

Ethos e pathos na primeira página do jornal

(*Ethos and pathos in the newspaper's front page*)

Eduardo Lopes Piris¹

¹Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e Universidade de São Paulo (USP)

elpiris@uesc.br, eduardopiris@usp.br

Abstract: This paper aims to study the journalistic discourse. For this purpose, it assumes the premise that the argumentation is a constitutive dimension of the discourse and focuses on the identification between the newspaper and its reader, which is built in the front page by *ethos* and *pathos*. Also, it is based on the theoretical principles of the discursive-argumentative approach as proposed by Amossy (2006, 2007) and Mosca (2007). The analysed data consist of newspaper's front pages taken from *Correio da Manhã* and *O Globo* published on April 2nd and 4th. Finally, it concludes that the difference between the composition of the two front pages shows two regimes of enunciation that legitimate two controversial discourses: *Correio da Manhã*, the participatory newspaper, and *O Globo*, the spectator newspaper.

Keywords: discourse; argumentation; front page; ethos; pathos.

Resumo: Assumindo o pressuposto de que a argumentação é uma dimensão constitutiva do discurso, este artigo volta-se para o estudo do discurso jornalístico, focalizando os efeitos de identificação entre o jornal e o seu leitor construídos na primeira página jornalística por meio do *ethos* e do *pathos*. Para tanto, examina as primeiras páginas das edições de 2 a 4 de abril de 1964 dos jornais *Correio da Manhã* e *O Globo*. Baseia-se nos fundamentos teórico-metodológicos da análise discursivo-argumentativa, tal como proposta por Amossy (2006, 2007) e Mosca (2007). Por fim, conclui que a diferença entre a composição da primeira página dos jornais revela dois regimes de enunciação que legitimam dois discursos controversos: o *Correio da Manhã*, o jornal participativo; *O Globo*, o jornal espectador.

Palavras-chave: discurso; argumentação; primeira página; ethos; pathos.

Introdução

Este trabalho apresenta a análise das primeiras páginas das edições de 2 a 4 de abril de 1964 dos diários *Correio da Manhã* e *O Globo*, tendo por objetivo mostrar como a composição do *layout* dessas primeiras páginas participam da construção dos efeitos de identificação entre esses jornais e seus leitores, bem como da legitimação da enunciação de seus discursos no campo jornalístico.

Considerando que a composição da primeira página afigura-se como um fator de construção da identidade do jornal e, logo, de conquista da adesão do leitor aos seus posicionamentos, a análise volta-se para as noções discursivo-argumentativas de *ethos* e de *pathos*. Para tanto, assume os pressupostos teóricos da análise discursivo-argumentativa, tal como proposta por Amossy (2006, 2007) e Mosca (2007), recorrendo aos trabalhos de Plantin (1996, 2008), Maingueneau (2005, 2006, 2011) e Charaudeau (2007a, 2007b, 2010), para discutir as noções de *ethos* e de *pathos* no discurso.

A análise da argumentação no discurso, tal como preconizada por Amossy (2006, 2007), apoia-se no postulado da Análise do Discurso de que o contexto sócio-histórico

é parte constitutiva do discurso. Dessa maneira, a análise dos discursos do *Correio da Manhã* e d’*O Globo* sobre a deposição do presidente João Goulart leva em conta que o cenário político daquele momento estava marcado pela polarização entre os Estados Unidos da América (EUA) e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS).

Essa polarização ideológica influenciou a política brasileira, matizando as divergências políticas já existentes, pois, se o cenário político brasileiro apresentava até 1964 diversas tendências partidárias que representavam os interesses dos vários setores socioeconômicos estabelecidos no país, o Golpe de 64 (influenciado também pela guerra fria) criou um novo paradigma ao determinar a reorganização desses diversos setores em torno de apenas duas posições políticas marcadamente controversas: a dos *apoiadores do golpe* e a dos *opositores ao golpe*. Ademais, o Golpe de 64 elevou a tensão entre esses dois lados e, então, a controvérsia em torno da deposição do presidente João Goulart e da instalação dos militares no poder ganhou espaço notório nas páginas dos jornais.

Assim, podemos dizer que a análise da produção discursiva d’*O Globo* e do *Correio da Manhã* sobre os acontecimentos políticos de 1964 baseia-se em dois eixos axiológicos antagônicos: de um lado, há o discurso fundado nos valores do “comunismo *versus* patriotismo” e, de outro lado, estabelece-se o discurso com base no eixo axiológico “reformismo *versus* reacionarismo”.

O que nossa análise pretende mostrar é que a diferença entre a composição das primeiras páginas dos dois jornais examinados revela dois regimes de enunciação bem distintos, dos quais emanam dois modos opostos de ser (*ethos*) e de sentir (*pathos*) no mundo jornalístico, os quais, por sua vez, legitimam posicionamentos discursivos controversos dentro da polêmica instaurada em torno da deposição de João Goulart.

Deprendemos, portanto, que, do discurso d’*O Correio da Manhã*, emergem sujeitos comprometidos com os fatos políticos de 1964, enquanto que, do discurso d’*O Globo*, surgem sujeitos espectadores, que assistem a esses fatos. Assim, podemos concluir que é a opção do jornal e do seu leitor por participar ou assistir a tais fatos políticos que define o tipo de jornalismo praticado naquele contexto sócio-histórico.

Discurso e argumentação

A abordagem discursivo-argumentativa define-se como o estudo da “argumentação enquanto fato de discurso, associada à prática da linguagem em contexto” (PLANTIN, 1996, p. 18). Em outros termos, trata-se de situar a argumentação na dimensão sócio-histórica do discurso. Nesse sentido, Amossy (2007, p. 123) defende uma perspectiva de estudo da argumentação e do discurso “que relaciona a fala a um lugar social e a instâncias institucionais”. Para a autora, a argumentação:

[...] depende das possibilidades da língua e das condições sociais e institucionais que determinam parcialmente o sujeito, fora dos quais a orientação ou a dimensão argumentativa do discurso não pode ser apreendida com discernimento. (AMOSSY, 2007, p.128)

O alcance da abordagem discursivo-argumentativa pode ser percebido na crítica que Maingueneau (2011) tece ao estudo que Ducrot faz sobre as *Provinciais* de Pascal, pois, se do ponto de vista de uma análise da argumentação na língua, a aplicação correta

dos cálculos de predicados permitam a Ducrot concluir que Pascal cometera um erro, do ponto de vista da análise do discurso, Maingueneau entende que Pascal se utiliza de uma linguagem de não especialista, para criar a imagem de um homem de bom senso que dirige sua fala a outros homens de bom senso, o que caracteriza não um erro, mas o uso de um recurso argumentativo voltado à construção da identificação do autor com seu leitor.

É por essa razão que Maingueneau afirma que, “quando o analista do discurso se volta para a argumentação, não é com a intenção de estabelecer o modelo dos processos de validação, mas de relacioná-los a um gênero do discurso histórica e socialmente situado” (MAINGUENEAU, 2011, p. 71).

Dessa maneira, a análise da argumentação como fato de discurso considera também a questão da enunciação. A esse respeito Plantin (1996) e Maingueneau (2011) reafirmam o caráter concreto de produção do discurso e do estabelecimento da argumentação num dado contexto sócio-histórico:

Toda fala é necessariamente argumentativa. É um resultado concreto da enunciação em situação.¹ (PLANTIN, 1996, p.18)

Não poderíamos, portanto, estabelecer o texto como um conteúdo independente das condições de sua enunciação, nem reduzir a argumentação ao estatuto de meio a serviço de uma persuasão. (MAINGUENEAU, 2011, p.85)

Essa perspectiva de estudo considera, portanto, dois aspectos da argumentação, que, em um, é constitutiva e inerente a qualquer tipo de produção discursiva e, em outro, caracteriza apenas os discursos explicitamente argumentativos. Segundo Amossy (2006), o primeiro aspecto da argumentação seria recoberto pela ideia de “dimensão argumentativa”, enquanto o segundo pela ideia de “intenção argumentativa”:

Um discurso de defesa tem uma clara intenção argumentativa: ele apresenta como objetivo principal fazer admitir a inocência do indiciado que o advogado tem por tarefa de defender, ou de apresentar circunstâncias atenuantes que diminuirão sua pena. Uma descrição jornalística ou romanesca, ao contrário, pode ter antes uma dimensão do que uma vontade argumentativa.² (AMOSSY, 2006, p.33)

Tal distinção deve ser considerada, sobretudo, para orientar os procedimentos de análise da argumentação no discurso, pois as características da materialidade a ser examinada acabam exigindo do analista a eleição de determinadas categorias de análise e não de outras. Neste trabalho, por exemplo, a proposta é examinar a composição da primeira página, verificando os efeitos de sentido de identificação entre jornal e leitor construídos por meio do *ethos* e do *pathos*. Trata-se de explorar a dimensão argumentativa de um discurso caracteristicamente informacional, e não as estratégias argumentativas de um tipo de discurso cujas finalidades primeiras são o convencimento e a persuasão.

¹ No original: “**Toute parole** est nécessairement argumentative. C’est un résultat concret de l’énonciation en situation” (PLANTIN, 1996, p. 18).

² No original: “Une plaidoirie a une nette visée argumentative: elle se donne comme objectif premier de faire admettre l’innocence de l’inculpé que l’avocat a pour tâche de défendre, ou de présenter des circonstances atténuantes qui diminueront sa peine. Une description journalistique ou romanesque, par contre, peut avoir une dimension plutôt qu’une volonté argumentative” (AMOSSY, 2006, p.33).

Ethos e pathos: duas noções indissociáveis

Aristóteles (1998) define três espécies de provas artísticas de persuasão fornecidas pelo discurso, dizendo que “umas residem no carácter moral do orador; outras, no modo como se dispõe o ouvinte; e outras, no próprio discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar” (1998, p. 49).

Aristóteles detalha essa primeira prova ao afirmar que “persuade-se pelo carácter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé” e que “é, porém, necessário que esta confiança seja resultado do discurso e não de uma opinião prévia sobre o carácter do orador” (1998, p. 49). A segunda prova consiste na disposição dos ouvintes, ou seja, nas emoções que o discurso os leva a experimentar. Já a terceira deriva do que é construído por meio do próprio raciocínio. A essas três espécies de provas técnicas ou artísticas de persuasão correspondem, mais especificamente, os termos *ethos*, *pathos* e *logos*, respectivamente.

Antes de tudo, é preciso ressaltar que essas três provas persuasivas não são efetivamente produzidas de forma indissociável e que estudá-las separadamente justifica-se apenas em razão de uma metodologia de pesquisa. Todavia, há que se destacar a estreita relação entre *pathos* e *ethos*, pois essas duas noções pressupõem a interação entre os sujeitos participantes do ato enunciativo, integrando-se assim à dimensão subjetiva do discurso. Corroboram esse ponto de vista autores como Meyer (2000) e Plantin (2008):

As paixões são ao mesmo tempo modos de ser (que remetem ao *ethos* e determinam um carácter) e respostas a modos de ser (o ajustamento ao outro). Daí a impressão de que as paixões nada têm de interativo, sendo somente estados *afetivos* próprios da pessoa como tal. A confusão, porém, permanece. (MEYER, 2000, p.XLVII)

“Ele sente como nós”; o *ethos* tem ainda uma “estrutura emocional” na medida em que a emoção (ou o controle emocional) manifestada no discurso repercute inevitavelmente sobre a fonte dessas manifestações, o que estabelece uma primeira ligação entre *ethos* e afetos. (PLANTIN, 2008, p.115)

Considerada a indissociabilidade entre o *ethos* e o *pathos*, passemos às especificidades de cada uma dessas duas noções.

Do *ethos* retórico ao *ethos* discursivo

Retomemos a já clássica passagem em que Aristóteles (1998) define a primeira prova artística de persuasão fornecida pelo discurso:

Persuade-se pelo carácter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé [e que] é, porém, necessário que esta confiança seja resultado do discurso e não de uma opinião prévia sobre o carácter do orador. (p. 49)

No que diz respeito à concepção moderna de *ethos*, podemos notar que tal noção vem sendo acolhida e adaptada por estudiosos das mais diversas tendências teóricas do discurso. Para Fiorin (2004, p. 120), “o *éthos* não se explicita no enunciado, mas na enunciação [...], ou seja, nas marcas da enunciação deixadas no enunciado”, concordando com a ideia aristotélica de que o *ethos* é uma construção do discurso, um efeito de sentido, e não algo dado *a priori*.

Não obstante, Maingueneau (2005, p. 70) afirma que “a questão essencial é que o *ethos* [...] está ligado à enunciação, não a um saber extradiscursivo sobre o enunciador”. Assim, essa apropriação do *ethos* retórico traz consequências e a mais relevante delas é sustentar que o *ethos* não corresponde à imagem de outra instância subjetiva que não a do enunciador.

Para Maingueneau (2006), a multiplicidade do atual emprego do termo *ethos* torna difícil uma estabilização dessa noção, mas, sem prejudicar a maneira como ela será explorada, ainda é possível manter acordo sobre três pontos, a saber:

O *ethos* é uma noção discursiva, ele se constitui por meio do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior à fala;

O *ethos* é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro;

É uma noção fundamentalmente híbrida (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, ela própria integrada a uma conjuntura sócio-histórica determinada. (MAINGUENEAU, 2006, p.60)

Partimos, assim, do princípio de que o *ethos* está associado à construção da imagem do enunciador no e pelo discurso e não corresponde a qualquer opinião prévia que se tenha sobre sua pessoa. Ressaltamos, porém, que estar associado não significa ser equivalente, pois a noção de *ethos* não se satisfaz em recobrir a imagem do enunciador (logo, entende-se que há uma distinção entre *ethos* e imagem do enunciador), mas extrapola isso, ao remeter à ideia do fiador do discurso, daquele que garante o que é dito, legitimando seu discurso pelo seu modo de dizer.

A análise também deve ter em conta a construção do ***anti-ethos*** ou dos *anti-ethé* e sua relação com a **incorporação** do *ethos* pelo coenunciador, no sentido de que a construção de um *ethos x* acarreta a construção de um *anti-ethos não x* e é essa correlação que se apresenta ao coenunciador para a incorporação do *ethos*. A noção de incorporação é proposta por Maingueneau (2005, p. 72) para dar conta da relação entre *ethos* e coenunciador ou, ainda, para designar a ação do *ethos* sobre o coenunciador. Uma vez que o entendimento do processo de persuasão pelo *ethos* não se exaure na sua descrição em si, é preciso compreender que a enunciação, ao dar corpo ao fiador, possibilita que o coenunciador incorpore, assimile o modo de se comportar desse corpo enunciante, tendo a ilusão de que ele faz parte de um corpo, um grupo social e ideológico. Assim, para Maingueneau (2005), o processo de incorporação está concluído quando o coenunciador se vê como membro de “uma comunidade imaginária dos que aderem a um mesmo discurso” (p. 73).

Desse modo, quando se fala em incorporação, está-se determinando o papel que a imagem do corpo do enunciador cumpre no processo persuasivo, mas não o corpo restrito a uma compleição física, e sim um corpo dotado de caráter e de reconhecimento sócio-histórico-cultural.

Do *pathos* retórico ao *pathos* discursivo

Aristóteles define a segunda prova artística de persuasão fornecida pelo discurso, o *pathos*, da seguinte maneira:

Persuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio. (1998, p. 49)

As paixões são todos aqueles sentimentos que, causando mudança nas pessoas, fazem variar seus julgamentos. (2000, p. 5)

Esses dois excertos deixam patente que o *pathos* é produzido por meio da enunciação de seu próprio discurso e pressupõe a interação entre os sujeitos desse ato enunciativo: “persuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso” (ARISTÓTELES, 1998, p. 49).

Vale ressaltar que essa questão do *pathos* suscita divergentes leituras apresentadas pelas mais distintas tendências de estudos sobre a linguagem que se desenvolveram na modernidade. Do ponto de vista de uma teoria do discurso preocupada com a enunciação, o *pathos* manifesta-se na interação entre os sujeitos participantes da comunicação. Portanto, o exame dos procedimentos persuasivos relativos à dimensão passional ou afetiva do discurso focalizará a instância subjetiva da enunciação, que se desdobra nas figuras do enunciador e do coenunciador.

Outro aspecto importante é que não se trata, pois, de abordar as paixões efetivamente experimentadas pelos indivíduos empíricos ditos de “carne e osso” nem de descrever estados físicos de invejosos, indignados ou coléricos, por exemplo, mas sim de compreender as paixões construídas no discurso. A esse respeito, Meyer (2000, p. L) afirma que “com muita frequência nos esquecemos de que a vida da paixão consiste em sua representação e expressão”. Não obstante, Charaudeau (2010) estabelece que:

A análise do discurso não pode se interessar pela emoção como realidade manifestada, vivenciada por um sujeito. Ela não possui os meios metodológicos. Em contrapartida, ela pode tentar estudar o processo discursivo pelo qual a emoção pode ser estabelecida, ou seja, tratá-la como um *efeito visado* (ou *suposto*), sem nunca ter a garantia sobre o *efeito produzido*. (p.34)

Conforme Charaudeau (2010, p. 35), a preferência pelo uso do termo *pathos* ao termo *emoção* marca a filiação de seu trabalho à tradição retórica de inspiração aristotélica, bem como distingue a abordagem das paixões pela Análise do Discurso daquelas feitas pela Psicologia e pela Sociologia. E isso vale igualmente para os atuais estudos discursivos, sobretudo o que aqui se apresenta.

Bem entendido que estamos tratando das paixões construídas pelo discurso, é preciso compreender também que tais paixões não podem ser apreendidas por aquilo que é simplesmente dito. O enunciado “estou confiante” pode ser dito em uma situação de ironia, em que o sujeito está querendo dizer “não estou confiante”; igualmente, o enunciado “estou com medo” pode ser usado para provocar um terceiro a uma discussão, despertando-lhe a raiva, por exemplo. A esse respeito, Parret (1997, p. 112) afirma que “dar nome às próprias emoções, numa situação comunicativa, é às vezes uma sutil estratégia de *engano* e de manipulação”. Ademais, não é sequer necessário que uma paixão seja lexicalizada para que ela se manifeste na interação discursiva. E é sobre essa forma de manifestação da paixão que iremos discorrer daqui por diante.

Nessa problemática acerca do *pathos*, é igualmente importante ressaltar que as paixões estão associadas aos valores e às crenças de uma comunidade discursiva:

A emoção pode ser percebida na representação de um objeto em direção ao qual o sujeito se dirige ou busca combater. E como estes conhecimentos são relativos ao sujeito, às informações que ele recebeu, às experiências que ele teve e aos valores que lhe são atribuídos, pode-se dizer que as emoções, ou os sentimentos, estão ligados às crenças. (CHARAUDEAU, 2007b, p. 241)

Não obstante, entendemos que o *pathos* discursivo está vinculado a um conjunto de crenças compartilhadas e axiologizadas sócio-historicamente, ou seja, a um sistema de valores que determina o valor de cada paixão, conforme a circunstância em que ela é manifestada em uma dada sociedade e seu momento histórico. Projetam-se, assim, no discurso as imagens do sujeito – a de si e a do outro – apoiadas nas paixões determinadas por um dado contexto sócio-histórico como possíveis ou não possíveis de manifestar. Por exemplo, em uma democracia republicana de qualquer país do mundo, o discurso de um deputado acusado de corrupção deve manifestar veemente indignação; isso quer dizer que os sistemas de valores (da democracia republicana) impõem ao sujeito enunciador (deputado acusado) que ele, no mínimo, manifeste e desperte em seu coenunciador (Parlamento, opinião pública etc.) uma determinada emoção (indignação) em resposta à injustiça que ele supostamente tenha sofrido.

Enfim, parece-nos que essas são as questões essenciais que acercam a natureza do *pathos* discursivo e que podem orientar sua depreensão.

Análise das primeiras páginas do *Correio da Manhã* e d'*O Globo*

A enunciação do discurso jornalístico instala, simultaneamente, as instâncias subjetivas do **enunciador** – um jornalista ou o próprio jornal, ou seja, o enunciador institucional – e do **coenunciador**, recoberto pela figura do leitor. E a composição da primeira página fornece elementos que nos permitem depreender essas instâncias subjetivas da enunciação, bem como as estratégias discursivo-argumentativas e os posicionamentos discursivos aí decorrentes. Vejamos as figuras 1 e 2:



Figura 1. As primeiras páginas do *Correio da Manhã*, edições de 2 a 4 de abril de 1964. “Acervo da Fundação Biblioteca Nacional - Brasil”



Figura 2. As primeiras páginas d’*O Globo*, edições de 2 a 4 de abril de 1964. “Acervo da Fundação Biblioteca Nacional - Brasil”

O Correio da Manhã compõe sua primeira página com os gêneros editorial, notícia e nota comentário relatado (conforme FIGUEIREDO, 2003), na qual há o predomínio espacial dos gêneros verbais sobre os gêneros verbo-visuais (estes, destacados em vermelho). Já *O Globo* compõe sua primeira página com os gêneros editorial, foto-manchete, foto-legendado e chamadas para aprofundamento da notícia, constituindo-se, basicamente, de gêneros verbo-visuais.

Quanto à função dos gêneros na página, notamos que, no *Correio da Manhã*, o gênero nota comentário relatado cria, sob a forma do discurso direto,³ o simulacro da

³ Entendemos o discurso direto como uma das formas do discurso citado, tal como é concebido por Bakhtin/Volochinov (2002, p. 144): “o discurso citado é o discurso no discurso, um discurso sobre o discurso”.

opinião das principais lideranças políticas do país a respeito da deposição do presidente (alhores manifestada por meio de nota oficial, manifesto, mensagem telegrafada, transcrição de pronunciamento emitido por rádio e televisão etc.), lançando, no contorno do discurso citado, as apreciações valorativas do jornal sobre a opinião ali relatada. Já, n' *O Globo*, o gênero que cumpre semelhante função é a foto-legenda, pois a imagem fotográfica exerce o papel de mostrar os fatos, enquanto a legenda, o de expressar sua avaliação.

Podemos depreender daí que os leitores desses jornais são expostos a dois regimes diferentes de construção do real: de um lado, o *Correio da Manhã* constrói o simulacro de documentos e pronunciamentos oficiais; de outro lado, *O Globo* engendra os fatos por meio de imagens obtidas pela lente “neutra” da câmera fotográfica.

Nessa inter-relação dos gêneros de discurso na primeira página, entendemos que a opinião do jornal emitida por meio do editorial permeia os sentidos produzidos pelos demais gêneros de discurso que compõem a primeira página, consistindo aí em um forte elemento de homogeneização de sentidos dessa página, caracterizando-a não apenas como o rosto ou o espelho do jornal, mas também como uma página opinativa.

No entanto, há diferenças na construção dessas páginas de opinião, pois a primeira página do *Correio da Manhã* constrói uma cena enunciativa que convida subitamente seu leitor a refletir sobre os fatos midiaticizados, enquanto que a primeira página d' *O Globo* instala uma cena de enunciação própria ao que Marcondes Filho (2002) chama de ideologia do *flash*:

No final, restam na memória do leitor apenas sinais, traços da informação que cada segmento porventura deixou. Ele não será capaz de recordar a matéria que acabou de ler e nem terá o conhecimento para aplicar essa informação adquirida em outros casos semelhantes. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 46)

Essas cenas enunciativas construídas a partir da composição da primeira página integram as estratégias discursivo-argumentativas de construção dos efeitos de realidade e de identificação entre jornal e leitor, constituindo aí dois modos distintos de enunciar, a saber:

1. A enunciação da primeira página do *Correio da Manhã* constrói um leitor participativo, que deve ler e acompanhar os argumentos do jornal e das vozes relatadas;
2. A enunciação da primeira página d' *O Globo* projeta um leitor espectador, que deve assistir às fotografias e ler a apreciação do jornal lançada nas legendas.

Assim, se, ao leitor do *Correio da Manhã*, compete acompanhar os argumentos e a linha de raciocínio do jornal, para o leitor d' *O Globo* o que fica é um grande material residual condensado numa forma de pensar orientada mais pela emoção do que pela razão, já que a página não convida o leitor a refletir sobre a informação, mas a se sensibilizar com ela.

As diferenças observadas nos dois jornais são responsáveis também pela construção da identidade discursiva de cada jornal. A esse respeito, Grillo (2004) afirma que “a configuração da primeira página é uma das grandes responsáveis pela identidade de cada órgão de imprensa” (GRILLO, 2004, p. 50). É interessante notar como o contrato midiático entre enunciador (jornal) e coenunciador (leitor do jornal) é estabelecido, uma vez que a reiteração de traços específicos da primeira página constrói a identidade visual do jornal, ao mesmo tempo em que

constrói seu próprio leitor. Basta ter em conta que a paginação (fortemente marcada pela relação entre o verbal e o visual) propõe certas opções (e não outras) de direção do olhar do leitor pela página, o que caracteriza já a orientação argumentativa do jornal, hierarquizando o valor de cada texto na página e apresentando de maneira velada seus próprios valores.

Com base no contexto sócio-histórico desses discursos jornalísticos, podemos dizer que o discurso do *Correio da Manhã* projeta uma cena de enunciação em que jornal e leitor participam do processo político, de modo que valoriza positivamente um *ethos* participativo e negativamente um *anti-ethos* não participativo ou “submisso”, se considerarmos a grade axiológica dos discursos contrários à imposição das Forças Armadas. De outro lado, podemos depreender do discurso d’*O Globo* a projeção de uma cena enunciativa em que jornal e leitor assistem ao processo político, valorizando positivamente um *ethos* espectador e negativamente um *anti-ethos* não espectador ou “agitador”, do ponto de vista da grade axiológica dos discursos favoráveis àquela intervenção dos militares em abril de 1964.

Considerações finais

A análise pôde revelar como as cenas enunciativas projetadas pela primeira página captam o imaginário do leitor, conferindo papéis sociais aos parceiros da comunicação, jornal e leitor, atribuindo-lhes também modos de ser (*ethos*) e de sentir (*pathos*), orientando-lhes a posicionamentos discursivos perante a situação política do país num determinado momento histórico.

Mostrou que, se a primeira página do *Correio da Manhã* requer um leitor que deve acompanhar o raciocínio argumentativo do jornal e das vozes relatadas no jornal, atribuindo-lhe a imagem de um leitor participativo, e, se a primeira página d’*O Globo* destina-se a um leitor mais afeito a acompanhar os fatos políticos por meio de fotografias, conferindo-lhe a imagem de um leitor espectador, emergem, nesse contexto sócio-histórico de abril de 1964, duas identidades discursivas distintas e com posicionamentos discursivos bem definidos em relação ao episódio político que marcou o Brasil naquele ano.

Por fim, é preciso ressaltar que este estudo não é conclusivo, pois nossa pesquisa está em andamento e necessita analisar outros aspectos constitutivos da primeira página, desbastar os sentidos construídos em cada um de seus gêneros, examinar as demais edições de abril de 1964, explorando mais detidamente o *ethos* e o *pathos* desses jornais. Todavia ficam aqui algumas considerações sobre a relação entre o *ethos*, o *pathos* e a primeira página do jornal impresso que irão nortear o andamento de nossa pesquisa e que podem vir a inspirar outros estudos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth. *L’argumentation dans le discours*. Discours politique, littérature d’idées, fiction. 2. ed. Paris: Armand Colin, 2006.

_____. O lugar da argumentação na análise do discurso: abordagens e desafios contemporâneos. Tradução de Adriana Zavaglia. *Filologia e linguística portuguesa*, São Paulo, n. 9, p. 121-146, 2007.

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

_____. *Retórica das paixões*. Tradução do grego de Isis Borges B. da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BAKHTIN, Mikhail (VOLOCHINOV, V.N.). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 9. ed. São Paulo: Ed. Hucitec: Annablume, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2007a.

_____. *Pathos e discurso político*. In: MACHADO, Ida Lúcia; MENEZES, William; MENDES, Emília. (Orgs.) *As emoções no discurso*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007b. p. 240-251.

_____. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia (Orgs.). *As emoções no discurso*. v. II. Campinas: Mercado de Letras, 2010. p. 23-56.

FIGUEIREDO, Lisete Fernandes. *A nota jornalística no Jornal do Brasil: um estudo do gênero textual e de sua função no jornal*, 134f. 2003. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão.

FIORIN, José Luiz. O éthos do enunciador. In: CORTINA, Arnaldo; MARCHEZAN, Renata Coelho (Orgs.). *Razões e sensibilidades*. Araraquara: Cultura Acadêmica Editora, 2004. p. 117-138. v. 1.

GRILLO, Sheila Vieira de Camargo. *A produção do real em gêneros do jornal impresso*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz et al. São Paulo: Contexto, 2005. p.69-92.

_____. Problemas de *ethos*. In: _____. *Cenas da enunciação*. Orgs. Sírio Possenti & Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. Curitiba: Criar, 2006. p. 55-73.

_____. Argumentação e Análise do Discurso: reflexões a partir da segunda Provincial. Tradução de Eduardo Lopes Piris; Moisés Olímpio Ferreira. In: BARONAS, Roberto Leiser; MIOTELLO, Valdemir (Orgs.). *Análise de Discurso: teorizações e métodos*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011. p. 69-86.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo. A saga dos cães perdidos*. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MEYER, Michel. Aristóteles ou a retórica das paixões. In: ARISTÓTELES. *Retórica das paixões*. Tradução do grego por Isis Borges B. da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. XVII-LI (prefácio).

MOSCA, Lineide Salvador. O espaço tensivo da controvérsia: uma abordagem discursivo-argumentativa. *Filologia e linguística portuguesa*, São Paulo, n. 9, p. 293-310, 2007.

PARRET, Herman. O *pathos* razoável. In: _____. *A estética da comunicação: além da pragmática*. Tradução de Roberta Pires de Oliveira. Campinas: Ed.Unicamp, 1997. p.107-133.

PLANTIN, Christian. *L'argumentation*. Paris: Seuil, 1996.

_____. *A argumentação: história, teorias, perspectivas*. Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2008.