

Análise retórica de argumentos provenientes do logos presentes em editorial publicado na Folha de S. Paulo

*Rhetorical analysis of
arguments from the logos
present in an editorial
published in Folha de S. Paulo*

Renan Paulo BINI (Unioeste)
renanpaulobini@hotmail.com

Recebido em: 17 de jun. de 2020.
Aceito em: 23 de jul. de 2020.

BINI, Renan Paulo. Análise retórica de argumentos provenientes do logos presentes em editorial publicado na Folha de S. Paulo. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 10, n. 3, e1958, p. 1-23, set.-dez./2020. DOI: 10.22168/2237-6321-31958.

Resumo: Este artigo objetiva analisar uma seleção de estratégias retóricas que fazem parte do *logos* evidenciadas em um editorial, a saber, o uso de operadores argumentativos e de modalizadores. Apresentam-se análises a partir do texto *Vírus eleitoral*, publicado no jornal brasileiro *Folha de S. Paulo*, com base na Retórica, na Linguística Textual, na Semântica Argumentativa e na Linguística Funcional. Para isso, em relação à Retórica, refletiu-se sobre propostas como as de Mosca (2001), Aristóteles (2017) e Perelman e Olbrechts-Tyteca (2017); e, para a avaliação dos elementos linguísticos, considerou-se Koch (2002, 2004), Guimarães (2001), Castilho e Castilho (1993), Corbari (2013), entre outros pesquisadores. Por meio das análises, demonstra-se que, no texto, alguns elementos linguísticos são utilizados para criar escalas argumentativas, deixar marcas da subjetividade do articulista e direcionar a interpretação dos leitores de modo a contribuir para o convencimento da audiência. Além disso, evidencia-se que os modalizadores e os operadores argumentativos agem retoricamente e são essenciais para a construção de um *ethos* que mobiliza de modo eficaz os leitores do jornal a concordar com a tese apresentada no editorial.

Palavras-chave: Retórica. Editorial. Logos.

Abstract: This article aims to analyze a selection of rhetorical strategies that are part of the *logos* evidenced in an editorial, namely, the use of argumentative operators and modalizers. Analyzes are presented based on the text *Electoral virus*, published in the Brazilian newspaper *Folha de S.Paulo*, based on Rhetoric, Textual Linguistics, Argumentative Semantics and Functional Linguistics. For this, in relation to Rhetoric, it was reflected on proposals such as those of Mosca (2001), Aristotle (2017) and Perelman and Olbrechts-Tyteca (2017); and for the assessment of linguistic elements, Koch (2002, 2004), Guimarães (2001), Castilho and Castilho (1993), Corbari (2013), among other researchers. Through the analyzes, it is demonstrated that, in the text, some linguistic elements are used to create argumentative scales, to leave marks of the writer's subjectivity and to direct the interpretation of the readers in order to contribute to the convincing of the audience. In addition, it is evident that modalizers and argumentative operators act rhetorically and are essential for the construction of an *ethos* that effectively mobilizes newspaper readers to agree with the thesis presented in the editorial.

Keywords: Rhetoric. Editorial. *Logos*.

Introdução

Este artigo apresenta análise de uma seleção de estratégias retóricas¹ presentes em texto do gênero Editorial. Para tanto, foi selecionado o texto *Vírus eleitoral*, publicado no dia 23 de março de 2020, no veículo de comunicação jornalístico com a maior circulação nacional no Brasil²: a *Folha de S.Paulo*. Conforme Vieira (2009), a *Folha de S.Paulo* é um dos jornais mais influentes do Brasil. De acordo com a pesquisadora, cada edição da *Folha* apresenta dois editoriais, ambos sem assinatura de autoria.

A escolha por analisar um editorial justifica-se pelo caráter argumentativo que esse gênero possui e uma vez que, conforme Grácio e Mosca (2016, p. 37), o editorial contém “elementos circunstanciais que lhe conferem atualidade e o fazem participar das referências partilhadas do interdiscurso social num dado momento”.

Considera-se que a argumentação no gênero Editorial se constrói por meio da manipulação da imagem que o orador produz de si no discurso (*ethos*), do discurso (*logos*) e do conjunto de emoções que o orador tenta suscitar em sua plateia (*pathos*). A

¹ Na perspectiva da Nova Retórica, são consideradas estratégias retóricas todos os procedimentos discursivos que o orador utiliza de modo intencional para ampliar a eficácia do discurso e, conseqüentemente, convencer e persuadir a audiência.

² Em 2019, a *Folha de S.Paulo* teve a mais alta média mensal de pagantes, na soma de versões digital e impressa, segundo IVC. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/folha-cresce-e-lidera-circulacao-entre-jornais-do-pais-em-2019.shtml>.

partir disso, são apresentadas análises com enfoque específico em parte da elocução³ do discurso e argumentos provenientes do *logos*⁴.

Assim, orienta as análises deste artigo a seguinte problemática: Como os modalizadores e os operadores argumentativos são utilizados enquanto estratégias retóricas no texto *Vírus eleitoral*, publicado na *Folha de S.Paulo*? Nessa perspectiva, o objetivo principal é desenvolver uma análise de estratégias retóricas, com foco no uso de elementos modalizadores e operadores argumentativos, presentes no texto selecionado para análise.

Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa qualitativa cujos resultados são apresentados neste artigo, que está organizado em três seções. Ressalta-se que foi realizada uma descrição de como os operadores argumentativos e modalizadores são utilizados no texto *Vírus eleitoral*, porém a análise não trata apenas do aspecto linguístico, uma vez que é contextualizada e observa como esses elementos atuam retoricamente, por isso a análise se insere dentro da Retórica.

Na seção *O gênero Editorial*, reflete-se sobre especificidades relacionadas ao gênero do texto selecionado para análise. Na sequência, na seção *Fundamentação Teórica*, para dar conta do uso estratégico retórico dos modalizadores e dos operadores argumentativos em editoriais, são apresentados aportes da Retórica, da Linguística Funcional, da Semântica Argumentativa e da Linguística Textual. As análises embasadas por essa reflexão teórica são apresentadas na seção *Análise do editorial Vírus eleitoral, publicado no jornal Folha de S.Paulo*, que é seguida pelas considerações finais e pelas referências desta pesquisa.

O gênero Editorial

Melo e Assis (2016) desenvolveram um modelo classificatório destinado a reconhecer e organizar os gêneros textuais que circulam na esfera jornalística. Conforme os pesquisadores, os gêneros jornalísticos podem ser agrupados em cinco macrocategorias, organizadas a partir do papel social que cada uma desempenha, e estão dispostas para

³ Em relação ao conceito de *elocução*, considera-se a perspectiva de Figueiredo e Ferreira (2016, p. 50). Para os autores, a elocução “refere-se à redação escrita do discurso, ao estilo, à expressão. Refere-se, pois, ao trabalho com a linguagem”. Assim, entende-se que a elocução revela o estilo do orador, que deve ser adaptado ao estilo do auditório.

⁴ Neste estudo, consideram-se, especificamente, os elementos modalizadores e operadores argumentativos.

suprir necessidades sociais, pois “atender às finalidades condensadas nessas cinco vertentes é a razão de ser do trabalho da imprensa, que foi se construindo ao passo do próprio desenvolvimento da sociedade” (MELO; ASSIS, 2016, p. 50).

A distribuição dos gêneros jornalísticos é assim sugerida: Informativos (vigilância social); Opinativos (fórum de ideias); Interpretativos (papel educativo, esclarecedor); Diversionais (distração e lazer); e Utilitários (auxiliam nas tomadas de decisões cotidianas). Esses gêneros estão visualizados no Quadro 01 a seguir:

Quadro 01 – Categorização dos gêneros textuais jornalísticos

Gêneros informativos	Gêneros opinativos	Gêneros interpretativos	Gêneros diversionais	Gêneros utilitários
<ul style="list-style-type: none"> · Nota · Notícia · Reportagem · Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> · Editorial · Comentário · Artigo · Resenha · Coluna · Caricatura · Carta · Crônica 	<ul style="list-style-type: none"> · Análise · Perfil · Enquete · Cronologia · Dossiê 	<ul style="list-style-type: none"> · História de interesse humano · História colorida 	<ul style="list-style-type: none"> · Indicador · Cotação · Roteiro · Serviço

Fonte: Quadro elaborado pelo autor a partir de dados de Melo e Assis (2016).

4

Conforme o Quadro 01, o Editorial é classificado por Melo e Assis (2016) como um gênero opinativo. Grácio e Mosca (2016, p. 40), sobre os textos opinativos, afirmam que

A dimensão do opinativo é assim dada pela maneira personalizada de construir o seu ponto de vista e de o reforçar através de argumentos e de estratégias argumentativas (por exemplo, a forma de ordenar o discurso e de sequenciar os argumentos) que visam promover ou aumentar a adesão do auditório.

Neste artigo, especificamente, analisa-se o uso de modalizadores e operadores argumentativos como estratégias retóricas presentes em texto do gênero Editorial. Seguindo essa perspectiva, entende-se que os gêneros opinativos são textos “nos quais são expostos pontos de vista acerca de algo” (MELO; ASSIS, 2016, p. 52). Assim, o que difere o Editorial dos demais gêneros opinativos é o fato de este registrar um posicionamento institucional de forma explícita.

A literatura consultada para o desenvolvimento deste artigo, conforme será demonstrado na próxima seção, demonstra que há níveis de argumentação, sendo que alguns gêneros textuais conseguem se

aproximar mais da imparcialidade e outros apresentam a argumentação de forma mais explícita. No caso do gênero escolhido para análise, o Editorial, nota-se que as estratégias retóricas são muito mais explícitas. No entanto, em todos os textos, são observadas estratégias argumentativas, uma vez que a própria tentativa de deixar o texto mais isento é uma forma de aderir credibilidade e de fortalecer o *ethos* do jornalista e da empresa em que o texto é publicado.

Para Vieira (2009), o Editorial é influenciado por uma teia de articulações políticas complexas, uma vez que as empresas buscam alinhar o posicionamento editorial não só a partir de interesses dos membros das instituições financeiras que colaboram com o veículo de comunicação, mas também a partir da opinião da coletividade que compõe o público-alvo do jornal.

Além disso, pode-se afirmar que os gêneros jornalísticos, na contemporaneidade, estão em constante transformação estrutural e estilística e que podem incorporar características de outros gêneros, a depender da intencionalidade dos jornalistas ou das particularidades do veículo de comunicação em questão publicados. Ou seja, considerando-se, especificamente, o Editorial, é possível que este também apresente características dos gêneros utilitários, diversionais, interpretativos e informativos.

Assim, considerando a *Folha de S. Paulo*, veículo de comunicação no qual os recortes de análise deste artigo foram coletados, observa-se que os jornalistas e editores do periódico, com o intuito de conseguir adesão da audiência às teses propostas, constroem seus discursos por meio de diversas estratégias retóricas, valorizando as prováveis crenças e características culturais e sociais do público-alvo e, conseqüentemente, provocando um conjunto de emoções.

Cabe também ressaltar que os produtos jornalísticos são desenvolvidos por empresas e com o intuito não só de informar, mas também de atender a demandas comerciais (THOMPSON, 1998). Observando os diferentes veículos de comunicação, principalmente os veículos impressos, é notória, a partir da leitura dos editoriais, a linha-editorial de cada veículo e sua manutenção pelo respectivo público-alvo e empresarial que se identifica com os principais posicionamentos da empresa.

Nesta seção, foram descritas algumas características do gênero Editorial, com o intuito de contextualizá-lo e apresentá-lo como a voz institucional dos veículos de comunicação. Entendendo seu potencial argumentativo, na seção a seguir, apresenta-se uma fundamentação teórica que contribui para a análise de estratégias retóricas utilizadas em textos deste gênero.

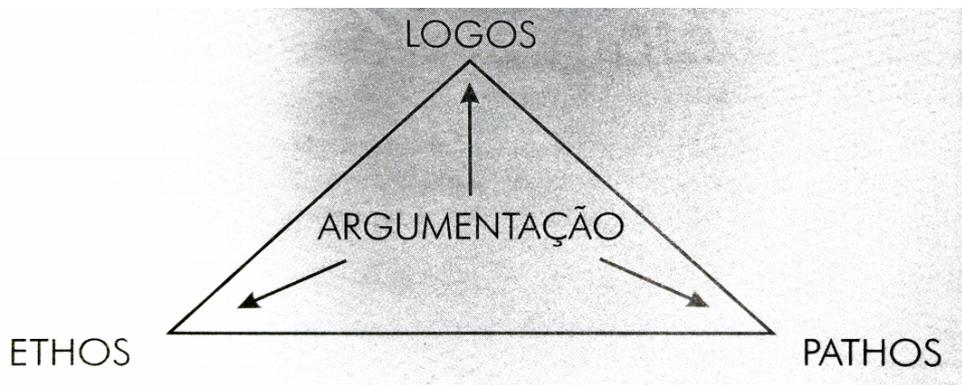
Fundamentação Teórica

O objeto da Retórica, na perspectiva de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2017), é a argumentação persuasiva desenvolvida por meio de um conjunto de procedimentos discursivos mobilizados para conseguir adesão do auditório à tese proposta no discurso. Os pesquisadores observam o fenômeno da argumentação considerando o auditório e o orador em textos escritos. Há que se ressaltar que essa perspectiva teórica é uma releitura da teoria desenvolvida por Aristóteles (2017, p. 45), que foi o primeiro a constatar a existência de três meios de persuasão: “O primeiro depende do caráter pessoal do orador; o segundo, de levar o auditório a uma certa disposição de espírito; e o terceiro, do próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar”.

Considera-se, neste artigo, que o orador procura aumentar a adesão da audiência às teses defendidas. Para isso, apresenta argumentos compatíveis com as expectativas da plateia e utiliza diferentes estratégias retóricas para o convencimento. Nessa perspectiva, são consideradas pesquisas já realizadas sobre a argumentação em textos jornalísticos e a sua relação entre o orador, o discurso e a audiência, com enfoque específico na forma em que elementos linguísticos imprimem sentidos.

Segundo Adam (2016), os estudos retóricos, influenciados pela perspectiva aristotélica, consideram que a argumentação possui três polos complementares, presentes em qualquer movimento argumentativo: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*. Conforme o autor, esses três componentes podem ser manipulados pelo orador para conseguir a adesão do auditório. Veja-se a Figura 1.

Figura 1 – Os três polos complementares da argumentação



Fonte: Adam (2016, p. 94).

De acordo com Adam (2016, p. 94), a prioridade atribuída a cada um desses polos, *ethos*, *pathos* e *logos*, “tem efeitos tanto sobre sua composição [discurso] quanto sobre seu estilo, nos detalhes de sua verbalização”. Assim, entende-se que os textos, sejam eles apresentados na modalidade oral ou escrita, são adaptados em relação à composição e ao estilo para a audiência e o contexto de circulação, o que influencia na escolha dos recursos retóricos do articulista.

A literatura consultada demonstrou que a concepção de *ethos* é estudada por diferentes correntes teóricas. Na Análise do discurso, por exemplo, Amossy (2016a, p. 9) classifica o *ethos* como o “processo de construção de uma imagem de si com o intuito de garantir sucesso retórico”, e Maingueneau (2016, p. 70) afirma que o *ethos* “está ligado à enunciação, não a um ser extradiscursivo sobre o enunciador”. Na perspectiva da Semântica Formal, observou-se Dascal (2016, p. 57), que afirma que o *ethos* é “o caráter apropriado a cada tipo de discurso que o orador deve se preocupar em projetar”. Já na Retórica, Mosca (2001, p. 22) afirma que o *ethos* “envolve a disposição que os ouvintes conferem aos que falam”, e Dittrich (2012, p. 281) demonstra que o *ethos* é um modo de persuadir um auditório “mediante a credibilidade do orador constituída pela sua imagem social e pela representação construída ao longo de seu discurso”.

Para os propósitos desse artigo, considera-se, principalmente, a proposta de Dittrich (2003, 2010 e 2012), uma vez que o estudioso da Retórica observa o *ethos* em textos jornalísticos. O pesquisador, a partir dos estudos de Perelman e Olbrechts-Tyteca, aponta que o *ethos* pode manifestar-se em três dimensões a partir de três instâncias enunciativas no discurso: “extradiscursiva, inferida e tematizada. Correspondem, respectivamente, ao *ethos* prévio, ao *ethos* discursivo (construído no discurso) e ao *ethos* que o orador diz de si mesmo, como objeto da própria enunciação” (DITTRICH, 2012, p. 283).

Observando como as instâncias apontadas por Dittrich (2012) se relacionam em textos jornalísticos veiculados na mídia impressa, é possível afirmar que o *ethos* prévio é constituído nas paixões do auditório a partir das convenções sociais e do conhecimento prévio que o público leitor possui a respeito do jornalista, do veículo de comunicação e de sua linha-editorial. Já o *ethos* discursivo e o *ethos* que o orador diz de si mesmo manifestam-se no *logos* por meio do discurso.

Para compreender o conceito de *pathos*, pode-se recorrer a Dittrich (2012), que afirma que este é um modo de persuadir por meio do

“apelo às paixões da plateia”. Mas também se consideram os estudos de Dascal (2016, p. 57), que afirma que o *pathos* é o “conjunto de emoções que o orador tenta suscitar em seu auditório” e de Amossy (2016b, p. 123), que demonstra que “a importância atribuída ao auditório acarreta naturalmente a insistência no conjunto de valores, de evidências, de crenças, fora dos quais todo diálogo se revelaria impossível; em outras palavras, conduz a uma doxa comum”.

Já o termo *logos* pode ser traduzido, do grego, como “fala” ou “discurso” e, em segundo, “razão” ou “exercício da razão”. Mosca (2001, p. 22), por exemplo, que realizou estudos considerando as pesquisas de Perelman e Olbrechts-Tyteca, define o *logos* como “palavra e razão” e afirma que “não existe discurso sem auditório e não há argumentação sem retórica”. Também, para a pesquisadora, todo discurso

é uma construção retórica, na medida em que procura conduzir o seu destinatário na direção de uma determinada perspectiva do assunto, projetando-lhe o seu próprio ponto de vista, para o qual pretende obter adesão (MOSCA, 2001, p. 23).

Assim, nota-se que é possível analisar as estratégias retóricas de um texto em nível macroestrutural e microestrutural. No nível macroestrutural, os textos jornalísticos apresentam a seguinte organização textual: “o título como palavra-chave, o subtítulo como tese e cada um dos parágrafos como afirmação subsidiada por documentações (provas)” (DITTRICH, 2003, p. 116). Já em nível microestrutural, Dittrich (2003) aponta que se constitui a partir da seleção lexical e de elementos linguísticos argumentativos, como os elementos modalizadores, operadores argumentativos, entre outros.

Os operadores argumentativos são utilizados para indicar a força argumentativa dos enunciados. Considerando o texto analisado neste artigo, nota-se que esses elementos linguísticos orientam a audiência para certos tipos de conclusões. Já os modalizadores consolidam um determinado posicionamento, além de ampliar, modificar e direcionar o efeito resultante da relação com as palavras. Daí a relevância de se observar esses elementos enquanto estratégias retóricas.

Com relação à primeira categoria de elementos linguísticos que é considerada nas análises deste artigo, a dos operadores argumentativos, são amparadas por reflexões inseridas na Linguística Textual e na Semântica Argumentativa, como Koch (2004) e Guimarães (2001), entre outros autores. Apesar de a Linguística Textual não propor um aparato metodológico para a análise de estratégias argumentativas, segundo

Cavalcante (2016, p. 116), a interface entre as teorias linguísticas e a Nova Retórica é possível, pois:

os critérios analíticos da LT são como que motivados por uma tentativa de explicação para as escolhas textuais pelas quais o sujeito age sobre o seu dizer, reelaborando-o a todo instante, negociando-o com os prováveis interlocutores (em seus papéis sociais), para atender a seus propósitos. É justamente a suposição dessa agentividade, ou dessa actorialização, que faz a LT eleger como critérios de análise os diversos recursos de que pode se valer o locutor para persuadir a quem ele projeta como interlocutor.

Conforme Koch (2004, p. 30), o termo operador argumentativo se refere a “certos elementos da gramática de uma língua que têm por função indicar (mostrar) a força argumentativa dos enunciados, a direção (sentido) para o qual apontam”, ou seja, são elementos linguísticos que orientam a argumentação dos enunciados. De acordo com Guimarães (2001, p. 25),

Orientar argumentativamente com um enunciado X é apresentar seu conteúdo A como devendo conduzir o interlocutor a concluir C (também um conteúdo). Ou seja, orientar argumentativamente é dar A como uma razão para se crer em C. Nesse sentido, orientar argumentativamente é apresentar A como sendo o que se considera como devendo fazer o interlocutor a concluir C. O que leva à conclusão é o próprio A.

Na perspectiva das gramáticas normativas, os operadores argumentativos são classificados em várias categorias, como conjunções, preposições, advérbios, pronomes e palavras que não se enquadram nessas classes. No entanto, conforme teóricos que analisam os operadores argumentativos, como Guimarães (2001), esses elementos possuem cargas retóricas e objetivam orientar os interlocutores a determinadas conclusões, sendo mais do que simples recursos coesivos.

García e Dias (2016), por exemplo, afirmam que os conectores não só contribuem para a coesão do texto, mas também sinalizam e reforçam o valor argumentativo que se apresenta na relação entre os enunciados. Para as autoras,

Os conectores operam, pois, na organização argumentativa do discurso, guiando as inferências que se deduzem do conteúdo dos enunciados, colocando em relação argumentos e conclusões e persuadindo o destinatário do acerto da intenção argumentativa do locutor. Seu contexto de aparição será, portanto, a sequência argumentativa, parte do texto no qual o emissor apresenta argumentos que tem que defender e argumentos que tem que rebater com novos argumentos

que levarão a ele e, principalmente, ao destinatário a umas determinadas conclusões (GARCÍA; DIAS, 2016, p. 80).

As pesquisadoras ressaltam, principalmente, dois tipos de conectores que possuem valor argumentativo: os conectores aditivos e os contra-argumentativos. Sobre os contra-argumentativos, “introduzem, na maioria dos casos, o argumento de maior força e, portanto, o que pesará para a conclusão final” (GARCÍA; DIAS, 2016, p. 95). Há que se ressaltar que essa função é geralmente associada ao **mas**, porém, outros elementos também podem imprimir esse sentido no texto, como é demonstrado no Quadro 02. Já o conector aditivo “introduz um argumento que se acrescenta na mesma direção argumentativa dos argumentos anteriores”.

Oliveira e Cordeiro (2010) ressaltam a importância do operador argumentativo **mas**. Sobre a conjunção coordenativa **mas**, “marca uma relação de desigualdade entre os enunciados” e encadeamento argumentativo (OLIVEIRA; CORDEIRO, 2010, p. 70). Para as autoras, o **mas** evidencia a exterioridade entre dois segmentos coordenados e norteia a audiência a compartilhar a ideia veiculada no segundo segmento.

De acordo com Koch (2004), os operadores argumentativos são classificados em nove tipos, os quais estão visualizados no Quadro 02.

Quadro 02 – Tipos de operadores argumentativos

Funções (relações semânticas)	Exemplos de operadores argumentativos
Operadores que assinalam o argumento mais forte dentro de uma escala que direciona para determinada conclusão.	até, mesmo, até mesmo, inclusive.
Operadores que somam argumentos a favor de uma mesma conclusão.	e, também, ainda, não só...mas também.
Operadores que introduzem uma conclusão relacionada a um argumento apresentado anteriormente.	portanto, logo, pois.
Operadores que permitem introduzir argumentos alternativos e levam a conclusões opostas ou diferentes.	ou, ou então, quer...quer.
Operadores que estabelecem relações de comparação entre elementos, visando atingir determinada conclusão.	mais que, tão...como.
Operadores que introduzem uma justificativa ou explicação.	porque, já que, pois.

Operadores que contrapõem argumentos orientados para conclusões contrárias.	Mas, porém, contudo, todavia, embora, se bem que, ainda que, posto que.
Operadores que introduzem conteúdos pressupostos.	já, ainda, agora.
Operadores que, de acordo com a maneira que foram empregados, podem estabelecer uma conclusão ou negativa.	tudo, todos (afirmação), nada, nenhum (negação).

Fonte: Quadro elaborado a partir de dados de Koch (2004).

No Quadro 02, são apresentados os tipos de operadores argumentativos e alguns exemplos que ilustram essas categorias, segundo pesquisa realizada por Koch (2004). Apesar de a classificação nortear a identificação desses elementos, nota-se que o que faz os elementos serem classificados como operadores argumentativos são suas respectivas funções, ou seja, as relações semânticas que desempenham. Nessa perspectiva, entende-se que outros elementos linguísticos também podem ser utilizados pelo produtor do texto para orientar conclusões nos leitores.

Conforme é demonstrado na seção de análises, nota-se que os operadores argumentativos que contrapõem argumentos, como o **mas** e outros elementos que apresentam relações semânticas contra-argumentativas, são os mais utilizados no texto analisado. Nota-se que esse elemento pode ser utilizado de modo a encadear diferentes pontos de vista (por exemplo: Argumento A – favorável às ações do governo; e Argumento B – desfavorável às ações do governo), possivelmente para imprimir o sentido de imparcialidade jornalística. Porém, ao mesmo tempo em que dois pontos de vista são apresentados, os leitores são direcionados a concordar com o Argumento B, devido ao sentido impresso pelo operador argumentativo **mas**, que orienta maior força argumentativa ao segundo argumento.

Com relação à segunda categoria de elementos linguísticos que é considerada nas análises deste artigo, a dos modalizadores, autores como Castilho e Castilho (1993), Corbari (2013), Neves (2006), entre outros pesquisadores da área, demonstram que verbos, adjetivos, advérbios e outros elementos linguísticos desempenham a função de imprimir modalização aos enunciados⁵.

⁵ Neste artigo, avaliam-se, principalmente, os elementos modalizadores. No entanto, não se desconsidera a **modalidade**. Segundo Castilho e Castilho (1993, p. 217), a gramática tradicional reconhece dois componentes na sentença: “o componente proposicional, constituído de sujeito + predicado (=dictum), e o componente modal, que é uma qualificação do conteúdo da forma de P, de acordo com o julgamento do falante (=modus)”. Nessa perspectiva, compreende-se, neste artigo, a modalidade como categoria automática em todos os textos orais ou escritos.

Considerando as perspectivas tradicionais de estudos sobre modalização, os elementos modalizadores expressam a avaliação pessoal do produtor a respeito de seu conteúdo; ou seja, por meio desses elementos linguísticos, realça sua intervenção ou ação de orientar o discurso. Assim, a modalização é utilizada pelo produtor do texto a partir da forma como ele relaciona recursos linguísticos e os manipula para agirem sobre a audiência, orientando a produção de sentidos.

O texto analisado neste artigo apresenta modalizações deônticas e epistêmicas, assim, foram consultadas pesquisas que observam especificidades desses eixos de modalização, como Castilho (1994), Pietrandrea (2001) e Neves (2006), que têm por alicerce, principalmente, a Linguística Funcional. De acordo com Castilho (1994), os modalizadores epistêmicos referem-se ao eixo da crença, reportando-se ao conhecimento do produtor do texto sobre um estado de coisa. Já os elementos de cunho deôntico, segundo este autor, indicam que o produtor do texto considera o conteúdo proposicional como um estado de coisas que precisam ocorrer obrigatoriamente.

Para Pietrandrea (2001), os elementos epistêmicos manifestam a opinião do produtor⁶; já para Koch (2002), se referem ao eixo da crença. Por outro lado, de acordo com Neves (2006, p. 160), este eixo está relacionado “com a necessidade e a possibilidade epistêmica, que são expressas por proposições contingentes, isto é, que dependem de como o mundo é”. Em relação a elementos modalizadores que materializam sentidos de crença nos enunciados, Campos (2001, p. 170, grifos nossos) apresenta os seguintes exemplos: “a Inês **deve** ter ido à praia”, “a Inês **pode** ter ido à praia” e “a Inês **talvez** tenha ido à praia”.

Por meio da escolha dos modalizadores, mesmo que a audiência não seja invocada claramente, o escritor convida os leitores a concordar com o que está sendo dito. A partir dos modalizadores epistêmicos, por exemplo, o autor pode direcionar os leitores a considerar determinada informação desde absolutamente certa até o limite do possível. Assim, a escolha por um ou outro elemento pode demonstrar o engajamento ou o afastamento assumido pelo articulista, o que fica evidenciado por meio dos modalizadores presentes no texto analisado.

Além disso, de acordo com Santos (2000), a categoria modalidade pode ser compreendida como sinônima de modo, e aparece nas seguintes formas: a) asserção, b) interrogação e c) ordem ou desejo.

⁶ “La modalità epistemica è definita come la categoria che descrive “l’opinione” del parlante nei confronti della proposizione” (PIETRANDREA, 2001, p. 02-03).

Outro eixo considerado por pesquisadores que analisam modalizações epistêmicas é o da evidencialidade. Segundo Dall’Aglio-Hattner e Pezatti (2004, p. 03), “por meio da evidencialidade o falante indica a evidência que está disponível para assegurar a confiabilidade da informação veiculada”. Para as pesquisadoras, existem duas formas de modalização epistêmica que podem ser classificadas como de evidencialidade: evidência direta e evidência indireta.

No primeiro caso, podem ser classificados os elementos linguísticos que imprimem, no texto, o sentido de que o produtor do texto testemunhou uma determinada situação (evidência atestada). No segundo, o produtor do texto relata informações que recebeu de outra pessoa (evidência relatada), ou quando infere a situação a partir do raciocínio lógico (evidência inferida). No texto analisado, conforme é demonstrado a seguir, nota-se que a modalização por meio da evidencialidade indireta é uma estratégia recorrente para direcionar as interpretações da audiência de acordo com a intencionalidade do produtor.

Em relação à modalização deôntica (do grego: deon, que significa “dever”), de acordo com Neves (2006, p. 160), “está condicionada por traços lexicais específicos ligados ao falante ([+] controle) e, de outro lado, implica que o ouvinte aceite o valor de verdade do enunciado para executá-lo”. Além disso, Castilho (1994, p. 87) ressalta que, diferentemente dos modalizadores epistêmicos, em que o que está em jogo são valores e crenças, na modalização deôntica, “destaca-se que há um controle humano sobre os eventos e sobre os referentes”.

Segundo Nascimento (2010, p. 36), os elementos deônticos podem ser classificados em modalizadores de obrigatoriedade, pois apresentam o conteúdo “como algo obrigatório e que precisa acontecer”; de proibição, pois expressam “o conteúdo como algo proibido, que não pode acontecer”; e de possibilidade, já que expressam o conteúdo “como algo facultativo ou dá a permissão para que isto aconteça”. Conforme é demonstrado na seção a seguir, nota-se que, no texto analisado, evidencia-se a utilização de modalização deôntica de obrigatoriedade.

Nota-se que a escolha por diferentes modalizadores revela um posicionamento mais ou menos incisivo do autor em relação às afirmações que emite. Assim, nos textos jornalísticos, por meio desses elementos linguísticos, pode-se não só imprimir subjetividade, mas também nortear a interpretação dos leitores. Ou seja, retoricamente, elementos linguísticos como os modalizadores podem influenciar os

leitores, porém, há que se ressaltar que essa influência se realiza a partir da credibilidade do jornal, conforme será demonstrado na seção a seguir.

Análise do editorial *Vírus eleitoral*, publicado no jornal *Folha de S.Paulo*

No período de realização das análises, os desdobramentos da pandemia de Covid-19 foram temáticas centrais do periódico brasileiro. Nota-se, por exemplo, que na semana de publicação desse texto, todos os editoriais da *Folha* abordaram aspectos relacionados a esse contexto, considerando diferentes áreas influenciadas pela Covid-19, como a política, a ciência, a economia etc.

Nesta seção, apresentam-se análises de elementos modalizadores e operadores argumentativos, relacionando-os ao *ethos*, ao *pathos* e ao *logos*. Na sequência, o editorial é apresentado no Quadro 03, no qual há linhas numeradas e elementos realçados. Para melhor visualização dessas estratégias em nível linguístico, os elementos modalizadores e elementos que imprimem modalidade são sublinhados e os operadores argumentativos são realçados em negrito. Veja-se o Quadro 03.

Quadro 03 – Editorial publicado no jornal brasileiro *Folha de S.Paulo*

Vírus eleitoral	
01	Governadores se saem melhor do que Bolsonaro na crise do vírus, diz Datafolha
02	Em política, perdoe-se o lugar-comum, toda crise é uma oportunidade. Não
03	haveria de ser diferente com essa que <u>talvez</u> seja a maior emergência sanitária
04	que o país enfrentou na sua história recente, a pandemia do coronavírus.
05	Desde que o regime de urgência instalou-se entre autoridades de saúde do
06	país, foi <u>possível</u> discernir com clareza o grau de comprometimento de diversas
07	autoridades.
08	O chefe de Estado tratou o tema com ligeireza. <u>“Histeria” e “gripezinha” foram</u>
09	<u>expressões usadas por Jair Bolsonaro</u> acerca da Covid-19.
10	Após a irresponsável participação em atos contra outros Poderes, houve uma
11	inflexão atabalhoada, mas ao menos o presidente começou a reconhecer a
12	emergência.
13	Já o ministro Luiz Henrique Mandetta (Saúde), conduz um trabalho visto como
14	técnico --a controversa proposta de adiar as eleições municipais foi feita após
15	a pesquisa. E os governadores assumiram o papel de gestores de crise.
16	Alguns <u>podem</u> ter sido draconianos antes do tempo, como Ibaneis Rocha (MDB-
17	DF), mas ninguém quis ser visto como omisso. O exemplo mais evidente está
18	em São Paulo, onde João Doria (PSDB) tornou-se face pública da comunicação
19	dos esforços no estado.
20	O resultado é aferível na <u>pesquisa Datafolha publicada nesta segunda. Ali,</u>
21	<u>Bolsonaro tem 35% de aprovação a seu trabalho na crise -- ante reprovação quase</u>
22	<u>idêntica, de 33%. Em comparação, governadores (cada entrevistado avaliou o de</u>
23	<u>seu estado) têm 54% de menções positivas, e a pasta da Saúde, 55%.</u>
24	Clivagens da eleição de 2018 ainda são visíveis, como o Nordeste liderando a
25	rejeição ao Planalto --cujo desempenho, na região, <u>é considerado péssimo ou ruim</u>
26	<u>por 41%.</u>
27	Se as presepadas do presidente são <u>amplamente</u> reprovadas (<u>84% entendem que</u>
28	<u>ele agiu mal ao confraternizar-se com manifestantes</u>), nem tudo é má notícia para
29	ele.
30	<u>Ressalvando</u> o fato de que a metodologia da atual pesquisa, realizada por telefone,
31	a torna incomparável com os usuais levantamentos presenciais, <u>os 35% de</u>
32	<u>aprovação são compatíveis com o apoio médio que Bolsonaro vinha registrando.</u>
33	Indica-se assim preservação desse contingente do eleitorado.
34	Há pontos de dissonância, contudo . Num segmento em que o presidente sempre
35	teve maior apoio, o daqueles mais ricos, <u>a reprovação a sua gestão de crise é de</u>
36	<u>51%.</u>
37	<u>Novamente</u> , o dado demanda reavaliação mais aprofundada, mas sugere que o
38	dano à imagem presidencial evidenciado pelos painéis em áreas que votaram
39	em Bolsonaro <u>parece</u> estar se enraizando.
40	Na via oposta , governadores que miram o Planalto no pleito de 2022, como Doria
41	ou Wilson Witzel (PSC-RJ), <u>terão</u> de encontrar um ponto de equilíbrio se não
42	quiserem ver suas ações contra a pandemia confundidas com peças de campanha.

Fonte: Folha de S.Paulo (2020).

No título, o autor já fornece pistas do propósito retórico do texto. Na perspectiva da Retórica, os títulos dos textos desempenham papel fundamental por apresentarem palavras-chave da tese defendida. Por meio da metáfora **Vírus eleitoral**, nota-se o uso do tipo de estratégia retórica que é classificada por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2017, p. 453) como uma “analogia condensada”. O articulista apresenta no

título um termo que se tornou corriqueiro na mídia durante o contexto pandêmico de Covid-19, “**vírus**”, que se refere a agentes infecciosos, sendo que alguns possuem alto grau de transmissibilidade entre os seres humanos, como é o caso da Covid-19.

Neste contexto de circulação, considerando o período histórico e o local em que foi publicado, o termo **vírus**, associado ao adjetivo **eleitoral**, causa o efeito de sentido de que a tese do texto, que virá a seguir, refere-se a um possível agente infeccioso, comparável à Covid-19, mas que se aplica à esfera política. Nota-se que o autor utiliza essa estratégia porque possui o imaginário de um auditório provável, com características culturais, sociais e econômicas singulares com prováveis crenças e valores; e, a partir disso, pode apresentar argumentos que não prejudiquem sua credibilidade.

Na perspectiva da Retórica, conforme Dittrich (2003), o subtítulo apresenta a tese defendida pelo autor. Há que se ressaltar, também, que, no Jornalismo, o subtítulo apresentado abaixo do título é denominado “Linha-Fina”, e cumpre a função de completar o sentido do título⁷. Assim, na linha 01, tem-se a tese “Governadores se saem melhor do que Bolsonaro na crise do vírus, diz Datafolha”, que deve ser associada ao sentido do título.

Na linha 01, destaca-se, em nível linguístico, o verbo *dicendi*⁸ **diz**, que imprime modalização epistêmica de evidencialidade indireta; e o operador argumentativo **melhor**, que estabelece relações de comparação entre elementos, visando orientar aos leitores a atingir uma conclusão. Assim, a partir do título e da linha-fina, nota-se o propósito retórico do texto: convencer aos leitores que existe uma grave crise na política, que se agrava no atual contexto de pandemia, e que, ao se comparar o desempenho dos governadores ao desempenho do presidente da república, a atuação dos governadores é superior. Também evidencia-se como os elementos linguísticos podem ser utilizados com o intuito de orientar a interpretação dos leitores, pois, uma vez que há um posicionamento explícito no editorial, os leitores podem considerar

⁷ De acordo com o *Manual de Redação da Folha de S.Paulo* (2010, p. 75), a linha-fina pode ser definida como uma “frase ou período sem ponto final, que aparece abaixo do título e serve para completar seu sentido ou dar outras informações”.

⁸ Os verbos *dicendi*, de acordo com Corbari e Ramos (2018), são utilizados para imprimir modalização em textos jornalísticos com o intuito de orientar a plateia a considerar todo o conteúdo como imparcial na medida em que o que se observa é o discurso de uma fonte especializada e não do jornalista. Por outro lado, o léxico destes verbos possui significados e a escolha de um em detrimento de outro é uma forma de modalizar o conteúdo.

que a opinião é avalizada pela instituição *Folha de S.Paulo* e que a afirmação é suficientemente confiável.

Assim, entende-se que os parágrafos apresentados na sequência subsidiam essa tese por meio das provas retóricas. Para compor seus argumentos e provas, o autor imagina, por exemplo, que os leitores de seu texto tenham o conhecimento de mundo necessário para compreender a metáfora do título e os argumentos utilizados na sequência, além de considerar os prováveis posicionamentos ideológicos desses leitores. Neste contexto, por meio das escolhas lexicais, de argumentos e outras estratégias retóricas o orador cria seu *ethos discursivo* e o *pathos* por meio *logos*.

Deve-se ressaltar que, uma vez que o texto é publicado em um veículo de comunicação, no caso, a *Folha de S.Paulo*, antes mesmo de iniciar a leitura, a audiência já possui um *ethos prévio* para representar seu orador, que é vinculado à imagem e à credibilidade da *Folha*. Além disso, considerando que o gênero Editorial é a voz institucionalizada do veículo de comunicação e que o texto não possui a assinatura de um autor, amplia-se a ligação da imagem do *ethos* do orador ao *ethos* do jornal *Folha de S.Paulo*.

Considerando o histórico do veículo de comunicação, que ancora o *ethos* do jornal, o autor opta por apresentar seus posicionamentos de forma ponderada e sutil, o que fica nítido já no verbo *dicendi* **diz**, na linha-fina, que transfere a responsabilidade da tese defendida no texto aos participantes da pesquisa realizada pelo Datafolha.

Para construir esse *ethos discursivo* ponderado, o autor utiliza, principalmente, o uso de modalidade e de elementos modalizadores epistêmicos. No texto *Vírus eleitoral*, nota-se que a modalidade é um recurso que age nos contornos dos elementos linguísticos para ampliar o grau epistêmico dos modalizadores, como em: “Não haveria de ser diferente com essa que **talvez** seja a maior emergência sanitária [...]” (linhas 03 e 04), em que nota-se que o modo verbal subjuntivo (modalidade) atua de forma a ampliar o grau de possibilidade do modalizador epistêmico **talvez**. Outras modalizações que imprimem possibilidades epistêmicas são apresentadas no texto outras três vezes, como nos elementos sublinhados nas linhas 06, 16 e 39.

Por outro lado, nota-se que as modalizações epistêmicas que possuem sentidos de crença e certeza, como as modalizações de evidencialidade e os advérbios terminados em -mente, são inseridas ancoradas em elementos lexicais e flexões verbais que conferem

modalidade certeza, como o uso do modo indicativo. Em relação aos advérbios terminados em **-mente**, utilizados para aderir modalização epistêmica com sentido de crença e alto grau de certeza, constata-se os elementos **amplamente** (linha 27) e **novamente** (linha 37).

Já em relação à modalização por meio da evidencialidade indireta, constata-se que é materializada no texto por meio do uso de discurso indireto. Nota-se que essa estratégia linguística é uma forma de aderir modalização epistêmica ao texto, conforme discussões apresentadas na fundamentação teórica deste artigo, uma vez que assegura a confiabilidade da informação veiculada por meio de evidência inferida. No caso, as informações são referentes à opinião da população brasileira, aferida pelo Datafolha.

Assim, para apresentar suas críticas, o autor utiliza modalizações epistêmicas de evidencialidade nas linhas 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 31, 32, 35 e 36, que expressam resultados da pesquisa Datafolha, conforme sublinhado no Quadro 03. Assume-se que essa é uma estratégia retórica, pois o articulista não as insere no texto de forma objetiva. Ao contrário, manipula as informações e as insere no texto de forma que estas corroborem sua tese e seus argumentos sem se comprometer com o conteúdo, que é apresentado como opinião aferida por um instituto.

Além disso, o recurso da modalização por evidencialidade também é utilizado para apresentar a opinião do Presidente da República, como em: “**‘Histeria’ e ‘gripezinha’ foram expressões usadas por Jair Bolsonaro acerca da Covid-19**” (linhas 08 e 09), porém, de forma a corroborar a tese de que o desempenho deste é inferior ao dos governadores. Já o recurso de modalização deôntica é utilizado apenas uma vez, ao final do texto (linha 41), em que o verbo **terão** imprime o sentido de obrigatoriedade deôntica.

Nota-se que o autor foi cauteloso na construção do *ethos discursivo* com imagem de ponderação, pois a utilização de uma voz jussiva no texto é acionada apenas após a consolidação da construção da imagem do autor. Em nível linguístico, nota-se que o *logos* é pautado, principalmente, no uso de modalizações epistêmicas com sentido de crença, possibilidade e evidencialidade indireta (com o intuito de aderir o efeito de imparcialidade).

Outro recurso linguístico observado para ancorar as estratégias retóricas do texto é a utilização de elementos com a função semântica de contrapor argumentos orientados para conclusões contrárias, como os operadores argumentativos: **mas**, considerado o operador

argumentativo por excelência, nas linhas 11, 17 e 37; o **contudo**, na linha 34; e a expressão **Na via oposta**, na linha 40. Por exemplo, na linha 37, em: “[A] o dado demanda reavaliação mais aprofundada, [B] **mas** sugere que o dano à imagem presidencial evidenciado pelos painéis em áreas que votaram em Bolsonaro parece estar se enraizando”, constata-se que o **mas** é utilizado para dar maior força argumentativa ao segundo argumento e para introduzi-lo de forma enfática. Assim, a audiência é orientada a enfatizar [B] em relação à [A].

Outro operador argumentativo utilizado no texto é o **já**, na linha 13. Evidencia-se que o marcador, no texto, estabelece a relação de oposição “antes/depois” no encadeamento de diferentes argumentos, ou seja, por meio do operador, dá-se ênfase ao argumento apresentado na sequência: a atuação do então ministro da saúde, Luiz Henrique Mandetta, em relação à atuação do presidente da república.

O texto também possui operadores que marcam conteúdos pressupostos, como o **ainda**, na linha 24. Nota-se que o elemento é utilizado como marcador de uma aceção temporal, ou seja, intensifica no enunciado o caráter temporal desse advérbio e imprime valor argumentativo.

Observa-se também operadores que somam argumentos a favor de uma mesma conclusão, como a conjunção **e**, na linha 15. Sobre este operador, nota-se que é utilizado à necessidade de somar argumentos à tese apresentada no texto.

Assim como os modalizadores, neste texto, os operadores argumentativos também são utilizados como estratégias retóricas provenientes do *logos*. Sobre os operadores, nota-se que são utilizados para criar escalas argumentativas para o convencimento da audiência, conforme discutido no capítulo teórico deste artigo. Além disso, deixam marcas da subjetividade do articulista, e auxiliam a direcionar a interpretação dos leitores de modo contribuir para a construção das provas retóricas.

Constata-se que a escolha das modalizações contribuiu para a construção de um *ethos* que é afastado propositalmente das opiniões expressas no texto, com o intuito de gerar credibilidade à *Folha de S.Paulo*, que constrói a imagem de um veículo de comunicação confiável e preocupado em divulgar a opinião pública. Além disso, o texto evidencia que os operadores argumentativos são utilizados não só como conectores de diferentes argumentos creditados aos resultados da pesquisa Datafolha por meio de modalizações de evidencialidade indireta, mas também para encadear esses argumentos de modo a orientar o *pathos*.

Considerações Finais

O artigo alcançou o objetivo de analisar uma seleção de estratégias retóricas que fazem parte do *logos*, especificamente, o uso de operadores argumentativos e de modalizadores, evidenciados no editorial *Vírus eleitoral*, publicado na *Folha de S.Paulo*. Os elementos linguísticos explorados na análise evidenciam as intenções do escritor, que devido ao gênero Editorial, podem ser consideradas as intenções institucionais do veículo *Folha de S.Paulo*. Além disso, nota-se que os elementos orientam a construção de sentidos por parte dos leitores.

Neste texto, os modalizadores e os operadores argumentativos foram utilizados na construção de um *ethos discursivo* de caráter atenuador e distante da audiência, uma vez que emite mais possibilidades do que certezas em seus posicionamentos, ancorando as críticas (por meio dos operadores argumentativos) aos resultados da pesquisa Datafolha.

Constata-se, portanto, que o produtor do editorial realizou as escolhas lexicais com o intuito de mobilizar de modo mais eficaz seus leitores a concordar com o que é apresentado no texto. Acredita-se que este é um tema relevante para aqueles que buscam contar com contribuições para construir textos mais persuasivos, para os que se dispõem a analisar editoriais por meio de estudos retóricos, bem como para os que visam a compreender possíveis relações entre os modalizadores e os operadores argumentativos e as categorias *ethos*, *pathos* e *logos*.

No entanto, considerando que a argumentação é desenvolvida para conseguir adesão do auditório à tese proposta no discurso, e que diferentes intencionalidades e contextos exigem diferentes estratégias argumentativas, há que se ressaltar as limitações deste estudo, uma vez que o artigo analisou alguns argumentos provenientes do *logos* em um texto do gênero editorial. Assim, sugere-se a realização de novas pesquisas com o intuito de se esmiuçar outras possíveis estratégias retóricas em textos do gênero Editorial.

Referências

ADAM, J. M. Imagens de si e esquematização do orador: Pétain e De Gaulle em junho de 1940. In: AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2016.

AMOSSY, R. Da noção retórica de *ethos à análise do discurso*. In: AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2016a.

AMOSSY, R. O *ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, R. (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2016b. ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução: Edson Bini. 1 rp. São Paulo: EDIPRO, 2017.

CAMPOS, M. H. C. Gramática e construção da significação. In: FONSECA, F. I.; DUARTE, I. M.; FIGUEIREDO, O. (Org.). **A Linguística na formação do professor de português**. Porto: Centro de Linguística da Universidade do Porto, 2001.

CASTILHO, A. T. Um ponto de vista funcional sobre a predicação. **Alfa**, São Paulo, 38: 75-95, 1994.

CASTILHO, A. T.; CASTILHO, C. Advérbios modalizadores. In: ILARI, Rodolfo (Org.). **Gramática do português falado**. Campinas: UNICAMP; FAPESP, 1993. v. 2. p. 213-261.

CAVALCANTE, M. M. Abordagens da argumentação nos estudos de Linguística Textual. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016. Disponível em: <http://www.revel.inf.br/files/ea45aofb01f8dde37a9435628505a55d.pdf>. Acesso em 02 ago. 2020.

CORBARI, A. T. **Elementos modalizadores como estratégia de negociação em textos opinativos produzidos por alunos de ensino médio**. 12 nov 2013. 200 p. Tese – Universidade Federal da Bahia, Instituto de Letras, Salvador. 2013.

CORBARI, A. T.; RAMOS, Q. C. M. Verbos dicendi na notícia: pontos de um continuum argumentativo na construção da intertextualidade. In: **Revista Fórum Linguístico**, Florianópolis, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/1984-8412.2018v15n1p2903>. Acesso em: 22 mar. 2020.

DALL'AGLIO-HATTNER, M. M.; PEZATTI, C. Negação, modalidade e evidencialidade no discurso científico. In: **Estudos Linguísticos XXXIII**, p. 873-878, 2004. Disponível em: http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2004/4publica-estudos2004-pdfs-comunic/negacao_modalidade.pdf. Acesso em 20 mar. 2020.

DASCAL, M. O *ethos* na argumentação: uma abordagem pragma-retórica. AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2016.

DITTRICH, I. J. **Linguística e jornalismo: dos sentidos à argumentação**. Cascavel: Edunioeste, 2003.

DITTRICH, I. J. O *Ethos* na entrevista jornalística: refazer e desfazer uma imagem. **Caderno de letras da UFF**. Dossiê: Palavra e imagem nº 44, p. 277-293, 2012.

DITTRICH, I. J. Retórica do discurso jornalístico: modalização e subjetividade na reportagem impressa. SELLA, A. F. **Percorrendo estudos linguísticos e práticas escolares**. Cascavel: Edunioeste, 2010.

FIGUEIREDO, M. F.; FERREIRA, L. A. A perspectiva retórica da argumentação: etapas do processo argumentativo e partes do discurso. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016.

FOLHA DE S.PAULO. **Manual da Redação**: Folha de S. Paulo. 14 ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

FOLHA DE S.PAULO. **Vírus eleitoral**. 23/03/2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/03/virus-eleitoral.shtml>. Acesso em: 23 mar. 2020.

GARCÍA, N. D.; DIAS, M. M. L. A teoria da argumentação na análise dos conectores discursivos. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016. Disponível em: <http://www.revel.inf.br/files/18750b97d6c119b4312be77c393778d4.pdf>. Acesso em 01 ago. 2020.

GRÁCIO, R. A.; MOSCA, L. S. A importância da Nova Retórica para a compreensão de textos opinativos. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016. Disponível em: <http://www.revel.inf.br/files/2aafa2641462c47dd7bd3991aea79a23.pdf>. Acesso em 01 ago. 2020.

GUIMARÃES, E. **Texto e argumentação**: um estudo de conjunções do português. 2 ed. Campinas: Pontes, 2001.

KOCH, I. V. **A inter-ação pela linguagem**. São Paulo: Contexto, 2004.

KOCH, I. V. **Argumentação e Linguagem**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MELO, J. M.; ASSIS, F. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Revista Intercom** – RBCC, São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>. Acesso em 15 fev. 2020.

MOSCA, L. L. S. Velhas e Novas Retóricas: Convergências e desdobramentos. In: MOSCA, L. L. S. (org.). **Retóricas de ontem e de hoje**. 2 ed. Humanitas: São Paulo, 2001. p. 17-54.

NASCIMENTO, E. P. A modalização deôntica e suas peculiaridades semântico-pragmáticas. In **Fórum Lingüístico**, Florianópolis, v.7, n.1 (30-45), jan-jun, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/viewFile/1984-8412.2010v7n1p30/17100>. Acesso em: 24 fev. 2020.

NEVES, M. H. **Texto e Gramática**. São Paulo: Contexto, 2006.

OLIVEIRA, E. G.; CORDEIRO, I. C. Elementos argumentativos na construção textual. In: SELLA, A. F. **Percorrendo estudos linguísticos e práticas escolares**. Cascavel: Edunioeste, 2010.

PERELMAN, Ch.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. Tradução: Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2017.

PIETRANDREA, P. **La modalità epistemica**. Cornici teoriche e applicazioni all'italiano. Tese apresentada ao Doutorado em Linguística da Università degli studi di Roma Tre. 2001. Disponível em: <http://paolapietrandrea.altervista.org/papers/tesi.pdf>. Acesso em 26 fev. 2020.

SANTOS, M. F. O. A modalidade no discurso de sala de aula, em contexto universitário. **Revista do GELNE**. Vol. 2. N. 2. 2000.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

VIEIRA, M. H. G. N. **O gênero editorial**: uma proposta de caracterização. 2009. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de Uberlândia. 158 f. Disponível em: https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/15379/1/DISSERTACAO_MARIA_HELENA.pdf. Acesso em: 15 fev. 2020.