

# Intertextualidade no Jornalismo Popular: Um Foco na Categoria Título

*Vanda Cardozo de Menezes* (\*)

*Wagner Alexandre dos Santos Costa* (\*\*)

## Introdução

É comum a afirmação de que a notícia deve constituir um relato imparcial, como, de fato, recomenda a maioria dos manuais de estilo. Entretanto, são inúmeros os exemplos, em diferentes jornais e em diferentes épocas, já observados por diversos estudiosos e que demonstram nem sempre acontecer dessa forma na prática. Isto porque simultaneamente à força estabilizadora do gênero, há o ato de realização efetivo do texto, que nesta dimensão, submete-se a diferentes coerções, porque o contrato de comunicação não é sempre o mesmo, não é idêntico.

A oposição entre jornais de referência e jornais populares (AMARAL, 2006), por exemplo, insere-se nesse contexto, no sentido que o projeto de dizer no noticiário de cada tipo de jornal imputa-lhe certas características e adoção de estratégias específicas, como a seleção de fatos segundo valores-notícia distintos e emprego de linguagem projetada num certo perfil de leitor<sup>1</sup>. Inclui-se, também, o tratamento dado ao fato: por um lado, nos jornais de referência, com maior inclinação política e organização argumentativa; por outro, nos jornais populares, atendendo a valores de entretenimento e proximidade e com organização predominantemente narrativa e expositiva.

---

(\*) Professora Associada III do Instituto de Letras da Universidade Federal Fluminense – UFF. Doutora em Letras Vernáculas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. E-mail: [vcenezes@terra.com.br](mailto:vcenezes@terra.com.br).

(\*\*) Professor da SME-RJ. Doutorando em Estudos de Linguagem na Universidade Federal Fluminense – UFF. Mestre em Letras (Língua Portuguesa) pela UFF. E-mail: [costawas@oi.com.br](mailto:costawas@oi.com.br).

<sup>1</sup> Conforme dados extraídos de [www.odiacomercial.com.br/pdf/perfil\\_leitores\\_2012.pdf](http://www.odiacomercial.com.br/pdf/perfil_leitores_2012.pdf) (consulta em 28/4/2012), a maior parte do público leitor, 64%, pertence às classe C e D e 28% moram na Baixada Fluminense.

Objetivando demonstrar que nos jornais populares a notícia também pode ser perpassada por uma opinião, porém a partir de estratégias não convencionais, neste trabalho analisaremos a construção do título “Papa pede pra sair”, de notícia publicada no jornal popular carioca *Meia Hora*, em 12/02/2013. Nossa preocupação se concentra na reflexão de como o estabelecimento de uma relação intertextual, já no título, pode acrescentar sentidos e direcionar a interpretação pelo leitor, tendo em vista o público a que se dirige.

Nosso aporte teórico enfatiza a noção de “contrato de comunicação”, desenvolvida na Análise do discurso (CHARAUDEAU, 1996; 2001); a caracterização dos “valores-notícia” (AMARAL, 2006); e o processo de “intertextualidade” (BEAUGRAND & DRESSLER, 1981; BAKHTIN, 2003; KOCH, 2003, entre outros).

Assim, na seção 1, discorreremos sobre o papel dos sujeitos e a produção de sentidos de acordo com a teoria semiolinguística. Na seção 2, trataremos dos principais valores-notícia para o jornalismo popular e, na seção 3, da noção de intertextualidade. Já a seção 4 comporta a análise da produção de sentidos por meio da intertextualidade, tal como produzida no título.

### **A construção do sentido**

A Teoria Semiolinguística postula que a construção do sentido leva em conta simultaneamente duas dimensões: uma *situacional* e outra *linguística* da significação discursiva, que é construída, segundo Charaudeau (1996, p. 8), sobre uma dupla inter-relação, a saber:

- a) entre dois espaços de produção de sentido, sendo um externo, outro interno;
- b) entre dois espaços enunciativos: de produção (EU) e de interpretação (TU).

Sendo assim, algumas hipóteses norteiam o quadro teórico exposto por Charaudeau (2001, p. 28): a primeira é a de que *o ato de linguagem* decorre das instâncias do *dizer* e do *fazer*, sendo o *fazer* a instância situacional onde estão situados os responsáveis deste ato. O *dizer*, instância discursiva, corresponde ao espaço de produção do qual participam os seres da palavra. Por isso, as realidades do *dizer* e do *fazer* desdobram-se em dois circuitos interdependentes: um externo (*fazer*), outro interno (*dizer*). A segunda diz que o ato de linguagem é determinado pelas especificações situacionais. Sendo uma interação, é dotado de intencionalidade, o que implica dizer que a encenação discursiva é uma atividade estratégica.

A terceira vincula o ato de linguagem às práticas e imaginários sociais de dada comunidade, sendo ele o produto da ação de sujeitos psicossociais. Essa relação contratual não se baseia nos estatutos sociais das pessoas nela implicadas, “depende do ‘desafio’ construído no e pelo ato de linguagem (CHARAUDEAU, 2006, p. 30).

A abrangência do ato de linguagem, que se realiza em um duplo espaço de significância, o externo e o interno, determina, conforme Charaudeau (1996, p. 5), dois tipos de sujeitos da linguagem: os parceiros, que são os sujeitos do fazer social, seres reais, chamados de EUC (EU comunicante) e de TUI (TU interpretante); e os protagonistas, que são os sujeitos do dizer, seres hipotéticos, denominados de EUE (EU enunciador) e de TUD (TU destinatário). Ou seja, no circuito interno, encontram-se os *seres da palavra* (EUE, TUD) e no circuito externo os *seres agentes* (EUC, TUI).

No processo de produção, o EUE corresponde ao papel discursivo que o EUC (produtor do ato de linguagem) constrói dele mesmo enquanto ser do discurso em cena. Tal papel é idealizado em função das intenções comunicacionais do sujeito situado no plano do fazer.

Em se tratando de uma hipótese, o trabalho realizado pelo EUC pode (ou não) obter o resultado desejado, conforme sua hipótese seja avaliada pelo TUI. Este pode, por exemplo, aceitar a imagem dele feita por aquele. Mas pode, por outro lado, negá-la. Isto porque também faz de si próprio uma imagem discursiva, sendo esta o TUD. Além disso, pode questionar-se sobre o papel do comunicante. É o que ocorre em enunciados como *Quem é x para falar assim comigo?* Ou seja, o EUC obterá tanto mais êxito, quanto maior for a proximidade entre a hipótese criada por ele sobre o TUD e a referida imagem deste construída pelo TUI.

Assim, os *universos de discurso dos sujeitos* que ancoram o ato de linguagem não são idênticos, visto que ambos, locutor e interlocutor, constroem para si imagens um do outro que podem não ser reais. Não sendo unidirecional, ele é, portanto, dialógico. O ato de linguagem corresponde, por isso, a um ato *interenunciativo* (CHARAUDEAU, 2010a, p. 45) entre quatro sujeitos, e não dois.

Charaudeau pauta este quadro teórico, como foi dito antes, em uma recíproca relação de intencionalidade entre as instâncias externa e interna. Como se trata de um quadro que prevê objetos semiodiscursivos postos em troca, por decorrência (no discurso jornalístico, por

exemplo) teremos três instâncias implicadas: as duas primeiras, a de produção e a de recepção; a terceira, o texto (CHARAUDEAU, 2010b, p. 24).

O lugar das instâncias de produção do sentido subdivide-se em dois: é determinado por condições socioeconômicas (*espaço externo-externo*) reguladas por práticas mais ou menos institucionalizadas (empresariais, por exemplo) com as quais os atores sociais estão comprometidos. Simultaneamente, tais atores devem engajar-se na produção de discursos, que correspondem a condições semiológicas (*espaço externo-interno*), de modo a atenderem às referidas especificidades comerciais, o que equivale a produzir discursos adequadamente sedutores ao público-alvo (CHARAUDEAU, 2010b, p. 24). Assim, de acordo com esse segundo espaço, deve-se pensar o “como fazer” para atender tal ou qual intencionalidade.

O lugar das condições de recepção também se estrutura em dois espaços: o *interno-externo*, onde se encontra o destinatário ideal, público idealizado pela instância de produção e que ela espera corresponder à construção da imagem dele feita. Já o espaço *externo-externo* é o lugar do destinatário real, o público consumidor do produto midiático, em nosso caso, da notícia de jornal, que interpreta a informação segundo as condições que lhe são acessíveis (CHARAUDEAU, 2010b, p. 26).

Dito isto, a produção de discursos noticiosos sedutores, que se vincula a necessidades mercadológicas através do projeto de dizer de conotação humorístico-satírica do jornal *Meia Hora*, passa pela seleção do que deve ou não ser noticiado e como o será. É o que abordaremos na seção seguinte.

### **Os valores-notícia no jornalismo popular**

Para se tornar notícia, um fato necessita de certos requisitos, os chamados valores-notícia, que correspondem a determinadas qualidades que podem alçá-lo à qualidade de notícia. Amaral (2006, p. 63) relaciona alguns valores-notícia fundamentais para os jornais de referência e para os jornais populares. Segundo a sua abordagem, para a *imprensa de referência*, um acontecimento terá mais chance de ser noticiado quando: a) os indivíduos envolvidos forem importantes; b) tiver impacto obre a nação; c) envolver muitas pessoas; d) gerar importantes desdobramentos; e) for relacionado a políticas públicas;puder ser divulgado com exclusividade.

No tocante à *imprensa popular*, esta chance será maior se: a) possuir capacidade de entretenimento; b) for próximo geográfica ou culturalmente do leitor; c) puder ser simplificado; d) puder ser narrado dramaticamente; e) tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização); f) for útil.

Em qualquer dos segmentos, esses valores não precisam ocorrer simultaneamente, entretanto quanto mais valores um fato comportar, tanto mais qualificado como notícia ele será. Em relação ao segmento popular, Amaral (*ibidem*, grifos nossos) hierarquiza esses valores e destaca como sendo mais importantes “*o entretenimento, a utilidade e a proximidade*”.

O *entretenimento*, por vezes, decorre de o jornal avaliar o público como consumidor de distração e prazer, por isso este conceito está intimamente relacionado à sensação e a emoção. Cenas julgadas como escandalosas, ridículas ou insólitas são concebidas como potentes de causar interesse no leitor.

A *utilidade* compreende matérias que ofereçam algum tipo de informação assistencial ao leitor que se refiram a questões de saúde, segurança, educação, economia, trabalho, etc. Este valor-notícia está ligado, na opinião de Amaral (2006, p. 69), à função que cada vez mais a mídia adota para ela de dizer aos indivíduos como devem viver, serem bons pais, amantes e profissionais.

A *proximidade* envolve uma retórica que busca autenticar o caráter popular do jornal. Sob essa ótica, o fato deve ser narrado de maneira que aproxime o leitor. Amaral (*ibidem*) classifica a proximidade em três categorias, ela pode se dar pelo conteúdo do fato, pelas personagens que envolve e pela linguagem utilizada.

Assim, muitas vezes, no jornal, algumas notícias são tratadas pelo filtro de mais de uma dessas categorias. Como se poderá observar, “Papa pede pra sair” comporta valores tanto de entretenimento (decorrente de um estranhamento pela associação de universos distintos) como de proximidade (pela associação do assunto noticiado a outro familiar ao universo do leitor). Nos dois casos, a intertextualidade exerce papel fundamental na produção dos sentidos pretendidos e a colocação em cena desse dispositivo pode, paralelamente, orientar a interpretação do texto.

### **Intertextualidade e construção de sentidos**

A noção de intertextualidade foi introduzida por Kristeva (1974[1969]) para discutir o procedimento de redistribuição de um texto em outros na literatura. Segundo ela, “Qualquer texto se constrói como um mosaico de citações e é a absorção e transformação de outro texto.” (p. 60). Vários autores, em diversos quadros teóricos (estudos literários, pragmática, análise do discurso, linguística textual), trataram da interação estabelecida entre textos no processo de produção e de recepção.

Em *Análise do discurso*, por exemplo, Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 288, grifos dos autores) explicam que “o termo designa ao mesmo tempo uma *propriedade constitutiva de qualquer texto* e o conjunto das *relações* explícitas ou implícitas *que um texto ou um grupo de textos determinado* mantém com outros textos”. Maingueneau (1984, p. 83) reserva para o termo “intertexto” a porção textual citada, aludida, parafraseada etc. em outro texto. Já a “intertextualidade”, para o autor, corresponde às regras de inserção desse intertexto, que podem tanto compreender o discurso em uma determinada formação discursiva, quanto o gênero discursivo.

Em *Linguística Textual*, *Beaugrande & Dressler* (1981), citados por Koch (2003, p. 59), apresentam sete critérios de textualidade (coerência, coesão, intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade, informatividade e intertextualidade), que são um conjunto de princípios constitutivos de todos os textos, dependentes, sobretudo, do conhecimento linguístico das pessoas. Desenvolvendo seus estudos no interior deste quadro, Koch (2003, p. 59), voltando-se para a produção de sentidos na constituição dos textos, distingue intertextualidade em sentido amplo e em sentido restrito. Abarca, dessa forma, aquelas interpretações direcionadas ao estudo do discurso e outras que primam pelo estudo da textualidade. Trata em separado a noção de polifonia, fenômeno mais amplo que, até certo ponto, possui noção recíproca à de intertextualidade, mas incorpora casos fora do escopo desta última.

A autora (*op. cit.*) considera essa relação como restrita quando acontece entre textos efetivamente realizados. Nesse sentido, as citações, alusões a outro texto, bem como a retomada de estilos/escolas literárias constituem esse tipo de intertextualidade. Isto pode ocorrer de forma explícita, se há, por exemplo, citação do texto fonte ou de forma implícita, se não há, como em alguns tipos de paráfrase e ironia. A intertextualidade em sentido amplo corresponderia à ideia

de “interdiscursividade”, grosso modo, entrelaçamento de vários discursos, noção fundamental nos estudos em Análise do discurso, tal como preconizados em Pêcheux (1983).

Também Authier-Revuz (1998) trabalhara com essa distinção ao discutir a heterogeneidade do sujeito, que foi subdividida pela autora em duas partes: a *constitutiva*, na qual postula que todo discurso resulta do entrelaçamento de diferentes discursos e a *mostrada*, que se refere às formas marcadas desses entrelaçamentos (discurso direto, uso de aspas, etc.) Koch (*ibidem*) lembra que na incorporação do texto fonte pode-se seguir a sua orientação argumentativa – *intertextualidade das semelhanças* – ou se pode subvertê-lo, questioná-lo, etc. – *intertextualidade das diferenças*.

Bakhtin (2003, p. 292) nos explica que quando tomamos uma palavra e a enunciamos, não o fazemos tomando-a sempre do sistema da língua, em sua forma neutra. Fazemos isto a partir de outros enunciados e, antes de tudo, congêneres ao nosso (pelo tema, composição, estilo). Como diz o autor (*ibidem*, p. 293), “as palavras podem entrar no nosso discurso a partir de enunciações individuais alheias, mantendo em menor ou maior grau os tons e ecos dessas enunciações individuais”.

Esse contato com o enunciado do outro adquire novos matizes na situação concreta. Para Bakhtin (*ibidem*, p. 294), pode-se dizer que qualquer enunciado existe para o falante em três aspectos: como unidade do sistema; como unidade alheia, cheia de ecos de outros enunciados; e, por último, como unidade do próprio enunciador, que o incorpora como sua no momento da enunciação. Ele (*idem, ibidem*) explica ainda que as experiências individuais de qualquer um se desenvolvem em interação constante e contínua com os enunciados individuais dos outros, que trazem em si seu tom valorativo e são assimilados, reelaborados e reacentuados.

Por fim, Koch e Elias (2008, p. 78), acerca da interpretação, asseveram que, por outro lado, a produção do novo texto conterà ecos do texto-fonte, que se farão ouvir (ou não) dependendo dos conhecimentos do leitor. Quer dizer, a ativação do texto-fonte, o seu reconhecimento, é condição necessária para a construção de sentidos.

### **Operações intertextuais na elaboração de títulos do jornal *Meia hora***

- a) Contextualização

Terça-feira de Carnaval, dia 12/02/2013. Em todo o país, as atenções estão voltadas para a festividade popular. No Rio de Janeiro, os blocos e o desfile das escolas de samba recebem a maior parte da atenção das mídias. Em meio a esta efervescência pagã, a tudo o quanto noticiar, um acontecimento divide com o Carnaval as principais páginas dos jornais: o Papa Bento XVI anuncia a sua renúncia ao cargo mais alto da Igreja Católica.

No mundo, alguns dos principais jornais transformam este acontecimento em notícia e a ele dedicam as suas capas:

- *The New York Times*: “Pope Benedict XVI will step down”<sup>2</sup>;
- *El país*: “El Papa renuncia”<sup>3</sup>;
- *Corriere Della Sera*: “Il Papa si dimette dal Pontificato”<sup>4</sup>;
- *The Washington Post*: “Pope Benedict to resign”<sup>5</sup>;
- *Le Figaro*: “Le pape Benoît XVI annonce sa démission”<sup>6</sup>; e
- *Clarín.com*: “Renuncia el Papa Benedicto XVI: dice que ya no tiene fuerzas”<sup>7</sup>

No Brasil, onde não foi diferente, nos grandes jornais surgiram as seguintes manchetes:

- *O Globo*: O sagrado: Trono vazio no Vaticano
- *O Estado de São Paulo*: “Fragilizado, Bento XVI surpreende e renuncia”
- *Correio Brasiliense*: “Renúncia do Papa expõe dilema da Igreja Católica”
- *Estado de Minas*: “11 de fevereiro, dia de Nossa Senhora de Lourdes – Padroeira dos enfermos  
– Papa Bento XVI renuncia”
- *Jornal do Comércio*: “Papa renuncia”
- *Zero Hora*: “Já não tenho forças”

No segmento popular, no Rio de Janeiro, o jornal *Meia Hora*, famoso por suas capas irreverentes, apresenta a manchete “O Papa que nos perdoe... mas é Carnaval!, complementada pelo subtítulo ”No dia em que Sua Santidade deixou o cargo, um timaço de mulheres lindas

---

2 Papa Bento XVI vai deixar o cargo.

3 Papa renuncia.

4 Papa se demite do pontificado.

5 Papa Bento se demite.

6 Papa Bento XVI anuncia sua renúncia.

7 Papa Bento XVI renuncia: diz que já não tem forças.



cruzou a Sapucaí. Com todo respeito a Bento 16, o Meia Hora mostra as belezas da folia”, dando, assim, relevo à cobertura da festa no Rio.

A relevância dada ao Carnaval, sobretudo pelo recorte adotado no tema, reflete a projeção do público-alvo feita pelo jornal e reafirma a importância atribuída ao local (em detrimento do global), bem como a temas mais próximos do mundo real do leitor, características do segmento popular e do contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 1996) em que se inserem as instâncias de produção e de recepção. Dessa forma, já na sua página 24, ressaltada a ordem de importância operada na capa do jornal, o acontecimento é noticiado como segue:

*PAPA BENTO 16 PEDE PRA SAIR*

*Joseph Ratzinger, aos 85 anos, surpreende o mundo todo*

Em decisão surpreendente para 1,1 bilhão de católicos em todo o mundo, o Papa Bento 16 anunciou ontem que deixará a liderança da Igreja Católica no próximo dia 28. O Pontífice, de 85 anos, justificou a renúncia dizendo, em latim, que está muito velho para continuar a comandar "a barca de São Pedro e levar o Evangelho".

Em seu pronunciamento, numa reunião de cardeais para anunciar canonizações, Joseph Ratzinger disse: "Depois de examinar a minha consciência ante Deus, tive a certeza de que a minha fortaleza, devido à minha idade avançada, não é adequada para o exercício do ministério que foi confiado a mim". O último a renunciar ao cargo foi Gregório XII, em 1415. Após o anúncio, Bento 16 retirou-se para sua residência de verão. Com a escolha do novo Papa, ele deve passar a morar num mosteiro de clausura no próprio Vaticano. O próximo Papa será eleito num conclave até o fim de março. Há pelo menos cinco brasileiros incluídos nas listas dos mais cotados. Há quem afirme que a decisão não foi recente. Giovanni Maria Vian, diretor do L'Osservatore Romano, jornal oficial do Vaticano, disse que a medida foi tomada na viagem dele ao México e a Cuba, em março de 2012. Em nota oficial, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) informou que a entidade recebeu "com surpresa" o anúncio do papa, mas acolheu "com amor filial as razões apresentadas por Sua Santidade, sinal de sua humildade e grandeza" (Papa Bento 16 pede pra sair, *Meia Hora*, 12/02/2013).

b) *Uma leitura intertextual do título*

Como se pode atestar diariamente, o jornal *Meia Hora* não se caracteriza por uma tendência de apresentar os fatos opinativamente como é mais comum nos jornais de referência. Suas notícias tendem a ser linguisticamente organizadas mais em construções narrativas e expositivas, e menos em argumentativas, característica, dentre outras, dos jornais ditos populares (AMARAL, 2006). Entretanto, isto não significa que o jornal se ausente totalmente de se posicionar diante de um acontecimento.

Se, por um lado, neste jornal, o corpo do texto da notícia não apresenta comumente um recorte opinativo que conduza o leitor; por outro, é possível ser no título que isto “clandestinamente” ocorra, o que talvez configure, então, um estilo do jornal.

Interessa-nos, sobremaneira, observar o recurso de construção de sentidos adotado no título, que a nosso ver, por hipótese, exemplificaria como, a partir da construção de um título, pode-se sugerir ao leitor um julgamento do fato sobre o qual seria comum o jornal titular apenas sobrepondo alguns efeitos estilísticos, como lhe é característico.

Assim, no caso em tela, é o estabelecimento de uma relação intertextual a partir do título com o filme “Tropa de Elite”<sup>8</sup> que constrói uma orientação argumentativa, direcionando o modo de o leitor interpretar a notícia. Verón (2004, p. 134) explica que a operação intertextual pode permanecer nos limites de um mesmo campo semântico, como o cinema, a política; ou pode envolver uma transferência entre campos semânticos heterogêneos, p. ex., do teatro à política, etc.

Nessa transferência, o enunciado “Papa Bento 16 pede pra sair” evoca a situação discursiva do filme, traz consigo os ecos daquela enunciação (BAKHTIN, 2003), na qual a fala do Capitão Nascimento (interpretado pelo ator Wagner Moura) “Pede pra sair” é repetida várias vezes, ordenando que os recrutas designados por 01, 02...etc. (diga-se, anônimos, sem dignidade) desistam e renunciem ao curso de formação de soldados do BOPE.

---

8 O filme de 2007, dirigido por José Padilha, alcançou enorme bilheteria e deu origem a “Tropa de Elite II”, a maior bilheteria da história do cinema nacional.

Comutativamente, “pede pra sair” pode ser substituído, em primeira instância, por “renuncia”. No entanto, considerada uma leitura mais profunda e destacado o aspecto argumentativo do título, nele pode-se remontar o sentido atribuído no filme, ou seja, “desiste”, “acovarda-se” ou então, por último, “cede à pressão”, que a enunciação efetiva, a realização do título, pode sugerir como imposição pela insatisfação por parte de alguma instância interior à Igreja ou exterior a ela, como a opinião pública, a dos fiéis. Assim, de forma similar, paradigmaticamente, “Papa Bento 16” poderia ser substituído por 01, 02..., etc.

Quer dizer, num primeiro momento, aparentemente o título nos parece inocente, mas quando encarado por uma perspectiva intertextual, pode sugerir vinculações a outros discursos em voga na agenda política internacional que envolvem a Igreja Católica (por extensão, o seu dirigente) e que se circunscrevem em torno de assuntos como uso de preservativos e legalização do casamento entre homossexuais, entre outros, questionando o papel da Igreja no mundo atual. Ademais, não obstante aos temas que se lhe apresentam como desafio, a Igreja enfrenta ainda problemas internos, como casos de pedofilia envolvendo seus membros e vazamento de documentos confidenciais, situações veiculadas nas várias mídias.

Evidentemente, não podemos desconsiderar o fato de que o reconhecimento de uma relação intertextual na atividade de processamento do texto e de posterior atribuição de coerência a ele dependa do conhecimento de cada leitor, da ativação do texto-fonte na sua memória discursiva (KOCH, 2008), o que, também por hipótese, possa não ocorrer. Embora isto seja possível, cabe refletirmos sobre a forte presença do intertexto com o qual se vincula a notícia, um filme assistido por uma enorme quantidade de pessoas e que aborda, entre outros temas, a violência na cidade do Rio de Janeiro, principalmente nas favelas, temática que não passa despercebida aos olhos do leitor, por se referir diretamente ao cotidiano de boa parte deste público consumidor do jornal em questão.

Considerada a possibilidade de ativação do intertexto e os possíveis sentidos dela decorrentes, projetamos nossa reflexão sobre outros aspectos quanto ao recurso adotado. Conforme pesquisa em desenvolvimento (COSTA, 2012), portanto com resultados ainda parciais, temos observado em títulos do jornal *Meia Hora* o emprego de diversos recursos linguísticos (estilísticos ou não), com contornos humorísticos e satíricos, que por vezes, desviam/distanciam o título do assunto a ser noticiado. Por esta razão, estamos fortemente

inclinados a justificar tal peculiaridade como um recurso de captação do leitorado. Identificamos, na notícia em questão, na construção do seu título, também um movimento nesta mesma direção, com a diferença de que nela assunto e título estão em acordo.

O título, paralelamente, seria o espaço reservado pelo jornal para, de forma sedutora, sugerir alguma opinião (quando conveniente), em vez de desenvolvê-la de forma longa no decorrer do texto, o que poderia infringir o contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 1996) entre jornal e leitor desse segmento. Dessa forma, via corpo do texto, o leitor poderia reunir informações acerca do fato, no entanto filtradas pela subjetividade do redator. Em razão disto, a intertextualidade seria estratégia cognitiva eficaz.

Assim, o intertexto teria esta dupla função: atender a uma necessidade mercadológica de captação do leitor (pelo nível de linguagem, pela associação estabelecida) e carrear no título um conteúdo argumentativo não desenvolvido pelo corpo do texto da notícia – mais expositivo.

### **Considerações finais**

O uso do intertexto “pede pra sair” revela, assim, o ponto de vista pelo qual o fato foi enunciado e, antes, como foi apreendido pelo sujeito comunicante. Trata-se de um dizer implícito capaz de economicamente superpor ou perpassar um conteúdo valorativo à notícia, que pode ser “captado” pelo leitor como sentido, mas talvez não ser reconhecido como recurso na superfície (palpável) do texto.

Na observação dessa ocorrência, ressalte-se que o uso de um intertexto, bem como o sentido a partir dele almejado, não pode prescindir da reflexão sobre a sua propriedade/impropriedade ao leitor, pois um cálculo mal realizado sobre as possibilidades de processamento pelo grupo a que se destina o texto pode fazer fracassar o ato de comunicação. Esta projeção que a instância de produção executa sobre o público-alvo precisa considerar essa aludida possibilidade de atingir ao leitor-efetivo para, então, obter os efeitos pretendidos.

Assim, pautamo-nos na operação de intertextualidade tanto restrita (pela presença da fala da personagem Capitão Nascimento, que constitui o intertexto propriamente dito, mesmo sem o auxílio de aspas, o que demonstra a atualidade do texto-fonte na memória discursiva dos espectadores do filme, do redator e leitores do jornal) quanto ampla (pelo entrelaçamento de discursos outros, sobretudo no âmbito da política, da religião na edificação dos sentidos do

texto). cremos que a partir de então foi possível demonstrar que a ativação do intertexto pelo leitor pode implicar diversos sentidos dele decorrentes, tal como relacionar, por exemplo, a renúncia do Papa a uma suposta crise na sua gestão.

Por fim, além disso, acerca de a estratégia ser localizada no título, concluímos que o intertexto é uma estratégia cognitiva eficaz mobilizada intencionalmente para evitar que ocorra no corpo do texto uma argumentação evidente e, talvez, longa, o que infringiria o contrato de comunicação entre jornal e leitor desse segmento.

## Referências

- AMARAL, M. F. *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto, 2006.
- AUTHIER-REVUZ, J. *Palavras incertas – as não-coincidências do dizer*. Campinas: EDUNICAMP, 1998.
- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 4ª ed., 2003.
- BEAUGRAND, R. de; DRESSLER, W. *Einführung in die Textlinguistik*. Tübingen, Niemeyer, 1981.
- CHARAUDEAU, P. Para uma nova análise do discurso (trad. Agostinho Dias Carneiro). In: CARNEIRO, Agostinho Dias (org). *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do autor, 1996, p. 5-43.
- \_\_\_\_\_. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H, et alii, *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFMG, 2001, p. 23-37.
- \_\_\_\_\_. Identité sociale et identité discursive, le fondement de la compétence communicationnelle. *Gragoatá*, nº 21 (jul./dez. 2006). Niterói: EdUFF, 2006, p. 339-354.
- \_\_\_\_\_. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2ª ed., 2010a.
- \_\_\_\_\_. *Discurso das mídias*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2010b.
- \_\_\_\_\_; MAINGUENEAU, D. Intertextualidade. In: CHARAUDEAU, P; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de Análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004, p. 288.
- COSTA, W.A.S. *Do título ao texto/ do texto ao título: o processo de estabilização da referência em notícias do jornal Meia Hora*. Projeto de Doutorado em Estudos de Linguagem. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2012.
- DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Campinas. Trad. Port. Pontes Editores, 1987.
- KRISTEVA, J. *Introdução à semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1974[1969].
- KOCH, I. *O texto e a construção dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 7ª ed., 2003.

KOCH, I; ELIAS, V. *Ler e compreender: os sentidos do texto*. São Paulo: Contexto, 2ª ed., 2008.

MAINGUENEAU, D. *Genèses du discours*, Liège: Mardaga, 1984.

PÊCHEUX, M. A Análise do discurso: três épocas (1983). In: GADET, F; HAK, T. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: EDUNICAMP, 1990 (p. 311-319).

VERÓN, E. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.

**Resumo:** Com o intuito de demonstrar que nos jornais populares a notícia também pode ser perpassada por uma opinião, porém a partir de estratégias não convencionais, neste artigo analisaremos a construção do título “Papa pede pra sair”, de notícia publicada no jornal popular carioca *Meia Hora*, em 12/02/2013. Nossa preocupação se concentra na reflexão de como o estabelecimento de uma relação intertextual, já no título, pode acrescentar sentidos e direcionar a interpretação pelo leitor, tendo em vista o público a que se dirige. Como aparato teórico, vamos nos pautar na noção de “contrato de comunicação”, desenvolvida na Análise do discurso (CHARAUDEAU, 1996; 2001); na caracterização dos “valores-notícia” (AMARAL, 2006); e no processo de “intertextualidade” (BEAUGRAND & DRESSLER (1981); BAKHTIN (2003); KOCH (2003), entre outros.

**Palavras-chave:** Jornalismo popular; Intertextualidade; Construção de Sentidos.

**Abstract:** In order to demonstrate that popular newspapers in the news can also be permeated by an opinion, but from unconventional strategies, this article will analyze the construction of the title "Pope asks her out," a story published in the newspaper carioca popular Half Time on 12/02/2013. Our concern focuses on reflection as the establishment of an intertextual relationship, as in the title, you can add senses and direct interpretation by the reader, in view of the audience you are addressing. As theoretical apparatus, let us abide the notion of "communication contract" developed in Discourse Analysis (CHARAUDEAU, 1996, 2001), the characterization of "news values" (AMARAL, 2006), and in the process of "intertextuality" (BEAUGRAND & DRESSLER (1981), BAKHTIN (2003), KOCH (2003), among others.

**Keywords:** Journalism popular; Intertextuality; Meaning Construction.

Recebido em: 23/03/2013

Aceito em: 29/03/2013