujeito ao inscrever o seu dizer, a sua formulação na rede de sentidos pré-existentes, na memória discursiva, no interdiscurso, historiciza-os. Decorre daí os sentidos. Sujeito e sentido constituem-se ao mesmo tempo, simultaneamente. Mas os sentidos podem sempre ser outros, pois o social afeta a produção dos sentidos. Ressaltamos, entretanto, que para a AD o social não deve ser entendido como aspectos sociológicos empíricos, como: classe social, idade, sexo, profissão; porém como formações imaginárias “que se constituem a partir de relações tal como elas funcionam no discurso, havendo em toda língua mecanismos de projeção para que se constitua essa relação entre a situação – sociologicamente descritível – e a posição dos sujeitos, discursivamente significativa” (ORLANDI, 1996, p. 77).

As formações imaginárias são as imagens que resultam das projeções dos lugares que ocupam os sujeitos. Pêcheux (1997), apoiando-se no esquema elementar de comunicação proposto pelo linguista Roman Jakobson e estabelecendo um deslocamento no modo de conceber os elementos constituintes desse esquema, descreve o papel das formações imaginárias no processo discursivo. De acordo com o autor, a primeira noção que deve ser entendida é que não se deve tomar a mensagem como transmissão de informação de um locutor para o seu interlocutor, mas ser vista como efeito de sentidos entre interlocutores – o discurso.

Esses interlocutores “designam algo diferente da presença física de organismos humanos individuais”, porém “lugares determinados na estrutura de uma formação social, lugares dos quais a sociologia pode descrever o feixe de traços objetivos característicos” (p. 82), (como o lugar do patrão ou do funcionário, do diretor de uma escola ou de um professor, etc.) que “estão representados nos processos discursivos em que são colocados em jogo”. No entanto, não se pode cair na ingenuidade de um funcionamento unilateral desse lugar, a sua presença dá-se pela transformação, ou seja, pela representação. O funcionamento, então, no interior dos processos discursivos constitui-se por uma série de formações imaginárias designativas do lugar que os interlocutores fazem de si e do outro, ou,

mais apropriadamente, de seu próprio lugar e do lugar do outro. Há, assim, regras de projeção que regulam os mecanismos das formações sociais, estabelecendo relações entre as situações e as posições, que são representações dessas situações. Convém ressaltar, que a correspondência situação/posição não se dá por uma relação de biunivocidade, pois como afirma Pêcheux (1997) as “diferenças de situação podem corresponder a uma mesma posição, e uma situação pode ser representada como várias posições” (p. 82). Assim, para Orlandi (1999), as formações imaginárias são mecanismos de funcionamento do discurso, produzindo imagens do sujeito, do objeto do discurso, no âmbito de uma determinada conjuntura sócio-histórica. Dessa forma, é que podemos encontrar um professor falando do lugar do reitor, já que o que funciona não é situação empírica professor, mas o professor na posição discursiva produzida pelas formações imaginárias.

Na constituição dos sujeitos e dos sentidos entra em jogo também os esquecimentos, as ilusões 1 e 2 concebidas por Pêcheux. Tais ilusões são do âmbito ideológico, do pré-consciente e do inconsciente. Como já vimos ideologia e inconsciente estão materialmente ligados. A ideologia trabalha na constituição das evidências de que o sujeito é origem do seu dizer, que a linguagem é transparente, que o sujeito, o sentido, o discurso são acabados e completos, que o sentido das palavras nasce colado nelas próprias. A articulação ideologia e inconsciente constitui o real, o impossível, o que é inacessível ao sujeito.

### **3. AUTORIA: Princípios Fundamentais**

Para tratar da noção de autoria em AD é de praxe aludir-se a Michel Foucault. E a partir da concepção desse autor discorrer sobre como a AD concebe e trabalha a noção de autor. Para a AD, o autor é uma forma-sujeito. Desse modo, traçaremos um caminho diferente, uma trajetória outra, pois discorreremos inicialmente sobre a questão da subjetividade para a AD. No entanto, não excluiremos as idéias de Foucault de nossa teorização, pois é partir da concepção dele que Orlandi e Guimarães (1988) estendem-na para o próprio fato discursivo. Não iremos nos precipitar e adiantar o que nos propusemos neste texto, mas esperamos que no final o leitor possa perceber a partir de nosso percurso teórico a relação entre o conceito de Foucault e o de sujeito, discurso e texto propostos pela AD.

A princípio, então, trataremos da subjetividade uma vez que esta possibilita a compreensão de como a língua acontece no homem. Assim, é necessário trazermos à discussão a noção de discurso, pois é produzido nas relações dos sujeitos com os sentidos. Assim vale dizer que no acontecimento do discurso está estruturada a subjetividade. Nas palavras de Orlandi (1999), “o acontecimento significativo que é o discurso tem como lugar fundamental a subjetividade”. Lacan (1998, p. 6) afirma que “um significante seria aquilo que representa o sujeito ao lado de outro significante”. Assim, é o acontecimento significativo no homem que produz a noção de sujeito e, por conseguinte, provoca dois deslocamentos: o de sentido e o da língua, lembrando que esta está em relação com história. (ORLANDI, 1999)

Diante do exposto, podemos então descrever a noção de sujeito concebida pela AD. Para tanto, utilizaremos as palavras de Orlandi (1999):

O sujeito, na análise de discurso, é posição entre outras, subjetivando-se na medida mesmo em que se projeta de sua situação (lugar) no mundo para sua posição do discurso. Essa projeção-material transforma a situação social (empírica) em posição-sujeito (discursiva). Vale lembrar que sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo, na articulação da língua com a história, em que entram o imaginário e a ideologia. Se, na Psicanálise temos a afirmação de que o inconsciente é estruturado como

linguagem, na Análise de Discurso considera-se que o discurso materializa a ideologia, constituindo-se no lugar teórico em que se pode observar a relação da língua com a ideologia.

Pode-se pensar que relação há entre sujeito e autor, uma vez que estamos tratando de autoria. Mas na AD não se pode conceber a noção de autor se não passar pela noção de sujeito. Orlandi (1996) diz que a definição de Foucault sobre autor (princípio de agrupamento do discurso, unidade e origem de suas significações) o coloca na responsabilidade pelo texto que produziu, ocorrendo assim a passagem da noção de sujeito para a de autor. Daí a pertinência do que vimos expondo mais acima, principalmente quando Orlandi (1996, p. 68) pontua que

Se a noção de sujeito recobre não uma forma de subjetividade mas um lugar, uma posição discursiva (marcada pela sua descontinuidade nas dissensões múltiplas do texto) a noção de autor é já uma função da noção de sujeito, responsável pela organização do sentido e pela unidade do texto, produzindo o efeito de continuidade do sujeito.

Mediante as considerações que temos exposto, fica claro que a posição de função autor é uma das posições do sujeito, ou seja, o sujeito a partir da sua projeção material se posiciona discursivamente, historicizando os sentidos daquilo que produz. Para que o leitor possa entender o que estamos afirmando procuraremos tecer uma trajetória da própria constituição da noção de autor no seio da AD. Para tanto, é necessário recorrermos a noção de autor trabalhada por Foucault (2007).

Foucault (2007), em seu texto *A ordem do discurso*, afirma que o autor é um dos princípios de “rarefação de um discurso”, ou seja, este não deve ser entendido como indivíduo falante que pronuncia ou escreve um texto, mas como “princípio de agrupamento do discurso, como unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência” (p. 26). No entanto, tal princípio não é universal e muito menos se sucede de maneira constante, pois há vários discursos que não se revestem de

sentido ou a eficácia de um autor a ser-lhe atribuído. A partir dessas definições de Foucault que Orlandi (1996) estende a noção de autoria, enquanto função enunciativa do sujeito, distinguindo-a da de locutor e de enunciador.

Na obra, *O que é o autor?*, Foucault (1969) apresenta um panorama restrito daqueles que podem assumir a função-autor, referindo-se a um grupo de escritores legitimados. Para a AD, toda vez que o sujeito se coloca na origem de sua produção, formulando um texto que apresenta unidade, coerência, progressão e fecho, emerge-se a função-autor. Ou seja, quando esse princípio coloca-se na origem da textualidade como efeito discursivo, independente do discurso, há autoria.

É desse modo que Orlandi e Guimarães (1988) atribuem à autoria uma abrangência maior, afirmando que “a própria unidade do texto é efeito discursivo que deriva do princípio da autoria” (p. 24). Nesse sentido, é que Baldini (1999) cita Orlandi para destacar que na AD o princípio da autoria é geral de modo que o texto mesmo não apresentando um autor específico, lhe é imputado sempre uma autoria.

Foucault (2007) afirma que “o princípio do autor limita esse mesmo acaso [do discurso] pelo jogo de uma identidade que tem a forma da individualidade e do eu” (p. 29). Tal questão da individualidade é de extrema importância para a noção de autor, pois é a figura individualizada do autor que “se tornou a referência principal para se falar/pensar sobre um texto” (PFEIFFER, 1995, p. 46). Pois se relaciona com as formas de representação do sujeito e tem como uma das suas principais metas a *evidência* de que tem de ser reconhecível, apreensível, visível. Orlandi e Guimarães (1988) retomam esse princípio e afirmam que se pode pensar essa unidade, que se realiza a partir da heterogeneidade derivada do princípio da autoria como função enunciativa.

Então, antes de continuarmos este nosso percurso teórico, pelo que expusemos, pode-se entender que o autor é efeito do projeto de discurso do qual se lança o sujeito, pois por meio desse projeto procura formular um texto claro, coerente, completo e compreendido pelo interlocutor. Assim, o sujeito ao se constituir autor, constrói sua unidade, representando-se e sendo representado como origem da sua produção, ou seja, ocorre a limitação do acaso do discurso como nos

pontua Foucault, pois o autor na origem da textualidade representa a vocação totalizante do sujeito.

O autor, função enunciativa do sujeito, é sujeito do discurso, e, como já vimos, o sujeito mediante os pressupostos da AD não é um ser empírico ligado a uma individualidade, mas uma posição dada dentro de uma formação discursiva e, por isso, se constitui simultaneamente com o sentido. Levando em consideração, “que os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-falantes (em sujeitos de seu discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (PÉCHEUX, 1990, p. 161), é que podemos afirmar que processo de produção de um texto pelo sujeito é heterogêneo. Vejamos agora, então, a descrição de Orlandi e Guimarães (1988, p. 24):

Podemos pensar essa unidade que se faz a partir da heterogeneidade e que deriva do princípio da autoria como uma *função enunciativa*. Teríamos, então, as várias funções enunciativas do sujeito falante, como segue, e nessa ordem: *locutor, enunciador e autor*. Onde o locutor é aquele que se representa como *eu* no discurso, o enunciador é a perspectiva que esse *eu* constrói, e o autor é a função social que esse *eu* assume enquanto produtor da linguagem. O autor é das dimensões enunciativas do sujeito a que está mais determinada pela exterioridade (contexto sócio-histórico) e mais afetada pelas exigências de coerência, não contradição, responsabilidade etc.

Os autores citados acima afirmam, também, que expor o princípio da autoria é vislumbrar o que produz o *apagamento* do sujeito. É interessante aqui observar as palavras de Pfeiffer (1995). A autora pontua que “há já na filosofia a ideia do desaparecimento da figura do autor enquanto um sujeito nominalizável e real” (p. 46), apontando dois motivos para a existência dessa crença. O primeiro motivo relaciona ao pensamento foucaultiano e da própria AD no que se refere a dispersão do sujeito em divergentes posições estabelecidas entre as formações discursivas, ou seja, nas palavras da autora, “não importa o sujeito empírico, mas o processo de dispersão deste que constrói uma ilusão de unidade passível de referencialidade” (p.

46). Desse modo, explica que o mais relevante num texto é a rede significativa que o constitui, não deixando de lado, obviamente, a materialidade histórica do discurso, uma vez que os sentidos estão também dispersos para serem ditos em consonância com a rede de formações discursivas que se constituem em um determinado discurso. Assim,

O sentido sempre pode ser outro – sendo recortado em sua possibilidade de formulação pelo interdiscurso (história). Assim é que sujeito e discurso estão em contínuo movimento, que fica marcado na materialidade histórica que, no nosso caso, é a língua – mais especificamente a sua forma significativa. Fica claro, então, que não se está pensando em UM sujeito autor, mas na sua constituição dispersiva. (PFEIFFER, 1995, p. 46)

O segundo motivo do qual nos fala a autora é o fato de a escrita ser o lugar onde o sujeito é apagado, assim, desse modo, o texto passa a ser detentor de uma voz universal. Consequentemente, a autora conclui que é paradoxal o jogo pelo qual o sujeito deve se inserir para assumir a posição de função autor, pois simultaneamente a sua condição de discernível, deve ser universal. Nas palavras da autora, “o sujeito tem que se presentificar como UNO, *discreto, determinado*, pois que se submete à determinação da língua” (op. cit., p. 46).

Como já afirmamos a história faz parte da língua, a língua só faz sentido porque é constituída pela história, ou seja, é da inscrição da história na língua que deriva sua significação. Não devemos entender, entretanto, que história para AD é sequência cronológica de fatos, mas “como significância, ou seja, como trama de sentidos, pelos modos como eles são produzidos” (ORLANDI, 1996, p. 77). Há uma história de formulações. Para se constituir o autor deve fazer seu enunciado intervir nessa história, por isso Orlandi (op. cit., p. 77) afirma que “a função autor é tocada de modo particular pela história”. Nesse sentido, é que se pode dizer que o autor se constitui pela repetição, pois “o dizer só faz sentido se a formulação se inscrever na ordem do repetível, no domínio do interdiscurso” (op. cit., p. 68). Esse é o trabalho da história.

É necessário, ressaltar que a repetição não é qualquer uma, não pode ser mero exercício mnemônico ou formal, mas estar inscrita na ordem da memória constitutiva, a saber: o interdiscurso. Esta repetição é chamada por Orlandi de *repetição histórica*, ou seja, é quando o sujeito, ao inscrever o seu dizer no interdiscurso, historiciza o sentido, sendo, portanto, interpretável. O objetivo de Pfeiffer (1995) é de analisar discursivamente as formas de funcionamento da autoria no contexto escolar do Brasil, observando como o processo pelo qual o sujeito posiciona-se na função da autoria acontece. Assim, no funcionamento de atribuição de sentidos pelo sujeito pode-se ocupar o lugar da repetição histórica que para a autora é o lugar de espaços interpretativos, ou movimentar à margem dos sentidos, no processo denominado de repetição formal. Aqui o sujeito não atribui sentido, repete-os, sendo tomado por eles e não fazendo sentido.

Para Pfeiffer (1995) é impossível conceber a autoria sem entendê-la como uma forma que se constitui historicamente. E, como ela diz, “a história efetua-se, materializa-se, atualiza-se em todo funcionamento. Por isso é preciso irmos em busca da memória discursiva – que é histórica – para entendermos a atualização da função autor” (p. 19). Para exemplificar o seu dizer recorre a Pêcheux, pois para o autor o acontecimento discursivo é o ponto em que se cruza a atualidade e a memória. Assim, na atualização enunciativa há a presença necessária de uma memória histórica.

Outro ponto nodal da questão é o funcionamento do nome de autor, observado por Foucault. Nas suas análises o autor vai tecendo gradualmente uma diferenciação entre o nome próprio e o do autor e constata que tanto um quanto o outro produzem efeitos diversos. Pfeiffer (1995) e Baldini (1999) descrevem precisamente esse modo de funcionamento do nome do autor. De acordo com Pfeiffer “o principal efeito do nome de autor é ‘manifestar a instauração de um certo conjunto de discursos e referir-se ao estatuto desses discursos no interior de uma sociedade e de uma cultura’. Ou seja, sua principal função é valorativa” (p. 48). Nesse sentido, o nome Paulo Coelho é mais do que um nome próprio, de modo que o conjunto de discursos instaurados em torno do seu nome tem um funcionamento peculiar outro. O reconhecimento das suas produções atribui ao seu nome outro valor. Um sentido era dizer Paulo Coelho há trinta, quarenta anos, outro revestido de uma maior carga significativa é dizê-lo hoje.

Já para elucidar o que estamos a expor recorreremos ao que nos exemplifica Baldini (1999, p. 34), evidentemente apoiado em Foucault, ao afirmar que se descobrir que não foi determinado autor que não escreveu a obra que a ele atribuíam autoria há uma *modificação fundamental* sofrida pelo nome de autor, concluindo que “isso mostra que ‘o nome do autor não é um nome próprio exatamente como os outros’” (idem). Baldini (op. cit.), mais precisamente, vai constatar que isso demonstra que

(...) o nome de autor não é apenas um signo indicatório, mas que ele exerce em relação aos textos um papel classificatório, ele os delimita, agrupa, sobrepõe, opõe a outros. Não se trata de vincular tais e tais textos a um autor empírico, mas em construir um princípio de agrupamento do discurso. (...) Essa função faria parte dos procedimentos internos do discurso. Sendo o discurso um sistema em que a dispersão é parte primeira, ‘em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade’.

Diante do que temos exposto, em suma, o sujeito para atingir a posição de autor deve produzir algo interpretável, inscrevendo o seu dizer no interdiscurso, pois é do interdiscurso que deriva a impressão da significação, como nos diz Orlandi (1996, p. 74) “a posição-autor se faz na relação com a constituição de um lugar de interpretação definido pela relação com o Outro (o interdiscurso) e o outro (interlocutor)”.

#### **4. DISCURSO E MÍDIA**

Inicialmente procuraremos estabelecer uma trajetória evolutiva da mídia bem como o lugar de sua significação no contexto atual pós-moderno, uma vez que a mídia possui um lugar próprio no conceito de pós-modernidade, sendo, a nosso ver, constitutiva desta. Ou seja, objetivaremos realizar uma contextualização do termo mídia. Em seguida, focalizaremos a mídia dentro das perspectivas da Análise de Discurso (AD), procurando criar um diálogo entre elas, pois como bem constata Gregolin (2007, p. 13) a AD tem grande interesse “(...) em tornar a mídia como objeto de investigação. A articulação entre os estudos da mídia e os de análise do discurso enriquece dois campos que são absolutamente complementares, pois ambos têm como objeto as produções sociais de sentidos.” Pretendemos explicitar aqui o interesse da AD em articular os estudos da mídia com o discurso com essa afirmação de Gregolin, já que a autora deixa-se levar pela ilusão da concretização de um objeto integral e o saber total, quando exprime “absolutamente complementares”. Como já foi pontuado a AD é um campo do saber que se constitui no entremeio, não sendo, logo, uma disciplina interdisciplinar e por isso a relação da AD com os estudos da mídia não pode ser qualquer uma. De acordo com Orlandi (1996), as disciplinas de entremeio relacionam-se nas suas contradições, constituindo-se no campo dessas contradições, tomando ao revés a outra disciplina.

É preciso conceber a mídia para além da comunicação, ou seja, como um forte instrumento de interpretação social, já que legitimam os intérpretes dos fatos da sociedade e da história, constituindo, segundo Santana (2007) “novas identidades sociais ou potencializam e/ou apagam outras existentes, por serem mecanismos catalisadores de identificação/constituição do sujeito” (p. 15), conferindo uma dinâmica nova no jogo das identificações subjetivas e do próprio discurso.

Mas, é importante ressaltar desde já qual é o viés dado pela AD em relação ao objeto mídia. Santana (2007), em sua tese *A midiatização das (neuro)ciências: discurso, ideologia, sujeito*, a partir de suas análises constata que os estudos sobre a mídia se dão por meio de dois pólos. De um lado, temos o estudo *descritivo*, do outro as teorias *crítico-ideológicas*.

Essa constatação leva o autor a se perguntar qual o lugar da AD numa perspectiva crítica da mídia, uma vez que epistemologicamente a AD não é compatível com a teorização descritiva ou administrativa, que, para ele, é a do

funcionalismo de sistemas, a da matemática da informação, por exemplo. Para ele, o lugar é concernente ao da teoria crítica, mas tendo como base na problematização a linguagem e o sentido. Nas palavras do autor “a AD trabalha o lugar da mídia nesse processo de produção e constituição político-simbólicas” e “se mira, [portanto], nos processos de reprodução/transformação dos discursos, enquanto materialidade ideológica.” (p. 29)

Passemos então ao nosso propósito primeiro. A menção inicial do termo *mídia* deu-se a partir da década de 1920, conforme o *Oxford English Dictionary*. Como se sabe a faculdade de se comunicar sempre atraiu a atenção do homem e tem propiciado reflexões desde épocas mais antigas até os dias atuais. Tamanho é o seu interesse que a cada século que passa vêm sendo desenvolvidos novos meios de comunicação.

Atualmente, mal se consegue acompanhar a evolução das inovações tecnológicas. No entanto, mesmo no período em que não havia sido inventada a imprensa gráfica o homem já se preocupava com o modo de se comunicar, através da retórica. Esta era muito cultivada na Grécia e na Roma antigas, como o estudo da arte de se comunicar de forma oral e escrita. O estudo da retórica também foi cultivado na Era Medieval até o Renascimento. Foi ainda muito cultivada nos séculos XVIII e XIX. (BRIGGS e BURKE, 2006)

A partir dos séculos XVIII, ideias fundamentais em nossos dias, passaram a ser trabalhadas e desenvolvidas por diversos estudiosos. Pode-se pontuar o conceito de *opinião pública* e a preocupação com as *massas*. De acordo com Santana (2007), nas sociedades modernas, os meios de comunicação assumiram a posição de *agentes importantes de transformação cultural*. Nesse processo, os meios de comunicação passam a assumir uma condição maior do que meramente *veículos de comunicação*. O desenvolvimento das mídias de massa é inerente aos processos de transformação sócio-histórica, instaurando novas relações do sujeito com a linguagem. Vale, então, ressaltar que

(...) o surgimento da mídia de massa se dá de forma concomitante com a consolidação da modernidade, e, possivelmente, precedendo e

motivando aquilo a que se acostumou chamar, nas últimas décadas, de pós-modernidade (...). Portanto, os meios de comunicação são parte integrante das transformações socioculturais que trazem em seu bojo novas modalidades de saber [...] e nova dinâmica no jogo das identificações subjetivas. A fluidez da modernidade do pós-guerra [...] e suas conseqüências para a ciência e para o sujeito, tem muito a ver com a fluidez conferida pelos meios de comunicação à sociedade da qual é causa e efeito. (SANTANA, 2007, p. 16).

A citação vem corroborar o que afirmamos mais acima quando dissemos que a mídia (se) constitui a/na/com a modernidade. É interessante salientar que com a expansão dos meios de comunicação deve-se pensar em uma nova relação do sujeito com o texto, pois instaura uma textualidade outra que faz emergir uma nova forma sujeito-autor e a respectiva forma sujeito-leitor. Voltaremos a essa questão mais a frente e explicaremos melhor este processo no desenvolver do trabalho.

De acordo com Briggs e Burke (2006), o interesse acadêmico pelo estudo do texto publicitário teve seu começo na primeira metade do século XX, especialmente pelo acontecimento das duas guerras mundiais. Nessa época, tem-se o advento do rádio, possibilitando, significativamente, o reconhecimento pelas instituições acadêmicas da relevância da comunicação oral, de modo que seus estudos passaram a se remeter ao funcionamento da oralidade tanto na Grécia antiga quanto na Idade Média. Através do rádio há ressignificações no significado da oralidade.

Na década de 1950, tem-se o início da era da televisão. A partir desse fato, sucede o surgimento da comunicação visual, estimulando o aparecimento de uma teoria interdisciplinar da mídia. Assim, como nos aponta os autores, “realizaram-se estudos nas áreas de economia, história, literatura, arte, ciência política, psicologia, sociologia e antropologia, o que levou à criação de departamentos acadêmicos de comunicação e estudos culturais” (p. 11). Nesse sentido, percebe-se que a mídia teve seu lugar nos projetos totalizantes do conhecimento, por meio da instauração da interdisciplinaridade.

Nesse contexto, Briggs e Burke (op. cit.) afirmam que *frases bombásticas*, envolvendo novas ideias a respeito da mídia passaram a se emergir, por meio da

teorização de estudiosos da comunicação, da sociologia, enfim, das ciências sociais. Os autores não inserem em seu texto as tais frases, mas os conceitos por elas promulgados, como, por exemplo, “viés da comunicação”, “aldeia global”, “domesticação da mente selvagem”, “esfera pública”. Este último conceito, segundo os autores, foi identificado pelo sociólogo alemão Habermas, que via na esfera pública “uma zona para o ‘discurso’” (conceito este sendo (des)construído por várias áreas do saber também neste período) “no qual as ideias são exploradas e ‘uma visão pública’ pode se expressar”

É interessante destacar aqui esses conceitos exemplificados pelos autores para elucidar suas asserções, pois através destes podemos perceber um enfoque que toma a mídia em sua relação com o discurso, o sujeito e o contexto sócio-histórico, ainda que estes elementos sejam trabalhados por eles de um modo diferente dos objetos discursivos trabalhado pela AD, a noção de sujeito interpelado pela ideologia e a historicidade como constitutiva do processo de produção de sentidos.

Em sua obra Briggs e Burke (op. cit.) ressaltam que aqueles que trabalham com comunicação e estudos culturais não podem deixar de levar em consideração a história. Desse modo, tecem uma cadeia remissiva de modos como fenômenos da mídia atual foram e são influenciados por fenômenos mais antigos do que se possa imaginar.

Assim, os autores percebem e assume uma posição de que não há evidência ou marco zero do começo da história. Nesse sentido, para nós analistas de discurso, há dois pontos interessantes na visão assumida pelos autores. Primeiro, entendem a história como constitutiva, porém, vale ressaltar, que esta não deve ser entendida como sequência de fatos cronológicos, mas cadeias de significantes que ancoram o dizer e faz aquilo que é dito se revestir de sentido. Outro ponto, é o fato de que não pontuam um início absoluto do discurso sobre a mídia, o que entendemos como fios discursivos que se remetem a outros, formando uma teia, um tecido discursivo e que denominamos de interdiscurso.

Outro aspecto importante, na obra dos autores acima referidos, é o fato de proporem a questão: o processo de letramento nas civilizações teve as mesmas

consequências que a propagação da televisão? Apesar de os autores não responderem diretamente, relacionam fatos que se a televisão não teve a mesma repercussão que teve a instauração de uma sociedade letrada, pelo menos promoveu mudanças relevantes no contexto sócio-histórico-cultural, pois é um instrumento de grande poder de evocação e atualização da memória.

Orlandi (2001) trabalha com esta relação televisão – memória, que nos convém pontuarmos aqui. O que impressiona a autora é o fato de a televisão possuir a capacidade de circular em meio a uma grande massa heterogênea de sujeitos, nos colocando em situação paradoxal, ou seja, “ela historiciza seu instrumento (...) e, no entanto, produz o efeito de des-historicização no espectador” (p. 179). Veja como explica o modo pelo qual se dá esse processo:

Embora múltipla em seus meios, a televisão – como outros instrumentos da mídia – produz uma homogeneização de seus fins. Isto mostra a diferença entre *produtividade* e *criatividade*: no processo criativo, no que diz respeito à linguagem, há um investimento no mesmo mas que desloca, desliza, trabalhando o diferente, a ruptura; no processo produtivo, ao contrário, não se trata de produzir a ruptura mas a quantidade, a reiteração do mesmo produzindo a ilusão do diferente, o variado. (ORLANDI, 2001, p. 180)

Para os autores Briggs e Burke (op. cit.), “a mídia precisa ser vista como um sistema, um sistema em contínua mudança, no qual elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque.” (p. 15). As mudanças produzidas pela mídia têm “importantes consequências culturais e sociais”. Thompson (2002) em vez de sistema prefere chamar de “organização social do poder simbólico” (p. 12). Pelo que temos exposto podemos evocar para fazer parte de nossa discussão as idéias de Orlandi (2001). A autora tece uma trajetória vislumbrando a relação do texto com a evolução da escrita até os processos tecnológicos atuais, denominada de “a passagem do beletismo para o jornalismo (mídia)” (p. 81).

A autora supracitada refere-se à informática como uma técnica da escritura, que introduz práticas novas de leitura e escrita e afirma que há “com as novas tecnologias de linguagem uma re-organização do trabalho intelectual” (p. 80) e, com isso, a forma histórica da autoria está se modificando. Nesse sentido, vale ressaltar que essas práticas novas de leitura e escrita introduzidas pela informática vêm produzindo novas relações com a mídia impressa já consagrada, a ponto de Hernandes (2006) perceber que vem ocorrendo uma crise de definição da imprensa escrita diante da concorrência de outros meios de comunicação mais ágeis, resultando em mudanças das quais muitas ainda são indefinidas, mas uma que vem obtendo êxito é a que se refere às revistas no plano valorativo do conteúdo. As revistas estrategicamente deixaram de valorizar os noticiários pesados e passaram a enfatizar assuntos relativos à vida das pessoas e das celebridades que conquistaram um espaço valorizado, tanto que em meados de março de 2004 as três revistas de maior circulação nacional – *Veja*, *Isto é* e *Época* – apresentaram como o novo livro de Paulo Coelho *O Zahir*.

Por outro lado, a própria instauração da imprensa possibilitando o acesso de mais pessoas a uma cultura da escrita produziu novas formas de relacionamento com o conhecimento e o mundo, como podemos constatar com o psicólogo David Olson, em *The World of Paper* (1994), que, de acordo com Briggs e Burke (op. cit.), “cunhou a expressão ‘a mentalidade letrada’ para resumir as mudanças que as práticas da leitura e da escrita provocaram no modo como pensamos a linguagem, o espírito e o mundo, do surgimento da subjetividade à imagem do universo como livro” (p.21). Dessa forma, essa nova organização do simbólico, que se dá por meio da mídia contemporânea de massa e globalizante, tem propiciado uma nova relação do sujeito com o texto, ou melhor, com a produção e a circulação dos sentidos.

Nesse sentido, para a AD a mídia é um objeto investigativo pertinente e peculiar, pois ambas investem na questão da formulação e circulação dos sentidos. Assim, para Gregolin (2007), a AD é um campo de estudo que oferece dispositivos conceituais para a análise de acontecimentos discursivos midiáticos, uma vez que toma como objeto de estudos a produção de efeitos de sentido, realizada por sujeitos sociais, que usam a materialidade da linguagem e estão inseridos na história.

Assim, para a autora, os campos da AD e dos estudos da mídia podem estabelecer um diálogo riquíssimo, com o intuito de entender o papel dos discursos na produção das identidades sociais. Para isso, focaliza efeitos identitários construídos numa teia entre discurso, história e memória num texto produzido pela mídia jornalística com o objetivo de revelar a pertinência dessa conjunção, já que ambos têm como objeto as produções sociais de sentidos.

Levando em consideração que o discurso é uma prática social, de acordo com Foucault, ela toma a mídia como *prática discursiva*, que para apreender seu funcionamento é imprescindível analisar a circulação dos enunciados, as posições dos sujeitos, as materialidades que dão corpo aos sentidos e as articulações que esses enunciados trabalham com a história e a memória. Em suma: “Trata-se, portanto, de procurar acompanhar trajetórias históricas de sentidos materializados nas formas discursivas da mídia” (p. 13).

Está evidente aí o papel preponderante do interdiscurso, pois os sentidos são construídos, não nascem a priori. Assim, é responsável pelo efeito discursivo de unidade, condição essencial para a autoria. Segundo Gregolin (op. cit.), esse efeito discursivo fica evidente nos textos da mídia. Dessa forma diz que “as mídias desempenham o papel de mediação entre seus leitores e a realidade. O que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta” (p. 16).

Nesse sentido a mídia tem servido como instrumento de perpetuação de uma realidade desejável a alguns. Pode-se observar isso em Bouveresse (2004) ao afirmar que Bordieu criticamente sempre fazia menção ao fato do privilégio que possuíam alguns na atuação e na capacidade de fazer com que o outro acate uma representação da realidade, não necessariamente objetiva, mas crível (apesar de geralmente não sê-la), a fim de apresentar uma realidade que satisfizesse seus próprios objetivos. De acordo com o autor, reside aí o poder do simbólico, ou seja, o poder de que os que ocupam posições dominantes dispõem de fazer com que os dominados vejam e percebam as coisas segundo os seus interesses e fins próprios.

Para Thompson (2002) o poder simbólico são ações que “podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrer, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva”, ou seja, a “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de forma simbólicas” (p. 24).

Assim, é de extrema pertinência expor essa relação nas palavras da autora, pois:

a mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma “história do presente” como um acontecimento que tensiona a memória e o esquecimento. É ela, em grande medida, que formata a historicidade que nos atravessa e nos constitui, modelando a identidade histórica que nos liga ao passado e ao presente.

Esse efeito de “história ao vivo” é produzido pela instantaneidade da mídia, que interpela incessantemente o leitor através de textos verbais e não-verbais, compondo o movimento da história presente por meio da ressignificação de imagens e palavras enraizadas no passado. Rememoração e esquecimento fazem derivar do passado a interpretação contemporânea, pois determinadas figuras estão constantemente sendo recolocadas em circulação e permitem os movimentos interpretativos, as retomadas de sentidos e seus deslocamentos. Os efeitos identitários nascem dessa movimentação dos sentidos.

Por isso, para Bauman (2006), a identidade é um efeito de pertencimento que tem em sua raiz o paradoxo da instabilidade: os lugares contemporâneos são permanentemente deslocados pelas máquinas de informação e, por isso, é impossível fixar-se rigidamente em um território identitário único. (GREGOLIN, 2007, p. 23)

Em Orlandi (2001) podemos encontrar uma explicação plausível ao que a autora acima propõe. Orlandi (op. cit., p. 179-183) trata especificamente da televisão, no entanto o que expõe sobre o funcionamento da memória e a historicidade podem-se estender a mídia em geral. Para tanto, em vez de tê-lo empregaremos o termo mídia. Ela afirma que há uma anulação da memória, pois “a reduz a uma sequência de fatos com sentidos (dados) quando, na realidade, o que

se tem são fatos que reclamam sentidos”. Desse modo, a mídia “produz acontecimento sem história”, “repetição sem memória”.

A memória, de acordo com a analista de discurso é o interdiscurso, em suas palavras, “o saber discursivo, a memória do dizer, e sobre a qual não temos controle”. Assim para que aquilo que proferimos faça sentido é necessário que já tenha sentido. Porém, temos a ilusão de que somos a origem dos sentidos que produzimos. A mídia trabalha, justamente, para que a memória não trabalhe, fazendo com que “esteja sempre já lá um conteúdo bloqueando o percurso dos sentidos, seu movimento, sua historicidade, seus deslocamentos”. Em síntese, conforme explicita a autora

(...) essa forma de historicização do fato da mídia é o político no grau (máximo). E é essa transferência que produz novas formas de autoria. Em que já pensamos o autor nem como antes de pensava (...), nem em relação ao efeito de origem, de unidade, como eu propunha para des-sacralizar a noção de autor (obra). A autoria, penso, agora deve ser pensada em relação ao público, à multiplicação da repetição e à quantidade.

(...) São nossas “ilusões” que se alteram ao compasso da intrincada relação entre ciência-tecnologia-administração que preside ao gerenciamento de nossas relações com os sentidos, na divisão social do trabalho da leitura, na injunção aos modos de interpretar.

Podemos pois afirmar que na mídia e nas novas tecnologias de linguagem trata-se ainda e sempre da textualização (formulação), da constituição de uma autoria. São os seus modos que se deslocam. São os percursos significando na forma mesma em que irrompem os discursos.

Baitello Jr. (1998), propõe a seguinte questão: Diante da expansão dos limites do campo de conhecimento e sua complexidade, das tendências mágico-míticas de endeusamento da tecnologia pela tecnologia, da des-historicização da vida, que caminhos e que desafios se colocam para as investigações em ciências da informação, da comunicação e da cultura? O resgate do sentido é sua resposta primordial. Para ele o sentido é um conjunto de vínculos maiores, que considerem o homem na sua dimensão histórica, política e social e também psicológica e

antropológica, ou seja, em sua inteira complexidade, com suas potencialidades e suas necessidades. “O desafio maior será integrar as áreas do saber que trazem aportes essenciais para as ciências da comunicação” (p. 15).

Nesse sentido, a AD é um campo privilegiado por ser uma disciplina de entremeio, ou seja, constitui-se nos limiares da linguística, da psicanálise e do materialismo histórico, tendo como objeto de estudo o discurso, que é efeito de sentidos entre interlocutores. Estes interlocutores constituem-se sujeitos, não sujeitos cartesianos, apriorísticos, senhores de si, mas interpelados pela ideologia que os assujeita. Assim, hodiernamente a mídia é “uma fonte poderosa e inesgotável de produção e reprodução de subjetividades, evidenciando sua sofisticada inserção na rede de discursos que modelam a história do presente.” (GREGOLIN, 2007, p. 24)

Feitas todas essas considerações, convém agora, explicitarmos a relação da mídia com o nosso objeto de estudo em questão: Paulo Coelho no contexto da revista *Veja*, que é uma das revistas de maior circulação nacional. Para a construção de nossa análise, valer-nos-emos do dispositivo teórico-analítico da AD. Partiremos do princípio que Paulo Coelho é um sujeito midiático. Tal sujeito é construído imagetivamente pelo trabalho simbólico exposto na mídia em geral, como constituiria um arquivo vasto para a análise, realizou o recorte para a análise a revista *Veja*. Daí a pertinência da AD, pois para a AD o simbólico produz sentidos para e por sujeitos.

Assim, analisaremos exemplares da revista *Veja* do ano de 1975 a 2010, observando os nomes atribuídos ao escritor pela imprensa, ou melhor, pela mídia; como é feita a chamada de seu nome; a tipografia, a disposição gráfica e as cores dos caracteres que lhe fazem referência; a evolução (não linear) de papel secundário a tornar-se capa da revista; o que se mantém e o que se instaura como novo na tensão entre o jogo de paráfrase e polissemia; dentre outros aspectos que serão preponderantes para a análise que este trabalho propõe a realizar. Pode-se dizer que, por um lado, a análise procurará descrever os efeitos produzidos pelo projeto gráfico destinado a apresentação do autor. E, por outro lado, o funcionamento do gerenciamento do conteúdo decorrente do trabalho do sujeito no simbólico. Trabalho esse possível pelo modo como a AD trata as questões discursivos sem cair no engodo da teorização.

## **5. PAULO COELHO: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DA REVISTA VEJA**

Os sentidos não nascem com as palavras, são construções sócio-histórico-ideológicas. Não há literalidade, portanto. O dizer significa em relação às posições ideológicas as quais as palavras se inscrevem. Para que minhas palavras façam sentido, devem se inscrever em uma determinada formação discursiva. As formações discursivas são inter-regiões do interdiscurso. Por sua vez, o interdiscurso é aquilo que podemos chamar de memória constitutiva dos sentidos. Assim, o dizer constrói-se sob a égide do já-dito. (ORLANDI, 2001)

No caso da revista *Veja* vale ressaltar que é um dos suportes de circulação de textos mais reconhecidos nacionalmente. Esse reconhecimento não se irrompeu momentaneamente, é uma construção da história. Não da história linear, cronológica, sequência sucessiva de fatos, mas das discontinuidades, do devir, dos limiares. Isso lhe confere um *status* de autoridade. Os acontecimentos históricos instauraram um lugar de poder dizer privilegiado e de destaque para esta revista. O que implica dizer que os discursos ali produzidos caracterizam-se pelo efeito da “verdade”. A força coercitiva deste veículo de comunicação no contexto brasileiro é tão grande que é capaz de transformar boatos em “verdades inquestionáveis”. Esse funcionamento é bastante interessante, basicamente, por dois motivos. Por um lado, pode-se afirmar que as palavras se revestem de um peso maior se ditas a partir da *Veja*, caracterizando-se, pois, uma dada formação discursiva, tanto que é comum se ouvir: o/do/no/pelo discurso da *Veja*. Isso se dá de tal modo que as palavras de um mesmo autor terão sentidos outros se circularem em outra revista. Por outro lado, não raras vezes há um deslocamento do processo da autoria, pelo apagamento/silenciamento do nome de autor produzido pela força do nome *Veja*, tanto que este nome pode substituir a assinatura do autor, conferindo a produção um valor específico.

O trabalho do interdiscurso é delimitar o que pode e deve ser dito. A partir daí podemos pensar sobre o silenciamento. Para que algo faça sentido, outros sentidos devem ser silenciados. Assim, o papel estruturante do silêncio é recortar o dizer. Nesse sentido, podemos ir mais longe, além de delimitar o que pode e deve ser dito, estabelece o como vai ser dito (ORLANDI, 2007). Na revista, este funcionamento é preponderante, já que os lugares do dizer são pré-determinados.

Há um trabalho, ou melhor, um gesto simbólico na atribuição cromática, de tamanho e tipologia dos caracteres; na disposição gráfica dos textos, no número de páginas destinadas aos fatos, nas imagens que acompanham. Essas regularidades ilusoriamente construídas pelo aparato jornalístico são efeitos da historicidade, isto é, da exterioridade.

Os discursos, neste tipo de veículo comunicacional, são produzidos pelos repórteres. Esses buscam incessantemente a higienização do dizer, apoiados na aparência da imparcialidade, da neutralidade, rumo à verdade absoluta. Para tanto, utilizam-se os recursos linguísticos gramaticais, como flexão verbal e pronomes de terceira pessoa. Buscam nos recursos gramaticais o controle sobre seus discursos, ou seja, procuram administrar os sentidos dos seus dizeres, por meio da “objetividade da linguagem” – sonho de todo jornalista. No entanto, há mecanismos de subjetivação – ideologia, inconsciente, interdiscurso, formação discursiva, dentre outros – que promovem o esboroamento da objetividade, apontando-a como ilusão.

Dessa forma, há análises textuais que identificam em determinadas estruturas sintáticas e classes morfológicas juízos de valor, marcas da personalidade, traços da subjetivação. A esse aspecto denominam de modalização, pois vislumbram a intenção do autor. Todavia tal intencionalidade do sujeito é ilusão. Está aí o trabalho da exterioridade, da historicidade, da heterogeneidade constitutiva, enfim, do interdiscurso. Por exemplo, a adjetivação adotada pelo repórter/articulista/jornalista autor não revela as suas intenções em relação ao objeto da notícia ou de qualquer outro gênero jornalístico, mas fornece indícios da formação discursiva a que está inserido. Convém ressaltar que apesar de se constituir uma regionalização do interdiscurso, os seus limites são fluidos e não estanques, justificando o uso do prefixo *inter-* supracitado neste texto.

Com isso, pretendemos vislumbrar que a forma da revista designar e se referir a Paulo Coelho ontem e hoje não são as mesmas. O uso dos termos *designação* e *referência* deve-se pelo papel da história, conforme nos pontua Guimarães (2005). Para o autor, a designação corresponde à significação de um nome, não como forma abstrata, mas como relação circunscrita na história, em que há a remissão do simbólico ao real. Nesse sentido, considera o nome na função de

identificação de objetos. Já a referência toma-a como a singularização de algo na e pela enunciação.

A respeito do nome próprio, especialmente, a posição de Guimarães (op. cit.) é extremamente útil. Segundo ele, a significação do processo enunciativo da designação sucede-se na confrontação de lugares enunciativos pela temporalidade do acontecimento. Assim, as pessoas revestem-se de algo que lhes é atribuído pelo processo de designação. Este processo é constituído pelo fato de que o sujeito das enunciações é sujeito por falar a partir de uma posição ideológica inscrita no interdiscurso, o que leva o referido autor a afirmar que “As pessoas não são pessoas em si. O sentido do nome próprio lhes constitui, em certa medida” (p. 41), pode-se, assim, dizer que somos significados mais pelos nossos próprios nomes do que pelo que realmente somos enquanto seres biológicos. Ainda de acordo com o autor “O sentido constitui o mundo que povoamos. E o constitui enquanto produz identificações sociais que são o fundamento do funcionamento do indivíduo enquanto sujeito” (p. 41), lembrando que tal processo de identificação realiza-se no espaço de enunciação da Língua do Estado, e assim identifica o indivíduo como cidadão. Nesse sentido as identificações sociais não são as mesmas para todos, há aqueles que ocupam uma posição mais valorizada do que outros. Não é qualquer cidadão que terá seu nome estampado na mídia revista. Daí o papel do acontecimento indicando quem é ou deve ser noticiado, ou melhor, o que merece ser designado no corpo da revista. Alcançar o lugar de cidadão público, da personalidade reconhecida, para merecer ser referenciado é papel da historicidade na relação do efeito de popularidade promovido pelas grandes mídias.

Ao usar o termo “referenciado” devemos retomar Guimarães (op. cit.), pois “o funcionamento referencial destes nomes (de particularizar alguém) é produzido pelo processo enunciativo que se dá como procedimento do processo de identificação social” (p. 41).

Assim, o nome Paulo Coelho é significado de modo particular pela revista, considerando o valor que a este nome é atribuído nos processos de identificação social. Há uma construção valorativa nesse processo. Tanto que se podem perceber certas regularidades e rupturas dessas por meio da (re)significação do reconhecimento do autor Paulo Coelho enquanto sujeito a ser dito. Dessa maneira,

nas primeiras remissões feitas a Paulo Coelho a Veja dava-lhe um lugar secundário, aparecendo junto a outros nomes de personalidades já reconhecidas, como podemos constatar:

*12/02/1975 (82) – Paulo Coelho (ex-parceiro do cantor Raul Seixas).*

*05/05/1976 (67) – Cartaz de uma peça de teatro – Tangarella – a tanga de cristal onde Jô Soares aparece em destaque com letras maiúsculas e no elenco Paulo Coelho dentre outros com letra em tamanho pequeno.*

*08/12/1978 (93) – Entrevista com Raul Seixas cita Paulo Coelho como seu parceiro.*

*01/06/1977 (70) – Paulo Coelho aparece em nota como parceiro de Rita Lee.*

*11/04/1979 (102) – Paulo Coelho aparece em uma reportagem sobre Sidney Magal onde é citado como letrista das músicas de Raul Seixas e produtor de discos da Polygram.*

*04/07/1979 (95) – Paulo Coelho citado: ...Zé Rodrix admite ter feito de “Me deixa voltar,” com Paulo Coelho...*

*12/09/1979 (141) – Reportagem sobre Rita Lee onde se cita: a parceria com Paulo Coelho.*

*03/08/1983 (118) – Reportagem sobre a cantora Neuzinha, onde a citação é: “... co-produzido por Paulo Coelho (que já trabalhou com Raul Seixas e Rita Lee), ...”*

O nome de Paulo Coelho é significado ao lado de nomes de outros artistas e compositores. Esse é um gesto de interpretação bastante interessante. Há um trabalho da administração social da interpretação, ou seja, da memória institucional, que se dá pela noção de arquivo. Assim, ocorre uma divisão social do direito de interpretar, isto é, no interior da conjuntura social há os que possuem direito a interpretar e outros a repetir a interpretação. A Veja tem um papel relevante nesse processo, pois como autoridade legitimada no jogo da interpretação, tem o direito de interpretar quem merece lugar de destaque nas suas páginas e outros que secundariamente pegam “carona” no sentido construído em torno de determinados nomes consagrados. Pode-se perceber que como autor Paulo Coelho ainda não tinha um lugar de destaque, por isso ser referenciado ao lado de outros.

No entanto, pode-se perceber que quando ocorre um deslize do nome da posição de autor para vampirólogo, e nessa posição recebe aplausos, é noticiado isoladamente

*30/10/1975 (75) – Reportagem intitulada: Festa exotérica – os místicos se encontram no Rio de Janeiro, onde a apresentação é: ... um aplaudidíssimo curso ministrado pelo vampirólogo carioca Paulo Coelho, 38 anos...”*

Assim, Paulo Coelho passa a adquirir *status* pelo viés do misticismo, tanto que ao lado de seu nome é atribuído o epíteto de mago. É nessa condição que é construído o seu lugar de poder dizer e se constituir como escritor renomado, mudando a forma como a mídia significa Paulo Coelho. Assim, passa a ser designado como “o mago da literatura nacional”:

*19/07/1989 (107) – Na página “os mais vendidos” O Alquimista - Paulo Coelho – 9º lugar , ficção.*

*26/07/1989 (117)– Na reportagem: poderes da espada e do anel – com dois lançamentos de sucesso sobre temas exotéricos, Paulo Coelho conquista leitores como o mago brasileiro. Na mesma reportagem é citado como o carioca Paulo Coelho, “ ... Coelho era conhecido apenas como parceiro de Raul Seixas...”, “ ... hoje ele é celebrado como o autor de O diário de um mago e de O alquimista...”, escritor, “ ... a explicação para essa passagem de Coelho do rock para os eflúvios do oculto deve-se ao fato de que, nos últimos ele cumpriu os rituais necessários para se transformar não num especialista teórico em esoterismo, mas em mago de verdade...”, mago-escritor.*

Percebe-se nos dizeres acima a corroboração daquilo que descrevemos acima. O nome então de Paulo Coelho deixa de se ancorar em outros nomes, merecendo autonomamente destaque.

É interessante observar, também, que o seu nome não surge sub-repticiamente, sendo, portanto, conquistado mediante rituais que lhe conferiram autoridade de produzir obras místicas, transcendendo a titulação de especialista, denominaram-no de “mago de verdade”, “mago-escritor”. Estas formas de designação acabam revestindo de mais peso significativo o nome Paulo Coelho.

Não é um Paulo Coelho qualquer é o Paulo Coelho “o mago-escritor”. O misticismo, a magia, o sobrenatural, o fantástico sempre causou uma espécie de encantamento nas pessoas, assim falar desses temas numa região privilegiada de uma dada formação discursiva, ligada ao misticismo e ao transcendental, é estrategicamente antecipar pelas formações imaginárias a adesão de um público consumidor e leitor de sua produção, garantindo vendagem, por conseguinte, sucesso, popularidade e reconhecimento.

Dessa forma, os títulos das obras não são casuais, a exterioridade está presente aí. O ideológico irrompe-se também na nomeação do livro, como podemos observar no nome das suas duas primeiras obras de grande repercussão – *O diário de um mago* e *O alquimista*. Isto é, o autor utiliza-se de termos e expressões próprias do discurso do misticismo e do misterioso para atrair a atenção do público leitor, pois o leitor pode se interessar por uma obra não pelo nome do autor, mas pelo nome da obra. Como podemos constatar nos fragmentos textuais abaixo, extraídos da revista Veja:

26/07/1989 (117) – Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 8º lugar, ficção.

02/08/1989 (102)- Na coluna os mais vendidos - *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 9º lugar, ficção.

16/08/1989 (119) - Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção.

23/08/1989 (117) - Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* Paulo Coelho – 3º lugar, ficção; *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 8º lugar, ficção.

06/09/1989 (123)- Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção.

13/09/1989 ( 129)- Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção.

20/09/1989 ( 137)- Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 6º lugar, ficção.

27/09/1989 (137)- Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção.

- 11/10/1989 (142) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção.
- 18/10/1989 (133)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção.
- 25/10/1989 (141)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção.
- 08/11/1989 (125)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago - Paulo Coelho – 8º lugar de ficção.
- 22/11/1989 (149) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 8º lugar de ficção.
- 29/11/1989 (186)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 8º lugar de ficção.
- 06/12/1989 (143) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 7º lugar de ficção.
- 10/01/1990 (95) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 5º lugar de ficção.
- 07/02/1990 (85) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.
- 14/02/1990 ( 82)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.
- 21/02/1990 (83) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.
- 07/03/1990 (105) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.
- 04/04/1990 (77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.
- 11/04/1990 (73) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 4º lugar de ficção.
- 18/04/1990( 77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 4º lugar de ficção.
- 25/04/1990 (77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.
- 16/05/1990 (77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

23/05/1990 (84) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

20/06/1990 (93) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

27/06/1990 (85)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

04/07/1990 (79) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

Este é um funcionamento interessante. O nome do escritor é construído pela aceitação da sua obra. Num primeiro momento, quando ainda não é reconhecido nacional e/ou internacionalmente, o que chama a atenção do público não é o nome do autor, mas da obra. O título é que chama a atenção. Assim, quando o autor passa a ter um *status* de reconhecimento alto, seu nome significa mais do que a obra. Inversamente, então, o que passa a obter mais sucesso não é o nome da obra, porém o nome do autor. Nesse sentido, o título de um livro não precisa chamar a atenção, desde que seja escrito por um autor de nome legitimado. E a mídia tem sua função nessa legitimação, especialmente na seção dos mais vendidos.

25/07/1990 (27) – Citação da Revista Exame VIP “ o bruxo das letras: os segredos de Paulo Coelho, autor de O alquimista e o diário de um mago, cujos livros estão há 50 semanas na lista dos mais vendidos”

01/08/1990 (78) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

08/08/1990 (90)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

O lugar de Paulo Coelho é construído pelo campo do sobrenatural, do místico, da magia, conforme os termos que lhe são atribuídos: *vampirólogo, mago, mago de verdade, mago-escritor, bruxo das letras*. São construções antonomásticas resultantes do trabalho da historicidade, do simbólico, ou melhor, da interpretação que não pode ser qualquer uma. Isso fica claro nas entradas, manchetes,

referências abaixo em que aparece o nome do escritor associado ao místico e transcendental:

15/08/1990 (93) - Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção; *O diário de um mago* – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção e *Brida* - Paulo Coelho - 3º lugar, ficção.

22/08/1990 (56)– na página comportamento reportagem intitulada: *O mago nas alturas – com livros defeituosos, mas atraentes, o esotérico Paulo Coelho torna-se o escritor mais vendido do país, que experimenta uma forte vaga mística.*

Antes de continuarmos a apresentar as demais referências feitas ao autor, convém ressaltar que esta questão do misticismo e esoterismo é tão forte que mesmo considerando seus livros defeituosos, paradoxalmente são chamados de atraentes. Percebe-se então uma supervalorização do tema em detrimento da qualidade da obra, ou seja, mais vale sobre o que se diz do que propriamente o como se diz. Nesse sentido, por isso, a demora da aceitação do autor como produtor de literatura e, por conseguinte, sua admissão à Academia Brasileira de Letras.

Com isso, pode-se constatar que o lugar de poder dizer conquistado por Paulo Coelho dá-se mais pelo viés da relevância temática, enquanto produtora de curiosidade, mistérios a serem descobertos e enigmas a serem desvendados. Assim, com seu nome revestido de alta significância e reconhecimento pelo público, a sua obra passa a valer não mais pelo título, mas pelo peso da sua assinatura. Tanto que *Brida* juntamente com as outras duas passa a vender consideravelmente.

29/08/1990 (88) - Na coluna os mais vendidos – *Brida* – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

19/09/1990(08)- Na coluna os mais vendidos - *Brida*– Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

26/09/1990 (10) - Na coluna os mais vendidos – *Brida* – Paulo Coelho – 1º lugar, *ficção* e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 3º lugar de *ficção*.

03/10/1990 (112) - Na coluna os mais vendidos - *Brida*– Paulo Coelho – 1º lugar, *ficção* e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de *ficção* e *O diário de um mago* Paulo Coelho – 4º lugar de *ficção*.

10/10/1990 (118) - Na coluna os mais vendidos - *Brida*– Paulo Coelho – 1º lugar, *ficção* e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 3º lugar de *ficção*.

24/10/1990 (92)- Na coluna os mais vendidos - *Brida*– Paulo Coelho – 1º lugar, *ficção* e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 3º lugar de *ficção*.

24/10/1990(92) – Reportagem Vôo sem rumo “... o magô de Copacabana Paulo Coelho ...”.

14/11/1990 (91) - Na coluna os mais vendidos - *Brida*– Paulo Coelho – 1º lugar, *ficção* e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 4º lugar de *ficção*.

28/11/1990 (98) - Na coluna os mais vendidos - *Brida*– Paulo Coelho – 1º lugar, *ficção* e *O alquimista* – Paulo Coelho – 2º lugar de *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 3º lugar de *ficção*.

19/12/1990 (87) - Na coluna os mais vendidos - *Brida*– Paulo Coelho – 2º lugar, *ficção* e *O alquimista* – Paulo Coelho – 3º lugar de *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 7º lugar de *ficção*.

26/12/1990 (123) - Na coluna os mais vendidos - *O alquimista* – Paulo Coelho – 3º lugar de *ficção*; *Brida*– Paulo Coelho – 4º lugar, *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 8º lugar de *ficção*.

26/12/1990 (98) – Na página destaques “... no Brasil, o príncipe dos best-sellers foi o magô de Copacabana: Paulo Coelho.

23/01/1991 (85) - Na coluna os mais vendidos – *O alquimista* – Paulo Coelho – 3º lugar de *ficção*; *Brida*– Paulo Coelho – 4º lugar, *ficção* e *O diário de um mago* – Paulo Coelho – 6º lugar de *ficção*.

Diante disso, percebe-se que Paulo Coelho vai se constituindo em um dos maiores ícones de vendagem e seus livros traduzidos em diversas línguas, tornando-se o *príncipe dos best-sellers*. Nesse sentido, no decorrer dos anos o funcionamento em relação ao seu nome torna-se regular. Assim, a fim de que o leitor possa constatar tal regularidade apresentamos um quadro com menções ao nome de Paulo Coelho na revista Veja. Essa organização permite ao leitor visualizar que mesmo no desenrolar do tempo o mesmo se mantém a partir daqui, faz-se, portanto, necessário tal estrutura a fim de que o leitor possa constatar nossa asserção. Assim, mais uma vez, vale ressaltar que diante do percurso cronológico o mesmo se mantém.

**Quadro 1** – Referências cronológicas a Paulo Coelho

Data	Textos ou fragmentos de textos
10/04/1991	(43) – Na página Religião, na reportagem O Brasil põe fé nos espíritos, “... os espíritas se beneficiaram muito da onda mística que tornou <u>autores exotéricos</u> como o <u>bruxo Paulo Coelho</u> e a atriz Shirley MacLaine, leitura obrigatória em certos círculos ...”
01/01/1992	(67) – Em reportagem de retrospectiva: os dez livros mais vendidos em 1991: “O alquimista, de Paulo Coelho; O diário de um mago, de Paulo Coelho e Brida de Paulo Coelho...”
06/01/1993	(75) - Na coluna os mais vendidos – As Valkírias – <u>Paulo Coelho</u> – 2º lugar de ficção; O alquimista – <u>Paulo Coelho</u> – 3º lugar de ficção; Brida – <u>Paulo Coelho</u> – 4º lugar, ficção e O diário de um mago – <u>Paulo Coelho</u> – 7º lugar de ficção.
13/07/1994	(94) – Na página livros, na reportagem retratos do Brasil – as listas de mais vendidos mapeiam a evolução da mentalidade do leitor brasileiro nos últimos 20 anos: “... <u>mestre do escapismo místico, Paulo Coelho</u> foi o <u>grande sucesso</u> de 1992 ... “
15/02/1995	(100) – Na página livros a reportagem Desastre no cosmo,

	derrotados pela concorrência dos místicos e dos cientistas, o gênero ficção científica vai para o espaço: “... paranormais aventureiros à moda de <u>Paulo Coelho...</u> ”, “... são instruções simples como as do sabão Omo e dos livros de <u>Paulo Coelho</u> , que seguidas à risca serviriam para limpar manchas das roupas e da alma...”
04/10/1995	(89) – Na reportagem O pastor de almas: “o escritor Paulo Coelho...”, “enfrenta barra com cartesiana serenidade, ‘se estão preocupados comigo, é porque passei a existir, ‘ diz <u>o mago</u> .”
28/02/1996	(97) – Na reportagem Por 1 milhão – <u>Paulo Coelho</u> vende seu passe para a Objetiva: “Foi o maior contrato já realizado no mercado editorial brasileiro. Por um milhão de reais, <u>o escritor e mago carioca Paulo Coelho...</u> ”
10/04/1996	(79) – Na reportagem A magia que não acaba: “... invejosos mordam os cotovelos. <u>O bruxo Paulo Coelho...</u> ”, “ <u>Coelho: de bruxo a cavaleiro</u> ”, “... ‘devo tudo isso aos meus leitores do Brasil. Afinal foram eles que agüentaram enquanto eu era desconhecido’, agradeceu o <u>magos</u> .”
02/07/1997	( 114) - Na coluna os mais vendidos: Manual do guerreiro da Luz – <u>Paulo Coelho</u> – 3º lugar de auto ajuda e esoterismo.
08/04/1998	(102) – Na página gente na reportagem magia no Vaticano: “nos tempos da inquisição, magia era pratica punida com morte na fogueira. Agora pode render até audiência com o papa com direito a foto, isso, claro, se <u>o mago</u> for o <u>escritor Paulo Coelho...</u> ”, “Católico fervoroso, <u>Coelho</u> foi recebido por João Paulo II...”
26/05/1999	(148) – Na reportagem Quando a auto ajuda ajuda: “o monte cinco, do <u>escritor Paulo Coelho</u> ”
11/10/2000	(33) – “É um sonho, e, como todo sonho, é um sonho.” <u>Paulo coelho, escritor</u> , sobre hipótese de um dia entrar para a Academia

	Brasileira de Letras.
22/08/2001	(11) – Na página entrevista traz como título: chega de mágica – menos mago e mais interessado em prestígio, <u>Paulo Coelho</u> diz que “telepatia e ‘sacal’” e se proclama de vanguarda.”... <u>o novo Paulo Coelho</u> não troca uma discussão acadêmica...”
20/02/2002	(33) - Na nota sexo no caldeirão <u>do mago</u> : “ <u>Paulo Coelho</u> vende milhões de livros mundo a fora tratando de temas esotéricos...”
08/10/2003	( 39) – Na nota O que o mundo lê 2: “ é o maior sucesso do <u>mago carioca</u> desde O alquimista. E uma pá de cal sobre uma idéia que estava começando a se cristalizar: a de que <u>Paulo Coelho</u> era um <u>escritor</u> que já vendera muito.”
14/02/2004 (113)	- Na nota os mais vendidos de 2003 crítica: “... O romance Onze minutos de <u>Paulo Coelho</u> atingiu uma marca não menos expressiva: foram quase 250 mil exemplares desde o seu lançamento em abril do ano passado...”
23/03/2005	(109) – “... <u>o escritor</u> que aos 57 anos se tornou <u>o mais globalizado dos brasileiros</u> , fala na obra de um universo a que ele agora pertence: o das celebridades internacionais.”, “ <u>Paulo Coelho</u> tornou-se <u>o brasileiro mais conhecido, mais lido e mais influente do mundo. Um pop star planetário. É o único artista do Brasil com trânsito livre entre celebridades, políticos, empresários e cabeças coroadas dos cinco continentes.</u> ”
11/10/2006	( 125) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – <u>Paulo Coelho</u> – 2º lugar de ficção.
25/04/2007	(87) – Na nota Undruída surgiu lá em casa: “... <u>o escritor Paulo Coelho</u> ...”, “ <u>Paulo Coelho</u> na novela: um <u>mago</u> afinal.”
26/03/2008	(41) – Na nota Coelho em 67 línguas: “ <u>Coelho</u> : do mandarim ao vietnamita”, “ <u>Paulo Coelho</u> vai estar na edição de 2009 do

	Guinness...”, “ ... <u>Coelho, o escritor vivo mais traduzido do mundo.</u> ”
03/12/2008	(114) – Na página religião “Não por acaso, <u>Paulo Coelho</u> se tornou <u>o escritor mais lido do mundo</u> com sua sabedoria de porta de igreja.”

**Fonte:** Veja

Observa-se, então, que o autor em questão após ter conquistado um lugar privilegiado, um *status* social de destaque os lugares de sua apresentação na revista e o modo como é designado e referenciado caracterizam por ser construções parafrásticas. Interessante ressaltar que o prestígio do autor não diminui, assim que “adquiriu” um lugar legitimado de reconhecimento enquanto autor de *best-seller* sua popularidade se manteve. Percebe no período analisado que ocorre a estabilização de sua popularidade na mídia.

Assim fica evidente o percurso de Paulo Coelho, saindo do lugar do anonimato para o do reconhecimento e da popularidade. Ressaltando que isso não sucede pela intenção do autor, mas pelo funcionamento da historicidade, pelo trabalho da ideologia. A partir do momento da instauração de sua fama, na tensão em que o diferente irrompe-se no mesmo, esse diferente se estabiliza, se legitima, se cristaliza, mantendo-se até a última data no recorte cronológico que utilizamos neste trabalho.

## 6. REFERENCIAS

AUROUX, Sylvain. *Filosofia da linguagem*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1998.

AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). In: **Cadernos de estudos lingüísticos**, Campinas, UNICAMP – IEL, n. 19, jul./dez., 1990

BAITELLO Jr., Norval. **Comunicação, mídia e cultura**. In: *São Paulo em Perspectiva*, 12(4), 1998.

BALDINI, Lauro. **A nomenclatura gramatical brasileira**: interpretada, definida, comentada e exemplificada. (Dissertação) – Instituto de Estudos da Linguagem, UNICAMP: Campinas, 1999.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Tradução: DIAS, Maria Carmelita Pádua. Revisão técnica: VAZ, Paulo. 2a. Edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

FERREIRA, Maria C. L. **Linguagem, Ideologia e Psicanálise**. In: *Estudos da Língua(gem)*. Vitória da Conquista, BA, n.º 1, p. 69-75, junho/2005.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 15. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

FOUCAULT, Michel. **O que é o autor?** Lisboa: Passagens, 1969.

GREGOLIN, Maria do Rosário Gregolin. **Foucault e Pêcheux na Análise do Discurso**: diálogos e duelos. São Carlos, Editora Claraluz, 2007.

GUIMARÃES, E. **Semântica do Acontecimento**: um estudo enunciativo da designação. Campinas, SP: Pontes, 2005

HERNANDES, Nilton. **A revista Veja e o discurso do emprego na globalização**: uma análise semiótica. 2001. Dissertação (Mestrado)–Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

LACAN, Jacques. **Rumo a um significante novo**. In: Opção Lacaniana, n.º 22, agosto/1998.

ORLANDI, Eni & GUIMARÃES, Eduardo. **Unidade e dispersão**: uma questão do texto e do sujeito. In: Cadernos PUC – 31. São Paulo: EDC, 1988.

ORLANDI, Eni. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

ORLANDI, Eni. **Discurso e Leitura**. Campinas, SP: Ed. Pontes, 1998.

ORLANDI, Eni. **Do sujeito na história e no simbólico**. In: Escritos, n.º 4, maio/1999.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. São Paulo: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise do Discurso: princípios & procedimentos**. ed. 6º. São Paulo: Pontes, 2005.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 7ª ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

ORLANDI, Eni. **Interpretação, autoria e efeitos do trabalho simbólico**. autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 2004.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica a observação do óbvio**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.

PÊCHEUX, Michel. **Análise automática do discurso (AAD-69)**. In: Por uma análise automática do discurso. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

PÊCHEUX, Michel. **Sobre os contextos epistemológicos da análise de discurso**. In: Escritos, n.º 4, maio/1999.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento?* Trad. de Eni P. Orlandi. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2002.

PFEIFFER, Claudia. **Que autor é este?** (Dissertação) – Instituto de Estudos da Linguagem, UNICAMP: Campinas, 1995.

SANTANA, Wedencley Alves. *Mediatização das (Neuro)ciências: sujeito, discurso e ideologia*. Tese de doutoramento. Campinas, SP: Unicamp/IEL, 2007.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

## 7. ANEXO A

### **Recortes históricos: Uma apresentação constitutiva midiática de Paulo Coelho através da revista Veja.**

12/02/1975 (82) – Paulo Coelho (ex-parceiro do cantor Raul Seixas)

05/05/1976 ( 67) – Cartaz de uma peça de teatro – Tangarella – a tanga de cristal onde Jô Soares aparece em destaque com letras maiúsculas e no elenco Paulo Coelho dentre outros com letra em tamanho pequeno.

08/12/1978 (93) – Entrevista com Raul Seixas cita Paulo Coelho como seu parceiro.

01/06/1977 ( 70) – Paulo Coelho aparece em nota como parceiro de Rita Lee

11/04/1979 ( 102) – Paulo Coelho aparece em uma reportagem sobre Sidney Magal onde é citado como letrista das músicas de Raul Seixas e produtor de discos da Polygram.

04/07/1979 (95) – Paulo Coelho citado: ...Zé Rodrix admite ter feito de “Me deixa voltar,” com Paulo Coelho...

12/09/1979 (141) – Reportagem sobre Rita Lee onde cita-se: a parceria com Paulo Coelho

03/08/1983 (118) – Reportagem sobre a cantora Neuzinha, onde a citação é: “... co-produzido por Paulo Coelho (que já trabalhou com Raul Seixas e Rita Lee), ...”

30/10/1975 (75) – Reportagem intitulada: Festa exotérica – os místicos se encontram no Rio de Janeiro, onde a apresentação é: ... um aplaudidíssimo curso ministrado pelo vampirólogo carioca Paulo Coelho, 38 anos...”

19/07/1989 (107) – Na página “os mais vendidos” O Alquimista - Paulo Coelho – 9º lugar , ficção

26/07/1989 (117)– Na reportagem: poderes da espada e do anel – com dois lançamentos de sucesso sobre temas exotéricos, Paulo Coelho conquista leitores como o mago brasileiro. Na mesma reportagem é citado como o carioca Paulo Coelho, “ ... Coelho era conhecido apenas como parceiro de Raul Seixas...”, “ ... hoje ele é celebrado como o autor de O diário de um mago e de O alquimista...”, escritor, “ ... a explicação para essa passagem de Coelho do rock para os eflúvios do oculto deve-se ao fato de que, nos últimos ele cumpriu os rituais necessários para se transformar não num especialista teórico em esoterismo, mas em magos de verdade...”, magos-escritor.

26/07/1989 (117) – Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 8º lugar, ficção.

02/08/1989 (102)- Na coluna os mais vendidos - O diário de um mago – Paulo Coelho – 9º lugar, ficção.

16/08/1989 (119) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção.

23/08/1989 (117) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista Paulo Coelho – 3º lugar, ficção; O diário de um mago – Pulo Coelho – 8º lugar, ficção.

06/09/1989 (123)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção.

13/09/1989 ( 129)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção.

20/09/1989 ( 137)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar, ficção.

27/09/1989 (137)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção.

11/10/1989 (142) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção.

18/10/1989 (133)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção.

25/10/1989 (141)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção.

08/11/1989 (125)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago - Paulo Coelho – 8º lugar de ficção.

22/11/1989 (149) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 8º lugar de ficção.

29/11/1989 (186)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 8º lugar de ficção.

06/12/1989 (143) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 7º lugar de ficção.

10/01/1990 (95) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 5º lugar de ficção.

07/02/1990 (85) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.

14/02/1990 ( 82)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.

21/02/1990 (83) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.

07/03/1990 (105) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção.

04/04/1990 (77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

11/04/1990 (73) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 4º lugar de ficção.

18/04/1990( 77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 4º lugar de ficção.

25/04/1990 (77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

16/05/1990 (77) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

23/05/1990 (84) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

20/06/1990 (93) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

27/06/1990 (85)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

04/07/1990 (79) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

25/07/1990 (27) – Citação da Revista Exame VIP “ o bruxo das letras: os segredos de Paulo Coelho, autor de O alquimista e o diário de um mago, cujos livros estão há 50 semanas na lista dos mais vendidos”

01/08/1990 (78) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

08/08/1990 (90)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção.

15/08/1990 (93) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção; O diário de um mago – Paulo Coelho - 2º lugar de ficção e Brida - Paulo Coelho - 3º lugar, ficção.

22/08/1990 (56)– na página comportamento reportagem intitulada: O mago nas alturas – com livros defeituosos, mas atraentes, o esotérico Paulo Coelho torna-se o escritor mais vendido do país, que experimenta uma forte vaga mística.

29/08/1990 (88) - Na coluna os mais vendidos – Brida – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

19/09/1990(08)- Na coluna os mais vendidos - Brida– Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

26/09/1990 (10) - Na coluna os mais vendidos – Brida – Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

03/10/1990 (112) - Na coluna os mais vendidos - Brida– Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

10/10/1990 (118) - Na coluna os mais vendidos - Brida– Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

24/10/1990 (92)- Na coluna os mais vendidos - Brida– Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

24/10/1990(92) – Reportagem Vôo sem rumo “... o mago de Copacabana Paulo Coelho ...”.

14/11/1990 (91) - Na coluna os mais vendidos - Brida– Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

28/11/1990 (98) - Na coluna os mais vendidos - Brida– Paulo Coelho – 1º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

19/12/1990 (87) - Na coluna os mais vendidos - Brida– Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

26/12/1990 (123) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; Breda – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 8º lugar de ficção.

26/12/1990 (98) – Na página destaques “... no Brasil, o príncipe dos best-sellers foi o magu de Copacabana: Paulo Coelho.

23/01/1991 (85) - Na coluna os mais vendidos -O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; Breda – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

10/04/1991 (43) – Na página Religião, na reportagem O Brasil põe fé nos espíritos, “... os espíritas se beneficiaram muito da onda mística que tornou autores exotéricos como o bruxo Paulo Coelho e a atriz Shirley MacLaine, leitura obrigatória em certos círculos ...”

17/04/1991(15) – Na reportagem Collor não convidou Paulo Coelho para o ministério da economia: “... desmentem que o Presidente Fernando Collor de Mello tenha convidado o bruxo Paulo Coelho para super ministro da economia...”

24/04/1991 (73) - Na coluna os mais vendidos - Breda – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

01/05/1991 (86) - Na coluna os mais vendidos - Breda – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

26/06/1991 (100) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; Breda – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 5º lugar de ficção.

21/08/1991(104) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Breda – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 4º lugar de ficção.

28/08/1991 (104) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Breda – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 4º lugar de ficção.

04/09/1991 (121) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; O diário de um mago – Paulo Coelho - 3º lugar de ficção e Brida – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

04/09/1991 (86) – Na página comportamento a reportagem: Beleza que põe mesa – carreira de modelo vira moda entre adolescentes e traz de volta concursos no gênero Miss Brasil – “... em vez de ler o pequeno príncipe, as candidatas a modelo de hoje preferem a levar para a cama as obras completas do bruxo Paulo Coelho ...”

11/09/1991 (105) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 4º lugar de ficção.

16/10/1991 (103) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 6º lugar de ficção.

13/11/1991 (109) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 5º lugar de ficção.

25/12/1991 (109) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; O diário de um mago – Paulo Coelho - 6º lugar de ficção e Brida – Paulo Coelho – 7º lugar, ficção.

01/01/1992 (67) – Em reportagem de retrospectiva: os dez livros mais vendidos em 1991: O alquimista, de Paulo Coelho; O diário de um mago, de Paulo Coelho e Brida de Paulo Coelho...”

15/01/1992 (21) – Em reportagem, “... magos dos best-sellers Paulo Coelho ...”

22/01/1992 (83) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 6º lugar de ficção.

19/02/1992 (81) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 6º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 7º lugar de ficção.

04/03/1992 (73)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 6º lugar de ficção.

15/04/1992 (88) – Na reportagem Bagagem de feriado “ O dom supremo, de Henry Drummond, adaptação e tradução de Paulo Coelho...”

15/04/1992 (87)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago Paulo Coelho - 7º lugar de ficção.

22/04/1992 (83) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 8º lugar de ficção.

29/04/1992 (87) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; O diário de um mago – Paulo Coelho - 6º lugar de ficção e Brida – Paulo Coelho – 7º lugar, ficção.

06/05/1992 (85) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 9º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 10º lugar de ficção.

27/05/1992 (88) – Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 7º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 10º lugar de ficção.

15/07/1992 (95) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 8º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 10º lugar de ficção.

05/08/1992 (94) – Na página livros, na reportagem Manual da crise – em As Valkírias, Paulo Coelho enfeixa conselhos e parábolas para se enfrentar o baixo astral.

12/08/1992 (89)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho - 7º lugar de ficção.

02/09/1992 (91) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção.

16/09/1992 (100) – Na página Cultura a reportagem: O Elvis brasileiro – dois livros e um LP homenageiam Raul Seixas, o roqueiro baiano mais cultuado do que a Mãe Menininha – “... em 1973 Raul compôs , ao lado do escritor Paulo Coelho, Paulo Coelho, na época ...”

28/10/1992 (109) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 2º lugar, ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 8º lugar de ficção.

04/11/1992 (96) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 3º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

25/11/1992 (103) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 5º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

23/12/1992 (12) – Entrevista com o Jogador de futebol Raí “... O que você gosta de ler? ... dos últimos, gostei muito da biografia de Olga Benário e adorei O alquimista de Paulo Coelho.”

30/12/1992 (54) – Na reportagem Retrato falado dos fantasmas de PC “Paulo Coelho, mago e escritor best-seller...”

06/01/1993 (75) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; Brida –

Paulo Coelho – 4º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

20/01/1993 (80) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 8º lugar, ficção.

06/01/1993 (75) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 4º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

20/01/1993 (80) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 8º lugar, ficção.

24/02/1993 (71) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

03/03/1993 (79) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O alquimista Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

21/04/1993 (96) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 7º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

05/05/1993 (105) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 7º lugar, ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

02/06/1993 (93) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; Brida – Paulo Coelho – 8º lugar, ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

16/06/1993 (86) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

14/07/1993 (90) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

21/07/1993 (101)- Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção e Breda – Paulo Coelho – 9º lugar, ficção.

25/08/1993 (103) - Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção e As Valkirias – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

25/08/1993 (101) – Propaganda da Editora Rocco: “Produto nacional de exportação”, apresentando uma foto de Paulo Coelho.

01/09/1993 (107) - Na coluna os mais vendidos – As Valkirias – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

15/09/1993 (105)- Na coluna os mais vendidos - O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção e As Valkirias – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

13/10/1993 (112) – Na página cultura a reportagem: O livro falado – o audiolivro, sucesso na Europa e nos Estados Unidos, chega ao Brasil em grande estilo “... Paulo Coelho, o líder das listas de livros de ficção ...”

10/11/1993 (91) – Na reportagem Fórmula mágica no cinema: “... na quarta feira da semana passada, o escritor e mago Paulo Coelho ...” Na mesma página: “Coelho: a lenda cresce”

08/12/1993 (137) - Na coluna os mais vendidos O alquimista – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

12/01/1994 (77) - Na coluna os mais vendidos O alquimista – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

16/02/1994 (106) - Na coluna os mais vendidos O alquimista – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

06/04/1994 (104) - Na coluna os mais vendidos O alquimista – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção; – As Valkírias – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção e Brida – Paulo Coelho – 10º lugar, ficção.

01/06/1994 (116) - Na coluna os mais vendidos O diário de um mago – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 8º lugar de ficção.

08/06/1994 (120) – Na página livros, na reportagem Letras exibicionistas – dois romances franceses evidenciam que confissões amorosas só rendem má literatura “... não creio que a crise do sistema educacional francês tenha atingido tal ponto, mas, ao menos serve para nos consolar que não somos os únicos a possuir um Paulo Coelho ou um Lair Ribeiro.”

22/06/1994 (17) – Na reportagem No caminho de Paulo Coelho: “... o passeio favorito do magô Paulo Coelho.”

13/07/1994 (94) – Na página livros, na reportagem retratos do Brasil – as listas de mais vendidos mapeiam a evolução da mentalidade do leitor brasileiro nos últimos 20 anos: “... mestre do escapismo místico, Paulo Coelho foi o grande sucesso de 1992 ... “

20/07/1994 (91) - Na coluna os mais vendidos O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção; – As Valkírias – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

03/08/1994 (07) – Página entrevista tendo como título: há bruxos picaretas – o autor que mais vende livros no país diz que há falsos magos por aí, garante que sabe fazer chover mas não quer e pede que não o chamem de guru: “ o escritor Paulo Coelho...”, “... o bruxo Paulo Coelho ... “, “... o senhor escrevia para televisão antes de se tornar um escritor famoso. Pensa em voltar?, “ se o senhor não fosse escritor e bruxo o que faria na vida?”

17/08/1994 (13) – Na página livros, a reportagem Nos braços do povo “... Alvim Toffler, o Paulo Coelho das seitas tecnológicas ...”

05/10/1994 (131) - Na coluna os mais vendidos : Na margem do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

05/10/1994 (122) – Na página cultura, a reportagem O Brasil na feira: “... copiões de bilheteria como o esotérico Paulo Coelho...”

19/10/1994 (106) - Na página cultura, na reportagem fim de feira: “... Paiva Neto não tinha possibilidade de competir com a verdadeira atração mística da feira, Paulo Coelho.”

02/11/1994 (153) – Na página música a reportagem O poeta que nunca morre, cinco anos após sua morte, Raul Seixas conquista novos fãs e faz sucesso pelo país: “... fãs de Paulo Coelho, seu antigo parceiro gritavam...”

09/11/1994 (136) - Na coluna os mais vendidos : Na margem do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e Brida – Paulo Coelho – 10º lugar, ficção.

16/11/1994 (118) – Na página perfil, a reportagem A ex-bruxa nas asas dos negócios – O sucesso bem real de Mônica Buonfiglio que trocou o candomblé pelos anjos: “... Mônica que consegue fazer Paulo Coelho parecer um vulto da literatura, é um sucesso editorial.”, “... no mês passado, o editor Paulo Rocco, que publica as obras de Paulo Coelho, convidou Mônica Buonfiglio para lançar seus livros.”

28/12/1994 (130) – Na página livros a reportagem Periquito de realejo – dando voz a um anjo tolo, o mago Paulo Coelho reúne ensinamentos que valem tanto quanto meias sujas.

11/01/1995 (100) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; As Valkirias – Paulo Coelho – 8º lugar de ficção e O alquimista – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

01/02/1995 (04)– Na chamada de reportagem: Mágica para francês ver “Paulo Coelho chega ao primeiro lugar nas listas de *best-sellers* do país de Proust e Honoré de Balzac.

01/02/1995 (68)– Na página perfil, a reportagem Na trilha dos cifrões esotéricos: “... posso me tornar um novo Paulo Coelho, por que não?”

01/02/1995 (112)– Na página livros a reportagem A vingança do mago no país de Sartre e Balzac, Paulo Coelho é o primeiro colocado na lista dos mais vendidos., “... o que o próprio Coelho, que além de escritor é mago tem a dizer sobre...”

15/02/1995 (100) – Na página livros a reportagem Desastre no cosmo, derrotados pela concorrência dos místicos e dos cientistas, o gênero ficção científica vai para o espaço: “... paranormais aventureiros à moda de Paulo Coelho...”, “... são instruções simples como as do sabão Omo e dos livros de Paulo Coelho, que seguidas à risca serviriam para limpar manchas das roupas e da alma...”

22/02/1995 (117) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção e O diário de um mago – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

08/03/1995 (86) – Na página gente, a reportagem folias do marketing: “...Paulo Coelho, desfilando, Roberto Carlos e Rita: troca de mandingas”, “... O bruxo Paulo Coelho e o rei Roberto Carlos.”

08/03/1995 (117) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; O diário de um mago – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção e Brida – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

05/04/1995 (117) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; O diário de um mago – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 8º lugar de ficção e Valkirias – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção .

12/04/1995 (113) - Na coluna os mais vendidos : Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção e : Maktub – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

17/05/1995 (122) – Na página perfil, a reportagem O rabino dos 500 mil leitores – com jeito de garotão, Nilton Bonder prega o judaísmo e se torna o novo fenômeno dos livros de auto ajuda: “... Que Lair Ribeiro que nada. Muito menos Paulo Coelho...”

24/05/1995 (121) - Na coluna os mais vendidos : Maktub Paulo Coelho – 1º lugar de ficção; Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção e As Valkírias – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção .

07/06/1995 (160) - Na coluna os mais vendidos : Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção e Maktub – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

05/07/1995 (117) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção; Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção; O alquimista – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

09/08/1995 (32) – Na reportagem Libanês britânico: “ ... Jatene gosta e não nega de Paulo Coelho e Sidney Sheldon ...”

30/08/1995 (128) – Na página livros, a reportagem leitura para maiores: “... à frente de medalhões como Paulo Coelho e John Grisham ...”

06/09/1995 (121) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção e Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

27/09/1995 (150) – Na reportagem Prazer de matar – mortal kombat materializa a estética do videogame: “... lembram os conselhos do magô Paulo Coelho.”

04/10/1995 (89) – Na reportagem O pastor de almas: “o escritor Paulo Coelho...”, “ ... Coelho enfrenta barra com cartesiana serenidade, ‘se estão preocupados comigo, é porque passei a existir, ‘ diz o magô.”

25/10/1995 (132) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 8º lugar de ficção e Nas margens do rio Piedra eu sentei e chorei – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

15/11/1995 (129) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 8º lugar de ficção.

29/11/1995 (142) - Na coluna os mais vendidos : Maktub – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

06/12/1995 (73) – Entrevista com o bispo Edir Macedo (Igreja Universal do Reino de Deus): “ Paulo Coelho é um louco, fala baboseiras...”

17/01/1996 (108) – Na reportagem magô vira musô – Paulo Coelho, quem diria, inspira um bom disco: “ já que além de ser escritor, Paulo Coelho se diz magô, ele até poderia adivinhar o tamanho do sucesso que seus livros fariam...”, “... com uma pequena ajuda da varinha de condão do magô Paulo Coelho, o CD pode até ter sucesso proporcional ao dos livros do musô inspirador.”

17/01/1996 ( 104) - Na coluna os mais vendidos: Frases – Paulo Coelho - 1º lugar de não ficção.

07/02/1996 ( 75) – Na página especial da reportagem A grande pergunta – ultrapassando nos limites da ciência, físicos e biólogos enfrentam a questão: existe um Deus? ” ... parece uma frase tirada de um livro escrito a quatro mãos por Bill Gates e Paulo Coelho...”

07/02/1996 (70) – Na página gente na reportagem magô entra em papo cabeça: “ na semana passada, o escritor Paulo Coelho...”, “ ... O magô ficou com uma aparência intermediária...”

21/02/1996 (78) – Na página livros a reportagem campeões da escola – adotados em massa, os escritores de literatura infanto-juvenil vendem milhões de exemplares: “ ... marca superior à de Paulo Coelho, que tem cinco milhões de exemplares vendidos no Brasil (embora seja preciso ressaltar que o magô carioca possui apenas seis livros na praça).”

28/02/1996 ( 97) – Na reportagem Por 1 milhão – Paulo Coelho vende seu passe para a Objetiva: “Foi o maior contrato já realizado no mercado editorial brasileiro. Por um milhão de reais, o escritor e magô carioca Paulo Coelho...”

03/04/1996 (102) - Na reportagem bailado de sopapos – a ultima ameaça de John Woo, especialista em coreografar cenas de violência, fatura milhões: “... Travolta tenta passar a seu pupilo os ensinamentos de seu guru, que não é Rajneesh, Thomas Green Morton ou Paulo Coelho...”

10/04/1996 ( 104) – Na página livros, na reportagem O negócio das letras – com delicadeza, ambição e dinheiro, seiscentas editoras inundam o pais com dezoito mil títulos novos por ano: “... Objetiva, dona do passe do maior vendedor do Brasil, Paulo Coelho...”

10/04/1996 ( 79) – Na reportagem A magia que não acaba: “... invejosos mordam os cotovelos. O bruxo Paulo Coelho...”, “Coelho: de bruxo a cavaleiro”, “... ‘devo tudo isso aos meus leitores do Brasil. Afinal foram eles que agüentaram enquanto eu era desconhecido’, agradeceu o magô.”

17/04/1996 (131) - Na coluna os mais vendidos: Frases – Paulo Coelho - 2º lugar de não ficção.

01/05/1996 ( 107) - Na coluna os mais vendidos: Frases – Paulo Coelho - 6º lugar de não ficção.

15/05/1996 (810 – Na pagina perfil, na reportagem O sorriso do magô – vendendo como nunca no exterior, com um pé em Hollywood, Paulo Coelho saboreia os doces problemas de um sucesso de 9 milhões de dólares.

05/06/1996 (130) - Na coluna os mais vendidos: Frases – Paulo Coelho - 4º lugar de não ficção.

12/06/1996 (135) – Os vinte mais – a média estimada dos artista que mais faturaram entre maio de 1995 E abril de 1996 em reais (R\$): 7º lugar – Paulo Coelho – 350 mil (média mensal).

19/06/1996 (118) - Na coluna os mais vendidos: Frases – Paulo Coelho - 5º lugar de não ficção.

03/07/1996 ( 9) – Entrevista com ariano Suassuna: “como o senhor observa fenômenos literários como Paulo Coelho?”

31/07/1996 ( 115) - Na coluna os mais vendidos: Frases – Paulo Coelho - 4º lugar de não ficção.

07/08/1996 ( 27 ) - Na coluna os mais vendidos: Frases – Paulo Coelho - 3º lugar de não ficção.

14/08/1996 (129) – Na reportagem Monte de asneiras – com sabor de prato feito às pressas, novo romance de Paulo Coelho erra no texto e na história: “... Paulo Coelho, o maior sucesso editorial da história dos livros no Brasil...”, “... o autor não realiza essa proeza sem atentados...”

21/08/1996 (107) – Reportagem Preço de banana – Três editoras lançam no Brasil coleções de livros Clássicos que custam entre 1,80 e 3 reais: “... o equivalente a dois Paulo Coelho e meio, as tiragens da Ediouro...”

21/08/1996 (108) – Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção e Frases – Paulo Coelho - 4º lugar de não ficção.

04/09/1996 ( 99) – Na reportagem Farsa na feira – editores acusam número da bienal de mentirosos: “... com exceção das sessões de autógrafos, de medalhões como Paulo Coelho, não houve filas ou aglomerações.

11/09/1996 (101) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção e Frases – Paulo Coelho - 2º lugar de não ficção.

18/09/1996 (111) - Na página sociedade, na reportagem só estrelas – modelos perdem lugar para atores em desfiles cariocas: “... foi a aparição do escritor Paulo Coelho ...”

25/09/1996 (127) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção e Frases – Paulo Coelho - 4º lugar de não ficção.

02/10/1996 (10)- Entrevista com Rachel de Queiroz: “...fica difícil sobreviver um longo período só do marketing. A não ser no caso de Paulo Coelho, que é um fenômeno a parte.”

16/10/1996 (129) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção e Frases – Paulo Coelho - 10º lugar de não ficção.

06/11/1996 (154 e 155) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção e Frases – Paulo Coelho - 10º lugar de não ficção.

18/12/1996 (151) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 8º lugar de auto ajuda e esoterismo.

08/01/1997 (95) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 2º lugar de auto ajuda e esoterismo.

05/02/1997 (109) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 3º lugar de auto ajuda e esoterismo.

26/02/1997 (12) – Na página radar a reportagem A França já não é mais a mesma: “primeiro foi o escritor Paulo Coelho que no ano passado colocou três livros na lista dos mais vendidos...”

19/03/1997 (129) - Na coluna os mais vendidos: O monte cinco – Paulo Coelho – 4º lugar de auto ajuda e esoterismo.

28/05/1997 (121) – Na página livros, na reportagem Mulher de valor – Lygia Fagundes Teles Vai para a editora Rocco após dezessete anos na nova fronteira: “... Paulo Rocco quer recuperar-se da perda de Paulo Coelho para a Objetiva...”, “há pouco mais de um ano o passe do escritor Paulo Coelho foi comprado da Rocco pela Objetiva...”

02/07/1997 ( 114) - Na coluna os mais vendidos: Manual do guerreiro da Luz – Paulo Coelho – 3º lugar de auto ajuda e esoterismo.

16/07/1997 (122) - Na coluna os mais vendidos: Manual do guerreiro da Luz – Paulo Coelho – 2º lugar de auto ajuda e esoterismo e O monte cinco – Paulo Coelho – 8º lugar de auto ajuda e esoterismo.

22/10/1997 (137) - Na coluna os mais vendidos: cartas de amor do profeta – Paulo Coelho – 6º lugar de auto ajuda e esoterismo.

04/02/1998 (70) – Na página gente a reportagem Economia da nova era: “... Originalidade mesmo teve o escritor Paulo Coelho...”

11/02/1998 (13) – Página veja essa: “senhor Paulo, muito prazer, eu li todos os seus livros.”, “Shimon Perez, premio Nobel da paz, ex-primeiro ministro israelense, ao escritor brasileiro Paulo Coelho, no fórum econômico mundial de Davos, Suíça.

08/04/1998 (102 ) – Na página gente na reportagem magia no Vaticano: “nos tempos da inquisição, magia era pratica punida com morte na fogueira. Agora pode render até audiência com o papa com direito a foto, isso, claro, se o mago for o escritor Paulo Coelho...”, “Católico fervoroso, Coelho foi recebido por João Paulo II...”

15/04/1998 (capa) – Paulo Coelho

15/04/1998 (Índice) – O sucesso internacional de Paulo Coelho

15/04/1998 (carta ao leitor) – Paulo Coelho: um fenômeno editorial

15/04/1998 (94 – Página especial) – O planeta Paulo Coelho – Como o mago açoitado pela Crítica se transformou no escritor brasileiro mais vendido ao redor do mundo: “Paulo Coelho, que no Brasil é conhecido por seus admiradores como ‘mago’ e por seus detratores como ‘picareta’...”

26/08/1998 (133) - Na coluna os mais vendidos: Verônica decide morrer – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

02/09/1998 (149) – Na reportagem Hora da faxina – Manchete tenta salvar Bida do naufrágio inicial: “... associar o nome do escritor Paulo Coelho...”

09/09/1998 (131) - Na coluna os mais vendidos: Verônica decide morrer – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

28/10/1998 (149) – Na reportagem Nem por mágica – Bida sai do ar de repente e não deixa saudade: “nem o bruxo Paulo Coelho poderia prever que a novela Bida da rede Manchete, inspirada em seu livro homônimo, chegaria ao fim...”

13/01/1999 (121) - Na coluna os mais vendidos: Verônica decide morrer – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

10/02/1999 (96) – Na página datas: “recebeu: o Crystal a Ward o escritor brasileiro Paulo Coelho...”

31/03/1999 (132) – Na página livros: “primeiro livro do autor na Objetiva”

12/05/1999 (144) - Na coluna os mais vendidos: Verônica decide morrer – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

26/05/1999 (148) – Na reportagem Quando a auto ajuda ajuda: “o monte cinco, do escritor Paulo Coelho”

21/07/1999 (124) - Na coluna os mais vendidos: Verônica decide morrer – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

21/07/1999 (76) – Paulo Coelho, escritor

04/08/1999 (36) – Na página veja essa: “quem disse que o presidente Clinton não pode andar e ler ao mesmo tempo um livro brasileiro de auto-ajuda?” Susan Biddle, do jornal *the Washington Post* que flagrou o presidente americano lendo o alquimista, do brasileiro Paulo Coelho.

04/08/1999 (122) – Na página datas: “agraciado: com a Medalha de Ouro da Galícia, o escritor Paulo Coelho...”

08/09/1999 (155) - Na coluna os mais vendidos: Verônica decide morrer – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

27/10/1999 (Índice) – O escritor Paulo Coelho com os meninos da luz

15/12/1999 (215) – Os mais vendidos de 1999: Verônica decide morrer – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

19/01/2000 (33) – Sessão sobe e desce: “ Depois das listas de mais vendidos, o escritor entrou no rol dos melhores do século XX...”

02/02/2000 (152) – Na página livros, na reportagem À sombra do Islã – a literatura nos países mulçumanos continua viva, apesar da opressão político-religiosa: “... que traduziu o alquimista, de Paulo Coelho para o árabe...”

29/03/2000 (182) – Na página datas: “... condecorado: com a medalha de Cavaleiro da Ordem Nacional da Legião de Honra da França o escritor brasileiro Paulo Coelho...”

29/03/2000 ( 33) – Na nota: aos piratas, com carinho: “Paulo Coelho participará em maio das noites de autógrafo...”

24/05/2000 ( 35) – Na página sobe e desce: “Paulo Coelho. Ele vai ser recebido pelo presidente do Irã. É o primeiro escritor não mulçumano a visitar oficialmente o país desde a Revolução Islâmica em 1979.”

23/08/2000 (31) – Na reportagem Os poderes do mago: “ Junto com os livros de Paulo Coelho sempre vem algum superlativo a reboque. Seja na tiragem, seja nas cifras envolvidas. O fenômeno se repete com o demônio e a Srta. Pryn, a nova obra do mago carioca...”

04/10/2000 ( 224) – Na página Veja recomenda: “... vai do escritor Paulo Coelho à carnavalesca Maria Augusta Rodrigues...”

11/10/2000 ( Índice) – Livros: O demônio e a Srta. Pryn, de Paulo Coelho página 164.

11/10/2000 (33) – “É um sonho, e, como todo sonho, é um sonho.”Paulo Coelho, escritor, sobre hipótese de um dia entrar para a Academia Brasileira de Letras.

11/10/2000 (164) – Na página Livros, na reportagem Vade retro! – O novo Paulo Coelho traz o coisa-ruim – e bota ruim nisso – como personagem.

25/10/2000 ( 185) - Na coluna os mais vendidos: O demônio e a Srta. Pryn – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

10/01/2001 (134) – Na página Veja recomenda, na nota Os mais vendidos de 2000: “outro que confirmou sua condição de bruxo das livrarias foi Paulo Coelho...”

10/02/2001 (135) - Os mais vendidos de 2000: O demônio e a Srta. Pryn – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

17/01/2001 (133) - Na coluna os mais vendidos: O demônio e a Srta. Prym – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

17/01/2001 (44) – Na reportagem A reunião dos contra – os anticapitalistas de todo o mundo vão se unir em Porto Alegre no Fórum Social: “... O escritor brasileiro Paulo Coelho, sucesso estrondoso nas livrarias européias...”

14/02/2001 (125) - Na coluna os mais vendidos: O demônio e a Srta. Prym – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

14/02/2001 (28) – Na pagina Radar, na nota A esquadra espanhola leva Paulo Coelho e Cia: “... A Objetiva, dona do passe de Paulo Coelho, está fechando com *El País*.”

14/03/2001 (157) - Na coluna os mais vendidos: O demônio e a Srta. Prym – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

21/03/2001 (15) – Entrevista com Maria Adelaide Amaral: “A senhora lê Paulo Coelho e outros esotéricos?”

30/05/2001 (149) - Na coluna os mais vendidos: O demônio e a Srta. Prym – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

18/07/2001 (35) – “O amante de Paulo Coelho sou eu.”Felipe Izquierdo, apresentador da TV argentina, desmentido com humor que a mulher do ex-presidente Carlos Menem, a chilena Cecília Bolocco, tenha sido amante do escritor brasileiro Paulo Coelho, como disse o jornalista chileno Victor Gutierrez.

25/07/2001 (Índice) – Paulo Coelho lança livro de Fábulas, página 136.

25/07/2001 (136) – Na página livros, na reportagem Para o Papai – Lendas de várias culturas, segundo Paulo Coelho: “o escritor carioca Paulo Coelho...”

01/08/2001 (145) - Na coluna os mais vendidos: O demônio e a Srta. Prym – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

22/08/2001 (Índice) – Entrevista: Paulo Coelho, página 11.

22/08/2001 (11) – Na página entrevista traz como título: chega de mágica – menos mago e mais interessado em prestígio, Paulo Coelho diz que “telepatia e ‘sacal’” e se proclama de vanguarda.”... o novo Paulo Coelho não troca uma discussão acadêmica...”

05/09/2001 (26) – Na página Cartas, na nota O mago e o apagão: “... sobre a entrevista com o ‘mago’ Paulo Coelho...”

26/09/2001 (147) – Na coluna os mais vendidos: Histórias para pais filhos e netos – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

30/01/2002 (23) – “ Os críticos criticam, os escritores escrevem, os analistas analisam e os leitores lêem.” Paulo Coelho, escritor, recusando-se a comentar as críticas que lhe fazem.

06/02/2002 (36) – Na página holofote, na nota boneca maluquinha “o livro mais conhecido de Paulo Coelho...”

20/02/2002 (33) - Na nota sexo no caldeirão do mago: “Paulo Coelho vende milhões de livros mundo a fora tratando de temas esotéricos...”

07/08/2002 ( 130) – Na página Livros, na reportagem por dinheiro, até injeção, acadêmicos se mobilizam para criar romances sobre enfermeiros. Paulo Coelho topou participar. “... o projeto ganhou adesão de Paulo Coelho, o escritor que mais vende livros no país...”

28/08/2002 (25) – Na nota o imortal e o presidente: “Paulo Coelho não pára. Depois de eleito para a Academia de Letras, mergulhou em nova e longa temporada européia...”

27/11/2002 (75) – Na reportagem Eles levam um vidão – jornalistas estrangeiros no Brasil tem influencia ... e a vida que pediram a Deus: “ Uma longa entrevista com o escritor Paulo Coelho, traduzida em dezesseis idiomas ...”

05/02/2003 (27) – Na nota O recorde do Coelho “ a operação de lançamento do novo livro de Paulo Coelho será retumbante, como de costume...”

02/04/2003 (Índice) – Onze minutos de Paulo Coelho, página 102, “ leia trechos no novo livro de Paulo Coelho. Onze minutos.”

02/04/2003 (102 e 103) – Na página Livros, na reportagem de mago a sátiro – em seu novo livro Paulo Coelho fala sobre sexo, e com experiência de quem foi fundo no assunto. “ ... o escritor Paulo Coelho atualmente...” , “ ... O escritor que queria escrever sobre o sexo havia algum tempo...”

09/04/2003 (117) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

11/06/2003 (133) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

18/06/2003 (113) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

25/06/2003 (113) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

25/06/2003 (22) – Na nota Quem diria... Ele é leitura obrigatória nos EUA. “ ... acredite: é o alquimista de Paulo Coelho. Não é pouca coisa...”

02/07/2003 (121) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

09/07/2003 (113) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

16/07/2003 (105) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

23/07/2003 (109) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

30/07/2003 (109) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

13/08/2003 (113) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

27/08/2003 (133) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

03/09/2003 (121) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

10/09/2003 (121) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

24/09/2003 (141) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

01/10/2003 (109) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

08/10/2003 ( 39) – Na nota O que o mundo lê 1: “ onze minutos lançado por Paulo Coelho em março bateu os três milhões de exemplares vendidos...”

08/10/2003 ( 39) – Na nota O que o mundo lê 2: “ é o maior sucesso do magu carioca desde O alquimista. E uma pá de cal sobre uma idéia que estava começando a se cristalizar: a de que Paulo Coelho era um escritor que já vendera muito.”

15/10/2003 (129) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

22/10/2003 (161) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

05/11/2003 (141) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

12/11/2003 (149) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

19/11/2003 (117) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

26/11/2003 (181) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

03/12/2003 (141) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

03/12/2003 (135) – Na reportagem Bruxo e aborrescente – Harry Potter entra na adolescência e vive os problemas de afirmação típicos dessa fase: “... No Brasil a tiragem inicial é recorde: são trezentos mil exemplares, cem mil a mais que a do último romance de Paulo Coelho, o recordista anterior.”

10/12/2003 (161) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

17/12/2003 (205) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

07/01/2004 (113) – Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

07/01/2004 (33) – Na página sobe e desce Paulo Coelho: seu livro onze minutos foi o mais vendido no mundo em 2003..”

14/02/2004 (113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

14/02/2004 (113) - Na nota os mais vendidos de 2003 crítica: “... O romance Onze minutos de Paulo Coelho atingiu uma marca não menos expressiva: foram quase 250 mil exemplares desde o seu lançamento em abril do ano passado...”

21/01/2004 (29) – Na nota O mago contra o bruxo: te cuida, Herry Potter: “Paulo Coelho, o escritor mais vendido do mundo...” “

21/01/2004 (113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

28/01/2004 (113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

04/02/2004 (113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

11/02/2004 (113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 8º lugar de ficção.

18/02/2004 (113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 3º lugar de ficção.

25/02/2004 (105) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 3º lugar de ficção.

03/03/2004 (109) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 3º lugar de ficção.

10/03/2004 (113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 6º lugar de ficção.

31/03/2004 (125) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 5º lugar de ficção.

31/03/2004 (64) – na página comportamento, na reportagem Sócrates no divã – filósofos acham um bom negócio: vender conselhos de vida com base nos clássicos: “... tem apresentação do escritor Paulo Coelho.”

07/04/2004 ( 117) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 3º lugar de ficção.

14/04/2004 ( 113) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 4º lugar de ficção.

21/04/2004 ( 125) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 4º lugar de ficção.

21/04/2004 ( 84) – Na página gente, na nota A importância de ser Paulo: Nada como ser Paulo Coelho na vida. “, “... O escritor não só conheceu a italiana Monica Bellucci, considerada hoje a mulher mais bonita do mundo, como ainda descobriu ser ela uma ardente tiete. “

28/04/2004 ( 129) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 5º lugar de ficção.

05/05/2004 ( 181) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 5º lugar de ficção.

12/05/2004 ( 125) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 5º lugar de ficção.

19/05/2004 ( 125) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 4º lugar de ficção.

02/06/2004 ( 141) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 8º lugar de ficção.

23/06/2004 ( 133) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 6º lugar de ficção.

30/06/2004 ( 125) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 10º lugar de ficção.

07/07/2004 ( 125) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 6º lugar de ficção.

25/08/2004 (125) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 4º lugar de ficção.

01/09/2004 ( 141) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 7º lugar de ficção.

08/09/2004 ( 153) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho  
– 5º lugar de ficção.

20/10/2004 (90) – Na página turismo, na reportagem Muito suor e pouca fé – as rotas de peregrinação atraem um público secular e entram na indústria do turismo: “...o escritor Paulo Coelho trilhou o caminho em 1986...”

Outubro de 2004 ( Edição especial, página 86) – Na página gente, na nota peregrinação literária: “... o escritor Paulo Coelho estava fazendo apenas a primeira de suas peregrinações mundo a fora...”, “... quando o autor assinou exemplares ...”

10/11/2004 ( 161) - Na coluna os mais vendidos: Onze minutos – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

16/02/2005 ( 33) – Na nota Novo livro novo recorde: vem aí a mega operação de lançamento de O Zahir, de Paulo Coelho – o autor mais vendido no mundo em 2003, com Onze minutos.”, “Coelho: mago contra os piratas.”

23/03/2005 (capa) - O que Bill Crinton, Madonna, Shimon Peres, Russel Crowe, Sharon Stone e outros 65 milhões de pessoas tem em comum? – São fãs de Paulo Coelho, o mais global e influente dos brasileiros.

23/03/2005 (índice) – O escritor Paulo Coelho: o brasileiro mais lido do mundo, página 108.

23/03/2005 (108) – “O autor com os montes gelados dos Pireneus franceses ao fundo: refugio para pensar nos romances.”

23/03/2005 (109) – “... o escritor que aos 57 anos se tornou o mais globalizado dos brasileiros, fala na obra de um universo a que ele agora pertence: o das celebridades internacionais.”, “Paulo Coelho tornou-se o brasileiro mais conhecido, mais lido e mais influente do mundo. Um pop star planetário. É o único artista do Brasil com trânsito livre entre celebridades, políticos, empresários e cabeças coroadas dos cinco continentes.”

23/03/2005 (115) – “... Nos anos 70, foi parceiro em varias canções de Raul Seixas...”

06/04/2005 ( 43) – “E que diferença faz para o mundo uma virgula separando um sujeito de um verbo?” Paulo Coelho, escritor, em entrevista ao Jornal da tarde defendendo sua gramática, digamos, pouco convencional.

13/04/2005 ( 153) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 1º lugar de ficção.

13/04/2005 (55) – Na página sobe e desce Paulo Coelho: seu novo romance já lidera a lista dos mais vendidos no Brasil e no Irã.

27/04/2005 ( 153) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

04/05/2005 ( 209) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

04/05/2005 ( 192) – Na página livros, na reportagem Gracejos de fardão – faltam risos na sátira condescendente da Academia Brasileira de Letras que Jô Soares faz em seu novo livro: “... como é o caso de outro escritor popular, Paulo Coelho.”

11/05/2005 ( 153) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 3º lugar de ficção.

18/05/2005 ( 133) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 4º lugar de ficção.

22/06/2005 ( 153) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

22/06/2005 (108) – Na página música, na reportagem Roqueiro de alma brega – quem diria: antes de virar “maluco beleza”, Raul Seixas fazia bolerões: “... Foi demitido por isso. Pouco antes conhecera o seu parceiro mais famoso, o escritor Paulo Coelho.”

29/06/2005 (133) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

06/07/2005 (113) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

13/07/2005 (133) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

20/07/2005 (125) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

27/07/2005 (133) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

10/08/2005 (141) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

17/08/2005 (137) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

24/08/2005 (129) - Na coluna os mais vendidos: O Zahir – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

30/08/2006 (51) – Na nota A aposta do magu na internet: “ os livros de Paulo Coelho são sempre sinônimo de super lançamento.”

27/09/2006 (125) – Na reportagem A bruxa está solta- novo romance de Paulo Coelho lembra um fato fundamental: Ele é um péssimo escritor: “ Que Paulo Coelho é um fenômeno já se sabe. O escritor brasileiro contabiliza mais de ...”

11/10/2006 ( 125) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

25/10/2006 (173) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

01/11/2006 (149) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

15/11/2006 (141) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

22/11/2006 (139) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

29/11/2006 (133) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

06/12/2006 (141) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

13/12/2006 (141) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

27/12/2006 (109) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

31/01/2007 ( 109)- Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

07/02/2007 (133) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

14/02/2007 (113) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

21/02/2007 (105) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 6º lugar de ficção.

28/02/2007 (121) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

07/03/2007 (121) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 9º lugar de ficção.

14/03/2007 (109) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 7º lugar de ficção.

04/04/2007 (125) - Na coluna os mais vendidos: A bruxa de Portobello – Paulo Coelho – 10º lugar de ficção.

25/04/2007 (87) – Na nota Undrúida surgiu lá em casa: “... o escritor Paulo Coelho...”, “Paulo Coelho na novela: um mago afinal.”

02/05/2007 (49) – Na nota A conquista da América: “... O escritor merecerá oito páginas na revista americana.”

19/09/2007 (43) – Na nota Paulo Coelho e Gisele: “A CBF escalou a seleção que vai à sede da FIFA no fim de outubro para anuncio da escolha do Brasil como sede da copa de 2014... o resto do time formará com Paulo Coelho, Romário...”

24/10/2007 (55) – Na nota Ele entrou na campanha: “ Paulo Coelho entrou na campanha dos democratas à Presidência da República. Mas nos EUA, fique claro.”

26/03/2008 (41) – Na nota Coelho em 67 línguas: “Coelho: do mandarim ao vietnamita”, “Paulo Coelho vai estar na edição de 2009 do Guinness...”, “ ... Coelho, o escritor vivo mais traduzido do mundo.”

11/06/2008 (88) – Na página livros a reportagem: Perdoado pelo sucesso – a biografia O mago revela detalhes escabrosos do passado de Paulo Coelho – mas, para quem já vendeu 100 milhões de livros, isso conta como promoção: “... ‘a minha vida privada não mais me pertence’ afirmou Paulo Coelho no ano passado”, “... Paulo Coelho fez muito dinheiro ...”, “ ... afirmar o mérito literário de Paulo Coelho ....”

04/06/2008 (Índice) – A biografia de Paulo Coelho, página 188.

11/06/2008 (65) – na nota Novo livro e nova editora “... Paulo Coelho decidiu lançar ...”, “... Coelho entra na passarela ...”, “ Coelho: a história passa em Cannes e mistura modelo, costureiro e Serial Killer.

30/07/2008 ( 55 ) – Na nota: O Coelho e o Leão “Paulo Coelho lança ...”, “... Coelho não virá ao Brasil ...”

20/08/2008 (137) - Na coluna os mais vendidos: O vencedor está só – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

27/08/2008 (169) - Na coluna os mais vendidos: O vencedor está só – Paulo Coelho – 2º lugar de ficção.

10/09/2008 (165) - Na coluna os mais vendidos: O vencedor está só – Paulo Coelho – 5º lugar de ficção.

08/10/2008 (178) – Na página livros, na reportagem Beste-sellers divinos – os livros de ficção mais vendidos do Brasil flertam com a auto-ajuda. Não contentes em contar uma história. Buscam consolar e aconselhar o leitor – e oferecem até comunicação direta com Deus. “ ... O sucesso de Paulo Coelho ...”

22/10/2008 (152) – Na página livros na reportagem Santo de casa – homenageado na feira do livro de Frankfurt, Paulo Coelho anda longe dos seus desempenhos fenomenais no Brasil. Seus últimos dois livros não chegaram ao

topo da lista de mais vendidos: “Paulo Coelho está comemorando...”, “na semana passada, Paulo Coelho foi ...”

03/12/2008 (114) – Na página religião “Não por acaso, Paulo Coelho se tornou o escritor mais lido do mundo com sua sabedoria de porta de igreja.”

04/02/2009 (90) – Na página ciência “... capaz de mobilizar as atenções de quem lê Paulo Coelho ou cultua ...”

07/10/2009 ( 10) – Na página especial “... Pelé jogou bola com crianças, Paulo coelho ofereceu um almoço para uma platéia feminina ...”

## 8. ANEXO B

<b>Paulo Coelho e suas diversas posições Sujeitos através da revista Veja</b>
Paulo Coelho – Ex parceiro do cantor Raul Seixas
Paulo Coelho – ( em cartaz de Peça de teatro)
Paulo Coelho – Parceiro de Raul Seixas e Rita Lee
Paulo Coelho – Letrista de Raul Seixas
Paulo Coelho – Produtor de discos
Vampirólogo carioca Paulo Coelho
Paulo Coelho
Mago brasileiro
O carioca Paulo Coelho
Coelho – Parceiro de Raul Seixas
Autor
Escritor
Mago de Verdade
Mago – escritor
Paulo Coelho
O Bruxo das Letras
Paulo Coelho autor
Paulo Coelho
O esotérico Paulo Coelho
O escritor mais vendido do país
Paulo Coelho
O Mago de Copacabana Paulo Coelho
Paulo Coelho
O príncipe dos <i>Best-sellers</i>
O Mago de Copacabana: Paulo Coelho
Paulo Coelho
Autor exótico
Bruxo Paulo Coelho
Paulo Coelho
Bruxo Paulo Coelho

Paulo Coelho
Bruxo Paulo Coelho
Paulo Coelho
Mago dos <i>Best-sellers</i> Paulo Coelho
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Paulo Coelho, mago e escritor <i>Best-seller</i>
Paulo Coelho
Produto nacional de exportação
Paulo Coelho
Paulo Coelho, o líder das listas de livros de ficção
Escritor e mago Paulo Coelho
Coelho: a lenda cresce
Paulo Coelho
Mago Paulo Coelho
Mestre do escapismo místico, Paulo Coelho
Grande sucesso
Paulo Coelho
O autor
O escritor Paulo Coelho
O bruxo Paulo Coelho
Um escritor famoso
Escritor e bruxo
Paulo Coelho
Esotérico Paulo Coelho
Atração mística
Paulo Coelho
Paulo Coelho antigo parceiro de Raul.
Paulo Coelho
O mago Paulo Coelho
Paulo Coelho
Coelho
Além de escritor é mago

Paulo Coelho
O bruxo Paulo Coelho
Paulo Coelho
Mago Paulo Coelho
Coelho
O mago
Paulo Coelho
Mago vira muso
Paulo Coelho
Escritor, Paulo Coelho se diz mago
Mago Paulo Coelho
Muso inspirador
Paulo Coelho
Mago
Escritor Paulo Coelho
O mago
Paulo Coelho
Mago carioca
Paulo Coelho
O escritor e mago carioca Paulo Coelho
Maior vendedor do Brasil, Paulo Coelho
O bruxo Paulo Coelho
Coelho: de bruxo a cavaleiro
Mago
Paulo Coelho
Mago
Paulo Coelho
Fenômeno literário
Paulo Coelho
Paulo Coelho, o maior sucesso editorial da história dos livros no Brasil
O autor
Paulo Coelho
Medalhão

Paulo Coelho
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Fenômeno
Paulo Coelho
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Escritor brasileiro Paulo Coelho
O mago
O escritor Paulo Coelho
Coelho
Paulo Coelho
Paulo Coelho: um fenômeno editorial
Paulo Coelho
Escritor brasileiro
Paulo Coelho
Mago
Picareta
Paulo Coelho
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
O bruxo Paulo Coelho
Paulo Coelho
O escritor brasileiro Paulo Coelho
Autor
Paulo Coelho
O escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Paulo Coelho, escritor
Do brasileiro Paulo Coelho
O escritor Paulo Coelho

Paulo Coelho
O escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
O escritor
Paulo Coelho
O escritor brasileiro Paulo Coelho
Paulo Coelho
Escrito
Paulo Coelho
Mago carioca
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Paulo Coelho, escritor
Paulo Coelho
Bruxo das livrarias
Paulo Coelho
O escritor brasileiro Paulo Coelho
Paulo Coelho
Escritor brasileiro Paulo Coelho
Paulo Coelho
O escritor carioca Paulo Coelho
Paulo Coelho
O mago Paulo Coelho
Paulo Coelho
Paulo Coelho, escritor
Paulo Coelho
Mago
Paulo Coelho
Paulo Coelho, o escritor que mais vende livros no país
Paulo Coelho
O mago e sátiro
Paulo Coelho
O escritor Paulo Coelho

O escritor
Paulo Coelho
Ele é leitura obrigatória nos EUA
Paulo Coelho
Mago carioca
Paulo Coelho
Escritor
Paulo Coelho
O mago
Paulo Coelho, o escritor mais vendido do mundo
Paulo Coelho
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Paulo
Paulo Coelho
O escritor
Paulo Coelho
O escritor Paulo Coelho
Escritor Paulo Coelho
O autor
Paulo Coelho
O autor mais vendido do mundo
Coelho: mago
Paulo Coelho, o mais global e influente dos brasileiros
O escritor Paulo Coelho: o brasileiro mais lido do mundo
O autor
O escritor
O mais globalizado dos brasileiros
Paulo Coelho
O brasileiro mais conhecido, mais lido e mais influente do mundo
Um <i>pop star</i> planetário
Único artista do Brasil com trânsito livre entre celebridades, políticos, empresários e cabeças coroadas dos cinco continentes

Foi parceiro de Raul Seixas
Paulo Coelho, escritor
Paulo Coelho
Escritor popular, Paulo Coelho
Paulo Coelho
Parceiro mais famoso de Raul seixas
Escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Mago
Paulo Coelho
Escritor
Fenômeno
Escritor brasileiro
Paulo Coelho
O escritor Paulo Coelho
Paulo Coelho
Mago
O escritor
Paulo Coelho
Coelho
Paulo Coelho
Coelho, o escritor vivo mais traduzido do mundo
Paulo Coelho
O escritor mais lido do mundo
Paulo Coelho