

# JORNAIS BRASILEIROS NO FINAL DO SÉCULO XIX: MARCAS IDEOLÓGICAS NO DISCURSO DE UBALDO MORICONI EM “*LA STAMPA BRASILIANA*”

Angélica Moriconi (UNISA)  
[angelica.moriconi@bol.com.br](mailto:angelica.moriconi@bol.com.br)

## 1. *Introdução: da análise do discurso*

O homem possui o poder de simbolizar e o faz por meio da linguagem. Essa faculdade o distingue de todos os outros animais. É, pois, por meio da linguagem e, conseqüentemente, da língua, que o homem situa-se no mundo.

A linguagem sempre encantou os homens e despertou seu interesse. Na Índia antiga, Panini, gramático hindu, elaborou a primeira gramática da língua sânscrita e também a primeira de que temos notícia, com o objetivo de preservar a pronúncia dessa língua em que se liam os textos sagrados.

Na Grécia antiga, o filósofo Platão discutia em seu *Diálogo Crátilo* a questão dos nomes: estariam os nomes ligados aos seus referentes de forma convencional, ou haveria uma relação natural entre o nome e a coisa por ele designada?

Depois dos gregos, também os romanos preocuparam-se com a elaboração de gramáticas do latim e aproveitaram os estudos de Aristóteles em relação às classes de palavras para sistematizar fatos da língua latina.

Ao longo de toda a Idade Média e nos séculos seguintes continuaram as preocupações com as questões relativas à linguagem.

Durante o século XIX, com a redescoberta da língua sânscrita, uma antiga língua falada na Índia por volta do século V a. C., os estudiosos buscavam, por meio de estudos comparativos entre o sânscrito, o grego e o latim, provar que as três línguas possuíam uma origem comum: o indo-europeu.

É justamente nesse período de final de século XIX que entra no cenário linguístico um suíço que iria mudar a história dos estudos

da linguagem: Ferdinand de Saussure. No âmbito das ciências desenvolvidas pelo homem, surge, então, uma ciência cujo objeto de estudo centra-se no funcionamento da língua.

Assim, os estudos da linguagem abrangem o objeto língua desde seus estudos estruturais até as contemporâneas pesquisas de caráter discursivo, que a entendem em sua relação com a sociedade e o momento histórico nos quais são produzidos os discursos.

Nesse quadro científico que então se desenhava, surgiu, na França, na década de 60 do século passado, a análise do discurso (AD), *a priori*, como uma teoria da leitura que representava uma ruptura com os estudos antecessores focalizados na interpretação. Cumpria então aos estudos da AD explicitar as especificidades da significação inscritas na materialidade linguística denominada discursos. Assim, consideravam-se indissociáveis o discurso e o sujeito discursivo. À AD interessavam os sujeitos, suas inscrições na história e as condições de produção da linguagem. Analisavam-se, pois, as relações que se estabelecem entre a língua, aqueles que a empregam numa situação específica e a maneira como o fazem.

Conforme nos ensina Bakhtin (2006), a atividade linguística é dialógica por excelência. Locutor e interlocutor dialogam no meio social utilizando-se do aparato verbal e também do não verbal. O discurso é, pois, resultante da articulação entre os fenômenos linguísticos e sócio-históricos e, justamente por isso, os estudos da AD devem considerar não somente o que foi dito, mas as relações que o que foi dito mantém com discursos anteriores e, até mesmo, com o não dito, observando a posição social e histórica dos sujeitos cujos discursos inserem-se em determinadas formações discursivas. Há que se considerar, portanto, a própria enunciação como processo que abrange a situação: importa saber quem produziu determinado discurso, para quem, em que circunstâncias, com que intenção e de que modo.

Outro aspecto interessante dos estudos da AD é a formulação das instâncias da enunciação em termos de "lugares". Considera-se, assim, a preexistência de uma topografia social dos locutores que proferem seus discursos sempre a partir de um lugar social pré-

determinado. Essa questão coloca, por exemplo, o fato de um chefe poder (no sentido de ter a competência para) dar uma ordem a um funcionário, uma vez que ocupa um "lugar", uma posição social que lhe permite fazê-lo. O inverso já não seria concebível – um funcionário ocupa um lugar que não lhe permite dar ordens ao chefe e, portanto, a menos que não queira perder seu emprego, não o fará.

Michel Pêcheux é considerado um dos precursores dos estudos do discurso e suas ideias embasam-se nas teorias marxistas cujo cerne consiste em saber-se de antemão que não há sujeito individual, capaz de gozar plenamente sua liberdade, mas seu assujeitamento à ideologia. Nessa perspectiva, o sujeito tem a ilusão de ser o locutor de seu próprio discurso, quando na verdade, assume como seus, discursos precedentes, que foram interiorizados em função de sua condição humana: o homem é essencialmente um ser sócio-histórico.

Em estudos recentes, Dominique Maingueneau e Ruth Amossy vêm retomando conceitos clássicos da Retórica – seja da grego-latina, seja daquela apresentada como “Nova Retórica”, por Perelman e Olbrechts-Tyteca. Da Retórica Clássica, a AD empresta a noção de argumentação persuasiva e as formas de provas a ela ligadas – o ethos, o pathos e o logos. Já os estudos acerca da argumentação da “Nova Retórica” de Chaim Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca pretendem transpor os limites propostos pela retórica antiga. Ao contrário de limitar o seu objeto à argumentação oral e a um único gênero de auditório (como feito pelos filósofos antigos), os autores visam a compreender a constituição estrutural da argumentação, especialmente escrita, e a pluralidade de auditórios.

## **2. *Uma abordagem diacrônica do ethos***

### **2.1. Da retórica clássica à análise do discurso**

O discurso pressupõe interação. Exatamente por isso, na instância do discurso, confrontam-se os interlocutores, numa dada situação concreta, com determinadas intenções. Esse confronto, por sua vez, instaura imagens: a que o locutor faz de seu interlocutor; a que o

interlocutor faz do locutor; a que o locutor faz de si próprio e também a que acredita que o interlocutor faça dele.

No dizer de Amossy (2005, p. 9) “Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si”. Denomina-se *ethos* a construção dessa imagem que, entretanto, não é explicitada no discurso, mas é possível chegar a ela por meio de marcas que o locutor vai deixando pelo caminho: suas escolhas lexicais, o nível de linguagem selecionado e, em se tratando de discurso oral, sua postura, o modo de falar, de olhar, sua disponibilidade em relação ao interlocutor etc.

Entretanto, não se pode falar em *ethos* sem que se fale da retórica clássica, pois foi o filósofo grego Aristóteles quem sistematizou a Retórica como a arte da persuasão. O filósofo grego entende o conceito de *ethos* como um aspecto fundamental da persuasão. Para ele, há três espécies de provas de que se utiliza o orador para persuadir o seu auditório: 1. o caráter do orador (a que ele chamou de *ethos*); 2. as paixões despertadas nos ouvintes (a que ele chamou de *pathos*); 3. o discurso (a que ele denominou *logos*). Dessa maneira, persuade-se o ouvinte por meio dessas três provas.

O orador influencia os ouvintes pelo seu caráter. Referindo-se a essa questão, Aristóteles empregou o termo *epiēkeia* como sinônimo de *ethos*: “(...) que a *epiēkeia* do orador não contribui em nada para a persuasão; muito ao contrário, o *ethos* constitui praticamente a mais importante das provas.” Aristoteles *apud* Amossy (2005, p.36).

O auditório, por sua vez, é influenciado pelo orador, é o seu alvo. O bom orador convencerá seu auditório apelando para as paixões: deve impressioná-lo, fazer com ele compartilhe suas crenças, acredite sinceramente em suas palavras, em outros termos, deverá o auditório envolver-se emocionalmente com o discurso. A última prova consiste no próprio discurso. O orador deve apresentar sua tese claramente e selecionar bem os argumentos que a fundamentam.

Percebe-se, portanto, que o *ethos* está ligado ao orador e à imagem que este constrói de si mesmo para seu auditório e essa prova é para Aristóteles (1998, p. 49) a mais forte de todas, uma vez que:

Persuade-se pelo caráter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé. Pois acreditamos mais e bem mais depressa em pessoas honestas, em todas as coisas em geral, mas sobretudo nas de que não há conhecimento exato e que deixam margem para dúvida.

Cumprido observar finalmente que na *Retórica*, o *ethos* é concebido como o caráter do orador construído pelo discurso, não importando se esse caráter corresponde à realidade ou não. Sobre essa questão, Maingueneau (1993, p. 138) afirma:

O que o orador pretende ser, ele o dá entender e mostra: não diz que é simples ou honesto, mostra-o por sua maneira de se exprimir. O *ethos* está, desta maneira, vinculado ao exercício da palavra, ao papel que corresponde a seu discurso, e não ao indivíduo “real”, (apreendido) independentemente de seu desempenho oratório: é portanto o sujeito da enunciação uma vez que enuncia que está em jogo aqui.

A análise do discurso, sobretudo a de linha francesa, cujo mais significativo representante nos estudos sobre o *ethos* é Dominique Maingueneau, revisita os estudos aristotélicos sobre essa questão e afirma que *ethos* diz respeito às imagens de si no discurso. No entanto, os estudos da AD ampliam a visão da retórica clássica e consideram que não somente o discurso judiciário ou as arguições orais são constituídos pelo *ethos* do orador, mas qualquer tipo de discurso, inclusive o escrito, constitui-se das imagens construídas pelo enunciador.

Maingueneau, ao retomar a noção aristotélica de *ethos*, filia-a à instância discursiva, tal qual, na antiguidade, o fez Aristóteles. Assim, o orador constrói uma imagem de si que independe de sua pessoa, de seu ser. Trata-se antes de uma imagem construída no ato da interação verbal – ou se se preferir, na instância do discurso, no processo mesmo da enunciação.

Ampliando as noções aristotélicas, Maingueneau (1989, p.45) introduz a noção de “voz” capaz de solucionar o problema em relação aos discursos escritos. Se na antiguidade, o *ethos* constituía-se em torno da palavra viva, observando-se as características físicas do orador, como gestos, entonação, a AD propõe a ideia de que o texto escrito é sustentado por uma voz específica concebida como uma das dimensões da formação discursiva. A essa voz, o autor denomina

"tom". O discurso associa-se, pois, a um tom. Além do conceito de tom, o autor concebe ainda a noção de corporalidade:

O tom está necessariamente associado a uma *caráter* e a uma *corporalidade*. O "caráter" corresponde a este conjunto de traços "psicológicos" que o leitor-ouvinte atribui espontaneamente à figura do enunciador, em função de seu modo de dizer. (...) Deve-se dizer o mesmo a propósito da "corporalidade". que remete a uma representação do corpo do enunciador da formação discursiva. Maingueneau (1989, p. 46)

O *ethos* está, portanto, intrinsecamente ligado à construção de uma corporalidade do enunciador cujo tom lhe foi imposto pela formação discursiva na qual está inserido. O tom possibilita ao leitor a construção, no texto escrito, de uma representação subjetiva do corpo do enunciador (corpo não físico, daí o termo corporalidade). Surge então a figura do *fiador* proposta por Maingueneau que nada mais é senão a imagem corporal do enunciador construída pelo discurso. O fiador é desvelado no discurso e não há necessariamente correspondência entre ele e o enunciador efetivo. Justamente por assim ser, é possível, no âmbito discursivo, criar a imagem de um fiador educado, calmo e tranquilo, mesmo que o enunciador não o seja. Tal construção dessa imagem do fiador advém das escolhas lexicais feitas pelo enunciador. Interessante observar com Maingueneau (2005), que a imagem do fiador é construída pelo coenunciador que o faz por meio dos índices textuais.

## 2.2. A construção do *ethos* do enunciador em “La Stampa Brasileira”

O capítulo XII “*La Stampa Brasileira*”, da obra “*Nel Paese De’Macachi*” (1897), escrita pelo italiano Ubaldo Moriconi, em que o autor tece comentários sobre a imprensa brasileira daquele período é revelador no que diz respeito à construção da imagem do enunciador. O capítulo trata dos jornais brasileiros e o autor dá uma ideia detalhada dos vários jornais que circulavam no país, sua estruturação, sua fundação, dentre outros dados importantes.

Seus interlocutores diretos são seus patrícios, os imigrantes italianos. Sabe-se que o autor estava no Brasil na época da Proclamação da República, portanto, desde 1889 estudava o país *in loco*.

***Cadernos do CNLF, Vol. XIV, Nº 2, t. 2***

Trabalhou no Rio de Janeiro onde fundou, em 1892, uma revista ilustrada. Dirigiu, em São Paulo, no ano de 1894, o jornal "Il Messaggero". Foi também funcionário público do governo de Minas Gerais para o serviço de imigração, em meados de 1895. Após esse período em que aqui viveu colhendo dados sobre o país e seus habitantes, regressou à Itália e publicou, em 1897, *Nel Paese De' Macacchi*, obra cujo capítulo XII é nosso objeto de estudo.

Seu objetivo na obra era proporcionar aos italianos um rico relato sobre o Brasil e os brasileiros para que estes pudessem saber quais as melhores regiões para a imigração, as melhores áreas da economia, enfim, seu interlocutor - o futuro imigrante italiano- poderia obter uma ideia precisa acerca do país para o qual se dirigia.

Ao longo de todo o capítulo sobre a imprensa brasileira o autor tece sobre ela comentários negativos e utiliza-se da ironia para descaracterizá-la. Entre alguns de seus inúmeros comentários desfavoráveis, afirma que a imprensa nacional somente há pouco tempo passara a ocupar-se de crítica literária e artística e mesmo o fazendo não se utilizava de critérios verdadeiramente estéticos para os julgamentos, mas os críticos deixavam-se influenciar pela posição social dos artistas ou mesmo pelas relações pessoais entre ambos.

Moriconi (1897) fala das rubricas presentes no corpo do jornal e afirma que servem para demonstrar que os jornais brasileiros serviam muito mais a intrigas e fofocas que a sua alta missão: a informação e o entretenimento. Nesse sentido, cita a seção 'A Pedidos' em que se verifica a importância que os brasileiros atribuem à notoriedade. Outras rubricas presentes são: 'Visitas', 'Aniversários', 'Ospedes e Viajantes', 'Rondas do Dia' etc.

A respeito dessas rubricas, o autor dirige-se ao seu interlocutor e pede para que ele mesmo julgue o interesse que esse tipo de propaganda estritamente pessoal pode ter para o público leitor do jornal: *Giudichi il lettore che interesse può avere per il pubblico questo genere di rèclame tutta personale. (idem, p. 220)*

Interessante perceber que o enunciador exime-se de qualquer juízo de valor e interpela seu interlocutor para que este proceda ao julgamento. Vê-se, dessa forma, a construção da imagem do *fiador* -

aquela corporalidade revestida de um caráter cujo tom de sinceridade e, mais ainda, de neutralidade remete a responsabilidade do julgamento ao coenunciador.

Assim, cumpre observar que é traço recorrente ao longo de todo o capítulo que trata da imprensa brasileira a preocupação do enunciador em mostrar-se bem intencionado e imparcial em relação aos fatos de que trata. Nesse sentido, o *ethos* do enunciador constrói-se a partir da criação um *fiador* (MAINGUENEAU, 2005) cujo discurso reveste-se de verdade. Vejam-se os exemplos:

1. *Sembrerà azzardato il voler giudicare un grande paese nuovo col mezzo dei giornali (...)* (Moriconi, 1897, p. 217)
2. *Nel corpo del giornale figurano, ad esempio, rubriche che sono altrettanti documenti del massimo valore per chi studia questo paese, e che, da soli, sarebbero già sufficienti a corroborare quanto ho ora accenato (...)* (*Idem*, p. 218)
3. *E prima di andare oltre, credo opportuno d'insistere su questo lato debole della stampa brasiliana ch'è del massimo interesse per affermare vari giudizi da me dati, i quali potrebbero, differentemente, sembrare esagerati, o ispirati da rancori personali.* (*Idem*, p. 219)

No exemplo 1, ao dizer que poderia parecer arriscado (*sembrerà azzardato*) querer julgar um país novo por meio de seus jornais, o enunciador afirma que *poderia parecer*, porém não é, uma vez que ele não se atiraria numa empreitada arriscada. Seu trabalho é sério, verdadeiro. Observe-se a necessidade de explicação para que sua imagem seja digna de crédito.

No segundo exemplo, mais uma vez o enunciador constrói a imagem do enunciador isento de preconceitos e depositário da verdade, pois os próprios fatos, por si só, são suficientes para corroborar tudo quanto ele até então relatara.

Em 3, novamente o *fiador* confiável, sincero e nada rancoroso reafirma o lado frágil da imprensa brasileira por meio de fatos capazes de justificar seus julgamentos - que não são "exagerados" e nem tão pouco frutos de "rancores pessoais". Note-se que o autor pretende que seus interlocutores o vejam como alguém que fala a verdade e que não deixa que suas paixões afetem seu discurso. Isso se dá devido ao caráter da obra: inserida no gênero da literatura de viagem, tra-

ta-se de um compêndio abrangente sobre o país e seu povo (a terra, o clima, a hidrografia, o relevo, o homem, a sociedade) cujo caráter objetivo seria primordial.

Numa outra passagem, em que o enunciador fala da posição da imprensa paulista em relação a uma desavença entre brasileiros e italianos, ele novamente afirma que os próprios fatos são esclarecedores e suficientes para demonstrar o que ele vinha afirmando. Preocupa-se em provar o que afirma a fim de que tenha credibilidade. Sua imagem é, pois, construída a partir dessa constante: a preocupação em relação à imagem que dele fará seu interlocutor.

Maingueneau (2005) desenvolve o conceito de *ethos* e o subdivide em *ethos* dito e *ethos* mostrado. Aquele diz respeito às referências diretas ao coenunciador, em que o enunciador descreve suas características. Este relaciona-se às marcas ou pistas que o enunciador deixa entrever em seu discurso, de forma implícita.

Observando-se os conceitos acima expostos, pode-se dizer que o *ethos* do enunciador de *La stampa brasiliana* constrói-se de maneira ambivalente: de um lado, seu discurso apresenta referências diretas sobre seu relato isento, neutro e verdadeiro; de outro, percebe-se, implicitamente, que o enunciador está dominado por suas paixões. Prova disso é justamente sua preocupação excessiva em parecer fidedigno. Seu discurso deve ser digno de crédito - ele o afirma explicitamente várias vezes. Eis, pois, o *ethos* dito. Entretanto, o *ethos* dito vai de encontro àquilo que se disse. Por meio do dizer, do explícito, o enunciador mostra, dá indícios, implica que ocorre justamente o contrário. Ao *ethos* dito, portanto, não corresponde o *ethos* mostrado.

Convém observar ainda, que o enunciador, muitas vezes, ao calor da pena que relata, acaba traindo seus propósitos discursivos: a busca do objetivismo, realismo, veridicidade e imparcialidade; deixando implicitamente transparecer suas emoções. Trata-se, sobretudo, de um relato humano, em que não se pode desvincular discurso e enunciação.

Analisando os adjetivos utilizados pelo autor no capítulo em questão, destaca-se a predominância de qualificações negativas: *fri-*

*volleza, pervertito, antiestético, confuso, inútil, vergognosa, ridículo, deplorable, maligno*, somente para citar alguns exemplos. Dessa forma, fica evidente o viés preconceituoso que assume o discurso, em que o enunciador desqualifica os nacionais.

Enunciador de um discurso que revela o viés das ideologias racistas, tão ao gosto do final do século XIX, descreve os jornais brasileiros utilizando-se da retórica da negação e descaracterização dos nacionais. A construção desse discurso e a constituição do sujeito discursivo orientam o interlocutor para a construção de uma imagem estereotipada dos brasileiros e de sua imprensa bem como legitimam a enunciação de um discurso capaz de desvelar a ideologia dominante.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Introdução de Manuel Alexandre Júnior. Tradução e notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. Coord. da trad. Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

GREGOLIN, Maria do Rosário; BARONAS, Roberto. (Orgs.). *Análise do discurso: as materialidades do sentido*. São Carlos: Claraluz, 2003.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise do discurso*. São Paulo: Pontes, 1989.

\_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_. *Ethos, cenografia e incorporação*. In: AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

MORICONI, Ubaldo. *Nel Paese De' Macacchi*. Torino: Roux Frassati, 1897.