

**“AS UVAS ESTAVAM VERDES”:
O CARÁTER “MILITANTE” E MANIPULADOR
DA INTERTEXTUALIDADE
EM TEXTOS DA MÍDIA IMPRESSA**

Ilana da Silva Rebello Viegas (UFF)
ilanarebello@uol.com.br

A comunicação, agilizada pelo mundo digital, vem-se modernizando e, conseqüentemente, transformando os meios de comunicação social. Não basta só informar ou só divulgar um produto ou uma ideia, é preciso ser criativo a fim de atrair o leitor.

1. O papel dos sujeitos no contrato de comunicação

Na teoria Semiolinguística de análise do discurso, Charaudeau (2001, p. 31-2) mostra que todo ato de linguagem é uma encenação que comporta quatro protagonistas, sendo dois *situacionais*, externos e dois *discursivos*, internos. Os sujeitos “externos” são o *EUc* (eu-comunicante) e o *TU_i* (tu-interpretante) e os sujeitos “internos”, o *EUe* (eu-enunciador) e o *TU_d* (tu-destinatário).

No circuito externo, os seres são de ação, instituídos pela *produção* (*EUc*) e pela *interpretação* (*TU_i*) e guiados pelo *FAZER* da situação psicossocial. Já no circuito interno, os seres são da *fala*, instituídos pelo *DIZER* (*EUe* e *TU_d*).

Dessa forma, todo ato de linguagem, seja ele falado ou escrito, é uma representação comandada pelos sujeitos externos e internos. Charaudeau chama essa representação de *mise en scène*.

No ato de comunicação, o *sujeito comunicante* tem por objetivo significar o mundo, a partir de seus propósitos, para um *sujeito interpretante*. Em relação ao texto jornalístico, Charaudeau (2006, p. 256) afirma que

(...) o cidadão nunca tem acesso ao acontecimento bruto, ele sempre entra em contato com um acontecimento filtrado pela mídia. Assim, ora o acontecimento bruto e acontecimento veiculado pela mídia se confundem, ora um prepondera sobre o outro, criando um círculo vicioso (...)

O mesmo se pode dizer em relação ao texto publicitário. Antes de

efetivar uma compra, a informação que o possível comprador tem do produto é aquela fornecida pelo anunciante que quer vender. Nesse sentido, se o leitor não estiver atento, pode interpretar um produto, por exemplo, a partir da maneira pela qual ele é mostrado pelo publicitário. A imagem apresentada pode ou não coincidir com a realidade, pode ou não estar manipulada.

Assim, no processo de transação, para proceder a uma análise do texto, o *sujeito interpretante* precisa não só mobilizar o sentido das palavras e suas regras de combinação como também construir um sentido que corresponda a sua intencionalidade. Nesse ponto, passa-se do *sentido de língua* ao *sentido de discurso*, tendo em vista que o *sujeito interpretante* não busca o significado das palavras ou sua combinação (*sentido de língua*), mas seu sentido social (*sentido de discurso*).

E, para que a comunicação possa atingir a finalidade esperada pelo *sujeito comunicante*, é imprescindível que os parceiros estejam ligados pelo que Charaudeau chama de “*contrato de comunicação*” e que tenham um saber em comum; caso contrário, a comunicação estará vazia de significados para o *sujeito interpretante*. Não basta falarem a mesma língua, é preciso que se entendam culturalmente. O processo de comunicação é uma *coconstrução* de sentido, ou seja, não dispensa a participação de um dos sujeitos. Cada um tem a sua função dentro do processo. O texto, como resultante é, portanto, uma configuração de sentido. Cabe a nós, leitores, mergulharmos nas entrelinhas do texto, a fim ultrapassarmos o “sentido de língua”.

2. *Que é intertextualidade?*

Os textos são criados a partir de outros textos. As obras de caráter científico remetem explicitamente a autores reconhecidos, garantindo, assim, a veracidade das afirmações. Nossas conversas são entrelaçadas de alusões a inúmeras considerações armazenadas em nossas mentes. O jornal está repleto de referências já supostamente conhecidas pelo leitor. A leitura de um romance, de um conto, de uma novela, enfim, de qualquer obra literária, aponta, muitas vezes, de forma explícita ou implícita, para outras obras.

A presença contínua de outros intertextos em determinado texto leva-nos a refletir a respeito da noção de intertextualidade como prova de que todo texto é produto de criação coletiva.

Assim,

(...) O trabalho com o texto destina-se ao desvelamento desse, e não à sua descrição pura e simples. Assim, o desvelamento do texto, por evidenciar suas relações internas visando à comunicação e a persuasão, bem como o seu lugar na cultura e na sociedade, dessacraliza-o, transformando-se, concomitantemente, no ponto de partida para o conhecimento amplo dos mecanismos institucionais. (SILVA; ZILBERMAN, 1991, p. 115)

Segundo Curi (2002, p. 63-4), a noção de *intertextualidade* foi introduzida na Teoria Literária pela semioticista Júlia Kristeva para designar o fenômeno da relação dialógica entre textos. Para Kristeva, todo texto é um mosaico de citações, uma retomada de outros textos.

A consciência de que os textos dialogam entre si não é nova. As primeiras formulações sobre essa relação vêm de dois ensaios pioneiros de autores ligados ao formalismo russo. O primeiro ensaio é publicado por J. Tynianov, em 1921, intitulado *Dostoiévski e Gogol: contribuição à teoria da paródia*. Em 1929, surge o segundo ensaio- *Problemas da poética de Dostoiévski* de M. Bakhtin, a quem se devem as expressões “dialogismo” e “polifonia”.

Bakhtin concebe o dialogismo como o princípio constitutivo da linguagem e a condição do sentido do discurso. Para o autor, os textos são dialógicos porque resultam do embate de muitas vozes sociais; podem, no entanto, produzir efeitos de polifonia, quando essas vozes ou algumas delas deixam-se escutar, ou de monofonia, quando o diálogo é mascarado e uma voz, apenas, faz-se ouvir.

Os estudos sobre a intertextualidade têm privilegiado a linguagem literária, porém, tal conceito é aplicável a linguagens várias (jornalística, publicitária, cinematográfica etc.). Os meios de comunicação utilizam, em grande escala, o recurso da intertextualidade. Porém, segundo Jenny (1979, p. 14) citado por Valente (2002, p. 180-181), o autor deve ser criterioso na sua utilização, pois “a intertextualidade designa não uma soma confusa e misteriosa de influências, mas o trabalho de transformação e assimilação de vários textos, operado por um texto centralizador, que detém o comando do sentido”.

Um texto remete a outro para defender as ideias nele contidas, ou para contestar tais ideias. Para se definir diante de determinado assunto, o autor do texto leva em consideração as ideias de outros “autores” e com eles dialoga no seu texto.

A revista *Poétique* dedica o número 27 à publicação de textos so-

bre *intertextualidade*. No primeiro texto da revista, intitulado *A estratégia da forma*, Laurent Jenny (1979) introduz o conceito de intertextualidade *implícita* e *explícita*.

A intertextualidade é *implícita* quando se introduz no texto citação parcial, modificada, sem qualquer menção da fonte, com o objetivo de seguir a orientação argumentativa ou de colocá-la em questão, para ridicularizá-la ou argumentar em sentido contrário.

Já a intertextualidade é *explícita*, quando, no próprio texto, é feita menção à fonte da citação, como acontece nas referências, resumos, resenhas e traduções. Na argumentação, a intertextualidade explícita é um recurso de autoridade. Em situações de interação face a face, a retomada do texto do parceiro, ou até de outro autor, tem por objetivo encadear sobre o texto o pensamento, ou contradizê-lo.

Enquanto a intertextualidade explícita é verificada em paráfrases, mas ou menos próximas do texto fonte, a intertextualidade implícita ocorre em textos parodísticos, irônicos e em apropriações.

Segundo Koch (2004, p. 146),

Em se tratando de intertextualidade implícita, o que ocorre, de maneira geral, é que o produtor do texto espera que o leitor/ouvinte seja capaz de reconhecer a presença do intertexto, pela ativação do texto-fonte em sua memória discursiva, visto que, se tal não ocorrer, estará prejudicada a construção do sentido, particularmente no caso da subversão.

Na intertextualidade implícita com valor de subversão, a recuperação do intertexto é importante. Normalmente, os textos-fonte são trechos de obras literárias, de músicas populares conhecidas ou textos de ampla divulgação pela mídia, assim como provérbios, frases feitas, ditos populares etc.

A falta de conhecimento dos textos-fonte empobrece, dificulta ou até mesmo, impossibilita a construção de sentidos próximos àqueles pretendidos pelo locutor.

Assim, ao estabelecer uma relação de intertextualidade, o autor provoca uma interação entre o sentido dos dois textos, o que permite, por sua vez, a construção de um terceiro sentido para o texto desencadeador da intertextualidade.

3. *O recurso da intertextualidade em textos da mídia impressa*

De acordo com Valente (2002), leitura e escrita são necessariamente intertextuais, pois, ao ler e escrever, estabelecemos associações desse texto do momento com outros já lidos. Os textos, por isso, são lidos de diversas maneiras, num processo de produção de sentido que depende do repertório textual de cada leitor, em seu momento de leitura. Sendo assim, fica evidente que cada leitor/ouvinte é coautor, porque cada um lê e relê com os olhos que tem, pois compreende e interpreta a partir do mundo em que vive.

Para Koch (2000, p. 46),

Todo texto é um objeto heterogêneo que revela uma relação radical de seu interior com seu exterior; e desse exterior, evidentemente, fazem parte outros textos que lhe dão origem, que o predeterminam, com os quais dialoga, que retoma, a que alude ou a que se opõe (...) Essas formas de relacionamento entre textos são, (...) bastante variadas.

Assim, ler textos da mídia não é somente desvelar a ideologia transmitida, mas também, é perceber o jogo feito com as palavras, a fim de tirar o leitor da indiferença, tendo em vista que

comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de *estratégias discursivas*. (CHARAUDEAU, 2006, p. 39).

E a intertextualidade, que veremos nos três exemplos a seguir, é uma dessas estratégias discursivas.

3.1. Exemplo (1)

O jornal *Folha de S. Paulo* de 11 de junho de 2001, época da Copa das Confederações, publica um comentário feito por Emerson Leão, então técnico da Seleção Brasileira de Futebol, sobre o fracasso da equipe na Copa.

As uvas estavam verdes

Quando saí do Brasil, o presidente [da CBF] disse que [a Copa das Confederações] não valia nada. Portanto seguimos no mesmo prisma.

(Emerson Leão, técnico da seleção brasileira ao comentar o fracasso da equipe na Copa das Confederações, ontem na *Folha*.) (*Folha de S. Paulo*, 2001)

O título do texto publicado no jornal faz referência à fábula “A raposa e as uvas” de Esopo. Na fábula, uma raposa desdenha das uvas que queria comer e não conseguiu alcançar. Como não conseguiu alcançá-las, a raposa prefere se convencer de que estavam verdes e, então, não serviam para o seu consumo.

Da mesma forma, ao retornar derrotado da Copa das Confederações, Leão sugere que aquela era uma competição menor, sem importância. Assim, o fato de a seleção brasileira não ter conquistado o título não deveria ser encarado como um fracasso.

O título funciona, no contexto da citação no jornal, como um comentário irônico à fala de Leão: as uvas estavam verdes, porque ele queria, sim, conquistar a Copa das Confederações, da mesma forma que a raposa queria alcançar as uvas. É o velho ditado: “Quem desdenha quer comprar.”

A intertextualidade utilizada pelo jornalista é implícita, já que não há menção explícita à fonte. Somente por meio de nosso conhecimento de mundo é que conseguiremos, após ler a fábula de Esopo, correlacioná-la com o título dado pelo jornalista à fala de Leão.

Fica evidente que

(...) o “mundo a comentar” nunca é transmitido tal e qual à instância de recepção. Ele passa pelo trabalho de construção de sentido de um sujeito de enunciação que o constitui em “mundo comentado”, (...) o acontecimento nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto; (...) (CHARAUDEAU, 2006, p. 95)

Assim, é possível afirmar que o texto publicado na *Folha de S. Paulo*, por exemplo, é escrito a partir da ideologia do jornalista e, por que não dizer, do veículo de comunicação que representa. O recurso da intertextualidade reforça a atitude de “desdém” do então técnico da seleção, ou seja, a informação é manipulada. Manipulação aqui no sentido de influenciar a opinião pública, já que a informação não é transmitida de forma objetiva.

No exemplo (2), na charge intitulada “Além do Horizonte”, o cartunista Angeli critica a visão messiânica da figura do presidente. Para muitas pessoas, o presidente é visto como o redentor, aquele que vai “salvar” a população da pobreza.

3.2. Exemplo (2)



**- Famintos e miseráveis, sigam-me! Eu os conduzirei
a um mundo de “quentinhas” e cestas básicas!**

(Folha de S. Paulo – 25/07/2006)

O presidente Lula é apresentado como o “bom pastor”, vestido com manto, envolvido pela faixa presidencial. Ainda segura um cajado, símbolo de poder e, em torno dele, há as pessoas, possivelmente pobres, que ouvem as palavras de redenção: “Famintos e miseráveis, sigam-me! Eu os conduzirei a um mundo de ‘quentinhas’ e cestas básicas!”.

Tomando a imagem do bom pastor, é possível estabelecer uma relação de intertextualidade com a figura bíblica de Moisés e com a libertação dos cristãos da escravidão do Egito.

O cenário da charge é um deserto. Tal cenário nos leva a pensar tanto no texto bíblico, Egito, como no sertão nordestino. Além disso, é possível também perceber relação com Antônio Conselheiro e com Canudos (a terra amarela indicando se tratar de um deserto, o cajado, o líder barbudo vestido com uma túnica e o povo amarelo e desnutrido).

A Revolta ou Guerra de Canudos ocorreu no final do século XIX sob a liderança de Antônio Conselheiro, que acreditava ser um enviado de Deus para acabar com as contradições sociais. As ideias de Conselheiro arrebanharam grande número de seguidores que acreditavam na libertação advinda das mãos de seu líder, visto que o Nordeste brasileiro estava sob condições precárias, assolado pela fome, seca, miséria, violência e completo abandono por parte das autoridades. Cansados de perecer, a população mais carente encontra em Antônio Conselheiro uma possibilidade de Libertação (melhoria de suas condições de vida) e aliam-se ao beato. (BASTITEL, 2010, p. 113).

O título da charge também remete à canção “Além do horizonte”, interpretada por Roberto Carlos.

Além do Horizonte deve ter
Algum lugar bonito
Pra viver em paz
Onde eu possa encontrar
A natureza
Alegria e felicidade
Com certeza...

Lá nesse lugar
O amanhecer é lindo
Com flores festejando
Mais um dia que vem vindo...

Onde a gente pode
Se deitar no campo
Se amar na relva
Escutando o canto
Dos pássaros...

Aproveitar a tarde
Sem pensar na vida
Andar despreocupado
(...)
Lá Larálarálará Lá Lá

(<http://letras.terra.com.br/roberto-carlos/552690>)

O povo sempre almeja esse “algum lugar bonito pra viver em paz”. E viver em paz significa ter o que comer, o que vestir, “aproveitar a tarde/sem pensar na vida/andar despreocupado”...

Assim, a charge é uma crítica aos programas assistenciais do governo Lula, como Fome Zero, Restaurante Popular, Farmácia Popular, Bolsa Família... Com esses programas, a população fica sempre na dependência e sob controle. Dessa forma, ao veicular essa charge, por exemplo, em um jornal de grande circulação, o cartunista deixa explícito o seu posicionamento político-discursivo e, de certa forma, influencia a opinião pública. Isso significa dizer que há manipulação. Nada é aleatório.

3.3. Exemplo (3)

“O lobo sempre diz que a culpa é do cordeiro.”

Movimento Nacional em Defesa do Serviço Público

Fonte: *Revista Veja* – 13-11-1996

O lobo sempre diz que a culpa é do cordeiro.

Sempre que tentarem destruir a imagem dos servidores públicos, fique alerta.

Como na fábula, o lobo sempre acusa o cordeiro para poder dar o bote.

E o bote agora é acabar com os serviços públicos.

Grandes interesses estão por trás dessa campanha, comandada pelos próprios responsáveis pela deterioração destes serviços.

Suas armas foram a ausência de investimentos nas instituições públicas; nomeação para cargos de chefia por critérios políticos; falta de treinamento; baixo nível salarial, entre outras.

Anos a fio, as entidades representativas dos servidores públicos denunciaram e tentaram mudar esta dura realidade, sem serem ouvidas.

Tudo isso pode ser comprovado por qualquer cidadão. A verdade não pode ser mascarada. Os serviços públicos seriam mais eficientes se aqueles que detêm o poder o quisessem.

Ainda é tempo de restaurar e melhorar as instituições e seus serviços em defesa da própria sociedade.

Não se deixe enganar. Você conhece a estratégia do lobo: culpar o cordeiro para justificar o bote.



ESPAIHA FATO

Reaja contra a destruição premeditada e criminosa dos serviços públicos.

MOVIMENTO NACIONAL EM DEFESA DO SERVIÇO PÚBLICO

O texto de propaganda veiculado na revista *Veja* de 13-11-1996 faz referência à fábula “O lobo e o cordeiro”. Nessa fábula, um lobo encontra um cordeiro bebendo água em um córrego e inventa desculpas pa-

ra justificar o desejo de devorar o cordeiro. No final, o cordeiro foi devorado pelo lobo. Uma pessoa que age como o lobo, na fábula, quer vencer o mais fraco pela força; é injusta com os mais fracos; é violenta e inventa mentiras para dominar os outros.

Na propaganda, pela relação intertextual, constrói-se uma associação entre “lobo” e “governantes”, de modo geral e, do outro lado, “cordeiro” e “servidores públicos”. Sendo assim, os servidores públicos seriam os inocentes e indefesos. Aqui, a intertextualidade está a serviço da militância, no sentido de lutar por uma ideia.

Como afirmam Koch *et alii*. (2008, p. 146),

Há que se chamar a atenção ainda para o caráter “militante” da intertextualidade: seja por meio da manipulação de determinados intertextos, seja por meio da manipulação de modelos gerais de produção e recepção dos discursos, a construção de relações entre textos pode provocar uma adesão ao discurso proferido em função, por exemplo, do tipo de formatação produzida: o uso de estruturas narrativas clássicas, como a dos contos de fadas, para se falar de assuntos contemporâneos, é um dos exemplos que podemos apresentar sobre o tipo de construção de autoridade textual proporcionada pela manipulação de um determinado tipo de intertextualidade.

Pelo exposto, fica claro que a intertextualidade exige que o leitor não apenas compreenda as palavras, alcançando o “sentido de língua”, mas que penetre nas sutilezas do texto, a fim de interpretá-lo, alcançando o “sentido de discurso”.

4. Considerações finais

A partir do conhecimento de mundo e de outros textos é que o *sujeito-interpretante* reconhece a relação de intertextualidade. Enunciados que utilizam esse fator da textualidade requerem que o leitor assuma uma atitude crítica e reflexiva em relação às diferentes ideias relativas ao mesmo tema encontradas em um mesmo ou em diferentes textos, ou seja, ideias que se cruzam no interior dos textos lidos, ou aquelas encontradas em textos diferentes.

Como recurso de militância ou de manipulação, a intertextualidade implícita é mais recorrente, com enunciados parodísticos e/ou irônicos, apropriações... O produtor do texto espera que o leitor reconheça a intertextualidade e perceba a subversão.

Enfim, passar do “sentido de língua” ao “sentido de discurso” na leitura de um texto exige que o leitor faça inferências, ativando os seus

conhecimentos armazenados. O conhecimento cultural do leitor é importante para a leitura de qualquer texto, principalmente, quando as informações estão implícitas. Tal conhecimento permitirá que o leitor estabeleça comparações e entenda o porquê de uma determinada citação em um texto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BATISTEL, Silmara Siqueira. *Lula-Lá e o PT em circulação nas charges de Angeli, um estudo em análise crítica do discurso*. Cascavel: Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, 2010. Dissertação de Mestrado em Letras.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H. *et alli. Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFMG, 2001, p. 23-37.

_____. Análise do discurso: controvérsias e perspectivas. In: MARI, H. *et alli. (Orgs.). Fundamentos e dimensões da análise do discurso*. Belo Horizonte: Carol Borges – Núcleo de Análise do Discurso. Fale – UFMG, 1999, p. 27-43.

CURI, Samir Meserani. Intertextualidade. In: *O intertexto escolar: sobre leitura, aula e redação*. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2002, p. 59-73.

KOCH, Ingedore G. Villaça. A intertextualidade. In: _____. *Introdução à linguística textual*. São Paulo: Martins Fontes, 2004, p. 145-157.

_____. *O texto e a construção dos sentidos*. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. *et alli. Intertextualidade: diálogos possíveis*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

JENNY, Laurent. A estratégia da forma. In: _____. *Poétique*. Coimbra: Livraria Almedina, nº 27, 1979, p. 5-49.

REBELLO, Ilana da Silva. *O produto (marca) como garoto-propaganda: as modalidades do ato delocutivo e a intertextualidade – uma leitura se-*

miolinguística do texto publicitário escrito. Niterói, UFF, Instituto de Letras, 2005. Dissertação de Mestrado em Língua Portuguesa.

SILVA, Ezequiel Theodoro da; ZILBERMAN, Regina. Pedagogia da leitura: movimento e história. In: ____; _____. (Orgs.). *Leitura: perspectivas interdisciplinares*. São Paulo: Ática, 1991, p. 111-115.

VALENTE, André. Intertextualidade – aspectos da textualidade e fator de coerência. In: HENRIQUES, Cláudio Cezar; PEREIRA, Maria Teresa Gonçalves (Orgs.). *Língua e transdisciplinaridade – rumos, conexões, sentidos*. São Paulo: Contexto, 2002, p. 177-193.