

ARGUMENTAÇÃO, ETHOS E CONTEXTO SOCIAL: A NOVA RETÓRICA COMO TEORIA INTERDISCIPLINAR DO DISCURSO PERSUASIVO

ARGUMENTATION, ETHOS AND SOCIAL CONTEXT: THE NEW RHETORIC AS THE INTERDISCIPLINARY THEORY OF PERSUASIVE SPEECH

Marcos Vieira de Queiroz
Programa de Pós-graduação em Linguística - Universidade Federal de Juiz de Fora
mvqueiroz7@gmail.com

RESUMO

As reflexões apresentadas neste artigo têm como ponto de partida a Nova Retórica – essa teoria geral do discurso persuasivo – e o fato de seus autores a fundamentarem como uma teoria interdisciplinar. O objetivo deste estudo é refletir sobre a relação entre teoria da argumentação e sociologia, tendo como base a análise argumentativa do discurso proposta por Ruth Amossy, que se apropria da Nova Retórica, da pragmática e da sociologia dos campos para formular seu conceito de ethos. A partir dessa abordagem, pode-se refletir sobre a plasticidade da noção de contexto e sobre a possibilidade de serem feitas leituras diferentes de um texto a depender do escopo teórico utilizado em sua definição. Por fim, como exemplo de aplicação dessa perspectiva teórica, é apresentada uma análise interdisciplinar comparativa da dimensão argumentativa – seguindo Amossy – na atividade jornalística durante o período eleitoral do ano de 2012 na cidade de Mariana/MG.

Palavras-Chave: Análise Argumentativa do Discurso; Nova Retórica; Ethos; Contexto; Interdisciplinaridade.

ABSTRACT

The reflections presented in this article are based on the New Rhetoric - this general theory of persuasive discourse - and on the fact that its authors ground it on an interdisciplinary theory. The aim of this study is to reflect on the relationship between argumentation theory and sociology, based on the argumentative analysis of discourse proposed by Ruth Amossy, who appropriates New Rhetoric, Pragmatics and Fields Sociology to formulate her concept of ethos. From this approach, we can reflect on the plasticity of the notion of context and on the possibility of making different readings of a text depending on the theoretical scope used in its definition. Finally, as an example of the applying of such theoretical perspective, we come up with an interdisciplinary comparative analysis of the argumentative dimension - following Amossy – in the journalistic activity during the 2012 electoral period in the city of Mariana / MG.

Keywords: New Rethoric; Argumentative Discourse Analysis; Ethos; Context; Interdisciplinarity.

Introdução

A partir das considerações de Ruth Amossy (2008 [1999], 2020 [2010]) acerca do que designa como sendo uma abordagem moderna do ethos, este artigo propõe refletir sobre a noção de contexto na análise argumentativa. As formulações de Amossy acerca do contexto do discurso, do ethos, que ela relaciona ao estudo dos campos de práticas sociais de Pierre Bourdieu (1997, 2008), são assim o ponto de partida deste trabalho, que busca fundamentar a Nova Retórica como uma teoria interdisciplinar do discurso persuasivo. No sentido de compreender a dimensão analítica que uma teoria como a de Bourdieu traz à análise argumentativa, proponho relacionar o estudo do ethos ao estudo dos mundos de atividades coletivas de Howard Becker (2009, 2014), a fim de comparar as abordagens do contexto propostas por ambas as perspectivas. A apresentação dessas duas possibilidades de entendimento do contexto possibilita demonstrarmos a plasticidade dessa noção e problematizar sua influência na leitura operada por quem analisa uma determinada argumentação. Nesse sentido, essa abordagem permite-nos refletir sobre possíveis aportes teóricos e metodológicos a serem desenvolvidos no âmbito dos estudos da argumentação que tomam a Nova Retórica como ponto de partida.

Para alcançar esse objetivo, primeiro apresentarei uma reflexão acerca dos âmbitos sociais da argumentação no escopo teórico da Nova Retórica. Essa reflexão possibilitará compreendermos a aproximação que Amossy (2008, 2020) faz entre a análise da imagem de si (do ethos) e a análise do contexto de produção do discurso do orador. O que permite a passagem de uma reflexão a outra é o fato de a compreensão acerca da argumentação presente na análise argumentativa do discurso proposta por Amossy (2020) ser legatária das formulações da Nova Retórica.¹ Em seguida, teceremos algumas reflexões acerca da plasticidade das noções conforme reflexões de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2004b [1955]), e sobre duas compreensões paradigmáticas sobre o contexto conforme William Hanks (2008). Como consequência dessas aproximações teóricas, apresentaremos, no final, uma análise da produção e circulação de jornais em Mariana/MG durante o período eleitoral, em 2012, utilizando-se dos conceitos de campo de Bourdieu e de mundo de Becker.

1. Os âmbitos sociais da argumentação: o ethos como abordagem do contexto

Ao considerar o auditório visado como elemento fundamental para o desenvolvimento de qualquer argumentação, uma dimensão psicológica e outra sociológica são colocadas como pontos de ancoragem para a recepção e a produção do discurso. Essas dimensões que perpassam a materialidade discursiva enunciada por um orador ou oradora, de seu lugar na sociedade e da relação de alteridade que

¹ Não apenas Amossy, mas uma série de pesquisadores do discurso tem tomado, nos últimos 30 anos, a Nova Retórica como ponto de partida para o desenvolvimento de suas teorizações. Dentre eles, destacamos, em língua francesa, os trabalhos de Amossy (2008, 2017, 2020), Koren e Amossy (2002), Plantin (2009) e Adam (2002), e em língua inglesa Gross e Dearin (2003) e Frank e Bolduc (2010) como fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa que resultou neste artigo.

estabelece na projeção de um auditório qualquer ao qual se dirige, são pontos de ancoragem para quem vai tanto analisar um discurso argumentativo como proferi-lo. Esses dois movimentos – da psicologia e da sociologia como níveis de análise do discurso argumentativo e como pontos de ancoragem para quem analisa – são simultâneos e não se dissociam. Outro nível é o das técnicas argumentativas materializadas no discurso enunciado pelo orador ou pela oradora, que seleciona seus argumentos sempre visando o auditório a ser influenciado (QUEIROZ, 2016).

No *Tratado da argumentação*, Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005 [1958]) definem o auditório como uma construção que tem sempre em vista seja o caráter (as características morais e psicológicas) seja o meio social (as instituições e a hierarquia) do auditório ao qual se dirige. A reflexão acerca do papel do auditório no desenvolvimento da argumentação, formulada pelos autores do *Tratado*, é legatária da tradição retórica, que apresenta em certos capítulos dos antigos tratados “verdadeiros estudos de psicologia” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 23). Esta colocação é feita com base nas proposições de Aristóteles acerca da classificação dos auditórios; de Cícero, acerca dos tipos de pessoas; e de Quintiliano, acerca das diferenças de caráter. A Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca, por sua vez, preocupar-se-ia – no âmbito da psicologia – com os estados de consciência gerados pelas argumentações e com a intensidade de adesão gerada no auditório em relação às teses apresentadas ao seu assentimento. Todavia, por serem o foco analítico da teoria da argumentação os meios suscetíveis de se alcançar tais estados de consciência, o estudo da psicologia no campo da argumentação apresenta-se como nível possível de análise².

Outro ponto de ancoragem para a análise da argumentação é a sociologia do conhecimento³, discutida como ferramenta útil para a compreensão dos sistemas simbólicos que perpassam os sujeitos numa situação de comunicação (PERELMAN, 2004 [1959]). Dado o foco da Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca ser o papel do auditório no desenvolvimento da argumentação do orador, o mapeamento desses sistemas simbólicos, resultados de práticas sociais exercidas nos mais diversos campos da atividade humana, permitem a quem analise o discurso compreender o funcionamento da argumentação no nível das técnicas, uma vez que a cultura de cada auditório transparece nos discursos que lhes são destinados. Essa anaclástica da cultura do auditório no discurso do orador – o reflexo e a refração do signo, diria Bakhtin/Volochinov (2004) – estende-se para pensarmos que é com base também nos discursos e em seus auditórios que nos julgamos autorizados a nos informar acerca das civilizações

² A discussão acerca de um estudo psicológico dos efeitos da argumentação encontra-se em “Lógica e Retórica”, publicado em 1950 em parceria com Lucie Olbrechts-Tyteca. In: Perelman, C. *Retóricas*. São Paulo – Martins Fontes, 2004a, p. 59.

³ Segundo Stuart Hall (1980), que busca traçar as bases da noção de ideologia e suas relações com a sociologia do conhecimento, há duas grandes formulações sobre a sociologia do conhecimento: uma fenomenológica, na América do Norte, e uma estruturalista, na França. Essas duas tradições epistemológicas são abordadas também por Hanks (2008) sob a designação de “o contexto como produto do discurso” (como fenômeno) e o “contexto como fator restritivo do discurso” (estrutura). A fim de compararmos duas abordagens dos âmbitos sociais da argumentação, deixaremos em aberta a reflexão sobre qual dessas concepções de sociologia do conhecimento se expressa no conjunto de trabalho dos autores da Nova Retórica. Entretanto, não desconsideramos a possibilidade e mesmo a necessidade desta reflexão, que não será realizada neste artigo por questões de objetivo e espaço.

passadas (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005).

Diferentemente das considerações acerca da psicologia, mais aproximada de um estudo dos estados de consciência e das intensidades de adesão, as que advêm da sociologia se estendem ao ponto de uma teorização mais detalhada dos auditórios. Esses são de três tipos: (I) o auditório universal do discurso científico, da lógica formal, que, embora pretenda coagir todo sujeito à verdade a priori desse sistema universal único – monista –, a verdade de tais proposições somente encontra adesão de determinados auditórios particulares, uma vez que se trata de verdades persuasivas (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005); (II) o auditório formado pelo interlocutor real, ou seja, aqueles auditórios específicos ao qual de fato o orador ou a oradora se dirige buscando adesão, o qual Perelman e Olbrechts-Tyteca buscam afastar do interlocutor de Sócrates, disposto a concordar com a série de raciocínios apresentados e contrapostos tendo como finalidade o esclarecimento (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005); (III) um auditório íntimo, que implica a deliberação consigo mesmo ou consigo mesma e também uma série de acordos pessoais estabelecidos por esse sujeito. Nesses três níveis, o auditório é entendido como “[...] o conjunto daqueles que o orador visa influenciar com sua argumentação” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 22).

A partir dessa breve exposição, depreende-se uma tripartição no estudo da argumentação proposto pela Nova Retórica: a) uma psicologia ligada ao estudo das recepções pretendidas e dos estados de consciência desencadeados a partir dessas visadas; b) uma sociologia ligada ao estudo das inter-relações entre o lugar social do orador e do auditório, dos acordos e desacordos; c) e uma lógica dos valores ligada ao estudo da racionalidade presente na materialidade discursiva, das técnicas argumentativas. Se partirmos do princípio de que a Nova Retórica é um resgate da retórica aristotélica, e que, portanto, seus autores traduzem suas reflexões para a modernidade⁴, é plausível pensarmos numa correlação entre a *heurística* desenvolvida no itinerário de pesquisas de Perelman e Tyteca e a apresentada por Aristóteles. Amossy aponta essa correlação ao relacionar o estudo do *ethos* à sociologia dos campos de Pierre Bourdieu e à pragmática propondo uma compreensão moderna para este conceito cuja origem remonta a Aristóteles, que propõe o *ethos* como meio de construção da argumentação. Nesse sentido e a fim de contribuir para o avanço dessa compreensão primeiro apresentada por Amossy (2008, 2020), proponho pensarmos esses três níveis de análise a partir da tripartição das provas retóricas elaboradas por Aristóteles (*Ret.* 1, 1356a): o *pathos* correspondendo à psicologia enquanto “estudo das recepções, das emoções geradas no auditório”; o *ethos* correspondendo à sociologia enquanto “estudo dos sistemas simbólicos que perpassam o jogo de especulamento empreendido pelo orador na construção de sua imagem” (AMOSSY, 2008, p. 124)⁵; o *logos* correspondendo à lógica dos valores enquanto

⁴ Segundo Barbara Cassin, em *O efeito sofisticado*, Perelman “desde cedo se mostra consciente de reescrever incessantemente Aristóteles” (CASSIN, 2005, p.166).

⁵ Ressalte-se que Amossy, neste mesmo artigo, estuda o *ethos* a partir da sociologia dos campos de Pierre Bourdieu, articulada à retórica e à pragmática. Em *A argumentação no discurso*, obra central de Amossy, traduzida no Brasil pela Editora Contexto, encontra-se também um capítulo dedicado ao estudo do *ethos* – “O *ethos* discursivo ou a encenação do orador” (AMOSSY, 2020, 79-104). No entanto, nos ateremos ao artigo “O *ethos* na intersecção das

“estudo das técnicas argumentativas capazes de suscitar ou aumentar a adesão no auditório”.

É razoável considerarmos que Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), ao vincularem a Nova Retórica à velha tradição da dialética e da retórica gregas, herdaram as noções comuns presentes nesse arcabouço de estudos, herdaram, por assim dizer, as peças comuns ao jogo que jogaram os antigos, principalmente os gregos, e especificamente Aristóteles, em sua *Retórica* e nos *Tópicos*. Para melhor ilustrar essa filiação a Aristóteles – anunciada na primeira página do *Tratado da argumentação* – propomos pensar, a partir do conceito de ciência normal como quebra-cabeça, proposto por Thomas Kuhn⁶, que Perelman e Olbrechts-Tyteca alcançam o antecipado por Aristóteles (*logos/ethos/pathos*) de uma nova maneira (lógica dos valores/sociologia/psicologia). Essa reflexão permite-nos demonstrar a presença de uma perspectiva interdisciplinar no escopo teórico da Nova Retórica, e uma atualização bastante ampla do pensamento aristotélico no século XX.

Esta analogia aqui proposta – *logos/Lógica; ethos/Sociologia; pathos/Psicologia* – tem uma virtude heurística, ou seja, representa uma compartimentação do estudo da argumentação com o intuito de melhor compreendê-la. Todo o programa de estudos de Perelman e Olbrechts-Tyteca, no que concerne à Nova Retórica, pode ser entendido como a fundamentação de uma “teoria geral do discurso persuasivo” (PERELMAN, 1993 [1977], p. 172). Nesse sentido, por se tratar de uma teoria do discurso persuasivo, a Nova Retórica tem seu ponto de partida na reflexão sobre o *logos*, vide toda a extensa catalogação de técnicas argumentativas apresentada no *Tratado*. Como já dito antes, esse complexo teórico também abarca de modo mais sistemático o âmbito do *ethos*/auditório/sociedade, de modo que podemos estabelecer a Nova Retórica como comportadora de uma concepção social da linguagem (QUEIROZ, 2016). As preocupações expressas por Perelman e Olbrecht-Tyteca acerca dos âmbitos sociais da argumentação e dos riscos de se tentar entender a argumentação fora desses âmbitos colocam, de certo modo, o problema comum a toda teoria do discurso, a relação entre texto e contexto e as implicações deste no entendimento do funcionamento daquele.

2. O contexto entendido como uma noção plástica: dois paradigmas de abordagem

Assim como a noção de ciência normal proposta por Kuhn permite-nos perceber de modo mais organizado o modo como a Nova Retórica elabora o “resgate” da tradição da retórica e da dialética gregas (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 1), essa compreensão da prática científica como um jogo de quebra-cabeças possibilitou-nos refletir sobre as implicações de se analisar o *ethos* moderno proposto por Amossy (2008) pelas lentes de uma teoria e metodologias da sociologia diferente,

disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos”, pois este aborda de maneira mais aprofundada as questões relevantes a este estudo, a saber: a relação possível entre *ethos* e sociologia do conhecimento.

⁶ Para Kuhn (1975, p. 59): “Resolver um problema de pesquisa normal é alcançar o antecipado de uma nova maneira. Isso requer a solução de todo tipo de complexos quebra-cabeças instrumentais, conceituais e matemáticos.”

contrária de certo modo, à teoria e metodologia proposta por Pierre Bourdieu. Em certo sentido, a proposta deste artigo é alcançar de um modo diferente aquilo que já fora antecipado por Amossy (2008), ou seja, relacionar a noção moderna de ethos proposta por ela à teoria dos mundos das práticas sociais desenvolvida pelo sociólogo Howard S. Becker. Este exercício nos permite problematizar, por exemplo, a diferença de leituras pretendida por ambas as teorias e as consequências trazidas por essas diferenças teóricas e metodológicas à análise argumentativa do discurso. No entanto, entendo que seja necessário desenvolver um pouco melhor a ideia de que uma outra abordagem do ethos (entendido agora como o contexto social de ocorrência do discurso) possa ser dada ao estudo da argumentação. Para isso, é preciso refletirmos sobre o que designaremos, conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca o fazem de modo bastante teórico, a plasticidade da noção.

O trabalho de William F. Hanks (2008) permite-nos exemplificar a questão da plasticidade das noções quanto ao contexto. Esse linguista e antropólogo desenvolve uma extensa reflexão sobre as formas de abordagem do contexto na linguística e nas teorias do discurso em geral.⁷ Para tal, explora duas concepções dicotômicas de contexto: um como produto do discurso e o outro como fator restritivo do discurso. A primeira concepção, fundamentada pela linguística, pela psicologia e pela microsociologia, concebe o contexto como o resultado das interações imediatas e produzido na troca verbal entre os falantes: “[...] o contexto é um concomitante local da conversação e da interação, efêmero e centrado sobre o processo emergente de fala.” (HANKS, 2008, p. 171). A segunda concepção, fundamentada pela teoria social ampla e pela história, concebe o contexto como dado anterior à fala dos sujeitos, como algo que molda e restringe o seu dizer: o contexto é visto como “[...] global e duradouro, com escopo social e histórico maior que qualquer ato localizado” (HANKS, 2008, p. 171). Essa ampla dicotomia é definida no quadro de teorias mais específicas.

Enquanto produto dos processos enunciativos, pensado a partir de um quadro temporal restrito ao presente e passível de descrições, o contexto é teorizado no escopo da “teoria dos atos de fala de Austin”, pela teoria das “máximas conversacionais de Grice”, pela “etnometodologia” e pela “análise da conversação de Goffman” (HANKS, 2008, p. 170). Já enquanto quadro de restrição dos enunciados, pensado a partir de um quadro temporal conjuntural dos sistemas coletivos e dos processos históricos, o contexto é assim abordado pela “teoria do discurso de Foucault” e pela “sociologia dos campos de Bourdieu” (HANKS, 2008, p. 172). Para Hanks, tais perspectivas são, em grande medida, complementares, e podem ser articuladas a partir de uma abordagem particular, a da antropologia linguística. Nessa perspectiva, ele propõe uma articulação entre essas duas dimensões abrangentes do contexto, as quais são designadas como dimensão “emergente” e como dimensão de “incorporação/encaixamento” (HANKS, 2008, p. 175).

As considerações de Hanks sobre o contexto apontam para uma variedade de definições

⁷ Os trabalhos de Teun A. Van Dik (2008, 2009), no âmbito da análise crítica do discurso, também abordam a noção de contexto, entretanto, de uma perspectiva sociocognitiva, e chegam a propor uma teoria para compreensão desse conceito.

existentes, o qual, segundo Hanks, é entendido como um conceito teórico estritamente baseado em relações, ou seja, dependente do modo como são construídos outros elementos fundamentais, tais como língua, linguagem, discurso, produção e recepção de enunciados, práticas sociais etc. Desse modo, entende-se que “[...] não há contexto que não seja ‘contexto de’, ou ‘contexto para’”. (HANKS, 2008, p. 174).

A Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca desenvolve reflexões sobre o uso das noções na argumentação. Segundo esta teoria, é possível discernir ao menos cinco qualidades de noções: 1) as formalizadas (a noção de “bispo” no xadrez); 2) as semiformalizadas (noções científicas e jurídicas); 3) as oriundas da experiência empírica comum (a noção de ouro); 4) as confusas em sentido estrito (a noção de Bem, por exemplo); 5) as referentes a totalidades indeterminadas (a noção de universo e coisa). Para se dizer a qual grupo pertence uma determinada noção, evidentemente – dizem os autores – é preciso se referir às condições de seu emprego, ou seja, ao sistema em que ela está inserida (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2004b, p. 107). Sendo os conceitos *campo* e *mundo* desenvolvidos no âmbito de teorias científicas, da perspectiva da Nova Retórica eles serão compreendidos como noções semiformalizadas.

Para compreendermos o contexto, conforme nos afirma Hanks, é preciso pensar o modo como outros elementos fundamentais influenciam e determinam seu valor dentro de determinada perspectiva científica, é preciso que pensemos no contexto como um conceito (uma noção) pertencente a um sistema teórico que a define. Tais aproximações permitem-nos dizer, partindo da classificação das noções propostas por Perelman e Olbrechts-Tyteca, que Hanks desenvolve uma abordagem do conceito de contexto entendido como noção semiformalizada, noção científica dependente de um quadro teórico. Nesse sentido, podemos dizer que o trabalho de Hanks permite-nos observar a plasticidade de uma noção não formalizada (ou semiformalizada) tal como sugerem os autores da Nova Retórica em seu estudo sobre as noções (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2004b). Gostaria agora de aprofundar as reflexões acerca da diferença entre ambas as abordagens do contexto desenvolvidas pelas perspectivas comparadas nesse artigo, com o objetivo de explorar suas implicações para o estudo da argumentação.

3. Duas leituras: os conceitos campo e mundo na análise argumentativa

A seguir apresento comparativamente duas leituras de um mesmo *corpus* a partir dos conceitos de campo e de mundo, desenvolvidos respectivamente por Pierre Bourdieu e por Howard Becker. O *corpus* aqui analisado se compõe de jornais, notícias em específico, que circularam durante o período eleitoral de 2012 na cidade de Mariana/MG. Esse material encontra-se registrado e descrito em Queiroz (2016). Cabe aqui justificar a escolha deste corpus de material impresso e o aporte teórico de Amossy (2017 [2014], p. 12), cuja abordagem mais atual privilegia também o estudo de discussões ocorridas em programas de TV e em fóruns de discussão na internet. No entanto, é preciso destacar que mesmo em *Apologia da polêmica* Amossy aborda de maneira sistemática o papel do jornalismo na gestão dos

dissensos na esfera pública de uma sociedade democrática (AMOSSY, 2017, pp. 7-8).

3.1 O campo em Bourdieu: os papéis e as funções sociais do jornalismo

Na análise argumentativa do discurso de Ruth Amossy, a abordagem do que é designado neste trabalho por contexto da argumentação – que se traduz por uma abordagem do ethos da argumentação produzida – é realizada com base na teoria dos campos proposta pelo sociólogo Pierre Bourdieu⁸. Nessa perspectiva (AMOSSY, 2008), a argumentação é entendida em dois níveis – a interação discursiva e a interação social, sendo o primeiro determinado pelo segundo, ou seja, a eficácia do discurso do orador dependerá sempre de seu lugar social. Amossy resgata de Bourdieu a resposta que propõe à teoria dos atos de fala de J. L. Austin, na qual a performatividade está contida no próprio enunciado, que, dotado de uma espécie de força inerente, age sobre o mundo (as pessoas, as coisas). Na leitura de Bourdieu, esse poder das palavras deriva das relações de força numa dada situação social relativa às posições que sujeitos ocupam em um determinado campo de práticas sociais (BOURDIEU, 2008).

A sociologia dos campos de Bourdieu, com suas relações de força organizadas pela economia das trocas simbólicas, somada às contribuições da pragmática e da Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca, funciona como ferramenta para o entendimento do que chama Amossy uma noção contemporânea de ethos, a imagem de si no discurso (AMOSSY, 2008). Essa noção é composta por dois níveis de análise: o primeiro, diz a autora, é o nível interacional: o ethos como resultado de uma interação verbal e interno ao discurso. O segundo nível, o institucional, formulado a partir das proposições de Bourdieu, define as posições que os sujeitos dessa interação ocupam dentro de determinado campo de práticas sociais: religioso, político, jornalístico etc. O interesse de Amossy é a materialidade discursiva, assim, a sociologia dos campos de Bourdieu, no interior de sua Análise Argumentativa do Discurso (AAD), visa sistematizar a compreensão do ser do mundo de que fala Oswald Ducrot. As reflexões desta autora vão além desses breves apontamentos, que servem por ora para demonstrarmos a presença de uma reflexão sociológica na AAD, reflexão que pode ser caracterizada como “restritiva do discurso” (HANKS, 2008, p. 171).⁹

Esta concepção está fundamentada na teoria dos grandes processos sociais e históricos, que concebem o contexto como anterior e estruturante da ação e, portanto, da fala dos sujeitos, contexto que molda e restringe o seu dizer: o contexto visto como “[...] global e duradouro, com escopo social e histórico maior que qualquer ato localizado” (HANKS, 2008, p. 171). Assim, para tratarmos da atividade

⁸ Amossy (2008) fala antes em aplicações sociológicas do estudo da argumentação, seguindo assim a proposição de Perelman em “Os âmbitos sociais da argumentação” (2004). A pesquisadora utiliza-se da sociologia dos campos de Bourdieu para explicar o que vem a ser o quadro institucional (social) do discurso, sendo a retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca ligada mais aos quadros interacionais (textuais) do discurso.

⁹ Em *A argumentação no discurso* (2020, p. 86-88), Amossy considera a relevância das contribuições de Erving Goffman para o estudo do ethos no âmbito das ciências da linguagem e das ciências sociais contemporâneas. No entanto, essa consideração deve ser vista como parte da abordagem histórica que Amossy desenvolve para compreender o sentido do ethos nessas ciências.

jornalística e do papel das notícias na construção da realidade do pleito eleitoral alcançada pelos leitores, é preciso resgatar dados históricos referentes à política municipal e aos jornais de Mariana-MG, por exemplo. Estes dois campos (político e midiático), para a teorização de Bourdieu, estão associados, de modo que o jornalismo é visto como um veículo do político e vice-versa, o político é a principal fonte de notícias do jornalismo. Nesse sentido o clientelismo que caracteriza a política do interior não é apenas eleitoral, mas também jornalístico.

Na tese defendida por Bourdieu, o campo jornalístico cada vez mais sofre influências do campo econômico – do mercado, no qual o consumo é estruturante das relações sociais. Nessa perspectiva, não apenas as relações de produção têm uma força estruturante. Para o sociólogo, o campo jornalístico, ao dar visibilidade à vida política através da lógica do consumo, interfere negativamente no campo político, particularmente na formação da opinião pública. A interseção entre esses dois campos é ilustrada pelo fetiche das candidaturas, ou seja, pelo aspecto análogo entre a oferta de candidaturas durante as eleições e de mercadorias durante as promoções. O jornalismo é assim um instrumento da política, sendo o grau de autonomia de um órgão de imprensa medido pelo nível das receitas que esse órgão recebe do Estado e de empresas privadas, isso através de anúncios e subvenções (BOURDIEU, 1997). A lógica que rege o mercado das trocas simbólicas no interior do campo jornalístico é assim uma lógica de consumo.

O período eleitoral é um momento de efervescência econômica para os jornais, que veem nele a possibilidade de aumentarem suas arrecadações, seja pelas propagandas explícitas (como os santinhos, e todas as demais que precisam ter o valor de inserção registrado), seja por propagandas implícitas, como notícias e materiais que visam favorecer determinado candidato. O período eleitoral é também o momento de o jornal garantir suas receitas para os próximos quatro anos. Nesses termos, é interessante que os jornais atuem de maneira “imparcial” em relação aos candidatos, publicando material de todos, pois o candidato eleito poderá lembrar-se dos jornais que o deram visibilidade e priorizar alguns dentre eles quando resolver publicar alguma propaganda institucional. Apenas a título de ilustração, dois jornais de Mariana/MG estudados durante as eleições do ano de 2012 receberam os seguintes valores por inserção de propaganda: R\$ 16.668,00, o jornal *Ponto Final*; e R\$ 3.870,00 o *A Semana*. Esses valores são referentes às propagandas políticas de candidatos a “prefeito” que circularam durante o período eleitoral e refletem essa relação entre os campos político e jornalístico.

Se, por um lado, os jornais participam do jogo político por projetarem nele uma fonte de renda e uma garantia para sua atuação nos quatro anos que se seguirão ao pleito, por outro, os políticos veem nos jornais um meio de fazerem suas imagens presentes para o público leitor e eleitor. Mais do que atribuir presença ao político, o discurso de verdade do jornalismo, o fato noticiado e sua pretensão à verdade, servem ao político como meio de legitimação de suas ações. O campo jornalístico é assim o veículo de divulgação do campo político. Por sua vez, ambos estão submetidos ao campo econômico, que regula todas as trocas simbólicas na sociedade. Em Mariana, interior de Minas Gerais, a estrutura de funcionamento do jornalismo durante o período eleitoral advém de outros tempos, ela perdura no tempo; assim também a estrutura política, no interior da qual os atores políticos que competem ao pleito

estão em cena já há várias gerações. O que acontece em Mariana, a relação estreita entre a política e o jornalismo, e o ethos de legitimidade que este tem para tratar da realidade, lido nesta perspectiva, são relações que não se restringem àquela localidade. Em quase todo o mundo, o campo político tem no campo jornalístico um veículo de circulação.

Perspectivas sociológicas mais focadas no contexto imediato errariam, na visão de Bourdieu, por não conseguirem captar os mecanismos profundos que organizam o discurso de determinado sujeito, o qual só poderá ser entendido quando relacionado à posição que esse sujeito ocupa na estrutura de distribuição do capital linguístico (BOURDIEU, 2008). De maneira resumida, pode-se dizer que Bourdieu preocupa-se antes com a “estrutura” que antecede a ação discursiva (estrutura que é a origem da performatividade, da força ilocutória, de um discurso) do que com a “ação” originária e constituidora dessa estrutura. Está mais focado nos sistemas simbólicos dominantes que constituem – para ele – a realidade social, e os quais são incorporados a partir dos *habitus* sociais. A ação em Bourdieu parece ser antes o resultado da incorporação daquilo que já está dado *a priori* (os campos de atividades humanas com seus papéis e funções sociais definidos), do que o ponto de emergência dessas estruturas subjacentes.

3.2 O mundo em Becker: as etapas de produção da representação

Howard Becker parte da perspectiva dos estudos de caso. Diferentemente da pesquisa psicológica, na pesquisa social o caso deixa de ser o de um indivíduo específico e passa a ser o de uma atividade entendida dentro de uma rede de relações sociais, ou mundos de relações sociais (BECKER, 2014). O acúmulo de pesquisas empíricas de situações e casos específicos baseada na observação participante é o que permite postular teses teóricas e a generalidade destas está sempre condicionada à especificidade da realidade em estudo. Tais estudos tentam também desenvolver declarações teóricas mais gerais. Entretanto, tais proposições são bastante modestas em termos de abstração em comparação ao estilo de Bourdieu. Enquanto que, para Bourdieu, o acesso ao contexto social depende de um quadro teórico bem fundamentado, o acesso ao contexto para Becker é antes de tudo possibilitado pela pesquisa de campo bem feita.

A partir do estudo da atividade organizacional e da observação do caso, chega-se à representação, ao artefato produzido pela comunidade estudada. Tais representações são assim entendidas como fatos sociais, ou seja, como resultado de atividades coletivas, as quais acontecem no interior de mundos específicos. Para Becker, uma representação equivale a um relato sobre a sociedade, e é entendida como artefato secundário em relação à atividade da qual resulta, ela é “[...] os restos congelados da ação coletiva, reanimados sempre que alguém os emprega” (BECKER, 2009, p. 27). Nessa perspectiva, quem analisa terá que se voltar inteiramente para o contexto imediato da produção e de recepção com a finalidade de entender a representação (o texto); em sua análise deverão ser introduzidos todos os aspectos das atividades em que elas são feitas: estrutura burocrática, orçamentos,

códigos profissionais, características e aptidões do público etc. Todos esses dados servem para a descrição dos mundos de produtores e de usuários de representações (BECKER, 2009). A atividade coletiva revela aspectos acerca da forma e do conteúdo das representações produzidas e recebidas em seu interior. Se para a sociologia de Becker a representação é um artefato secundário, para a teoria da argumentação ela é o artefato primário, do qual o analisador buscará tirar a compreensão acerca do funcionamento da argumentação: como o orador se constrói, qual o auditório visado por ele, quais técnicas/raciocínios ele utiliza etc.

A atividade organizacional dos jornais em Mariana, em sua maioria, é mínima, e conta na maioria dos casos com apenas um jornalista que cumpre diferentes funções no jornal, empresário, editor chefe e revisor, ficando o trabalho de jornalista para estagiários estudantes de Jornalismo e de Letras da universidade que se localiza nessa cidade (Universidade Federal de Ouro Preto). Os jornais precisam preparar a edição e encaminhá-la para uma gráfica, para depois deixá-la nos pontos de distribuição¹⁰. Em muitos casos, os jornais contam apenas com um jornalista para a apuração das pautas. As redações são pequenas, funcionam como escritórios. Manter um jornalista pesa no orçamento do jornal e, ao mesmo tempo, o veículo precisa de um profissional registrado para assinar pelas matérias. Essas condições se coadunam à atuação das assessorias de campanha dos candidatos, que produzem material de divulgação de seus candidatos e os envia às redações dos jornais, que por sua vez fazem uso desse material para a elaboração das notícias. O *release*, neste contexto de eleições, pode ser definido como um texto promocional de determinado candidato. Sua função é exaltar a imagem do candidato e rebaixar a imagem do(s) adversário(s) (QUEIROZ; VIEIRA, 2014).

Aos jornais cabe a averiguação das informações contidas no *release* e a complementação dessas informações para a construção da notícia. A averiguação das informações contidas na notícia é então o “critério bom o suficiente” (BECKER, 2009, p. 115) para a utilização de *releases*, ou seja, desde que esse seja apurado, não haverá nenhuma restrição para o seu uso. Para Becker (2009), o critério do “bom o suficiente” consiste em um acordo social estabelecido por “usuários” sobre as representações utilizadas por eles cotidianamente. Entretanto, não vemos por que não considerar que os jornalistas como “produtores” de notícias tenham tal critério como meta, e isso pelo fato de serem os jornalistas/produtores também leitores/consumidores de notícias. Digamos então que a averiguação das informações contidas nos releases serve também como critério de “legitimidade” e de “credibilidade” para a prática jornalística, a qual está fundada “na crença social de que as notícias refletem a realidade” e de que “que os jornalistas são imparciais” (TRAQUINA, 2005, p. 149).

As notícias são então representações da realidade e estabelecem com seu usuário um acordo sobre a veracidade do fato. Enquanto representações, elas refletem (e refratam) o mundo organizacional que a produziu. Becker (2009) define quatro etapas no processo geral de feitura de representações dentro

¹⁰ À época de realização da pesquisa, o ano de 2012, os jornais estudados possuíam sites e tinham circulação digital. Entretanto, essa presença era ainda muito reduzida se comparada à distribuição física dos jornais.

de uma organização. Essas etapas relacionam-se, em alguma medida, com as partes da retórica¹¹. Podemos dizer que essas etapas de produção de uma representação são as práticas sociais que engendram no mundo práticas discursivas. Resumidamente, as etapas de produção da representação são:

(I) Seleção – Momento de escolha das informações que irão ou não entrar na notícia. Becker considera que o que é incluso nesta só o é segundo critérios de aceitabilidade estabelecidos entre produtores e usuários, de modo que toda representação é considerada como “boa o suficiente” para os objetivos a que se propõe. Em uma aproximação com as partes da Retórica, digamos que a seleção corresponde à *invenção*, ou ao que Perelman e Olbrechts-Tyteca designaram como “escolha dos dados” (2005, p. 131).

(II) Tradução – Momento de transformação das informações selecionadas, as quais devem ser “traduzida[s] para materiais e linguagens convencionais de um gênero particular” (BECKER, 2009, p. 33). Em alguns casos, as informações passadas pelas assessorias foram praticamente transpostas. Todavia, é ingênuo pensar que a presença dessas informações num release e numa notícia são as mesmas: traduzidas para notícia (após a etapa de seleção/averiguação), tais informações alcançam o estatuto de verdade e não de propaganda explícita como no release.

(III) Arranjo – Momento em que as informações sobre o fato, uma vez escolhidas e traduzidas, são apresentadas para que os usuários possam compreender o que está sendo dito. Becker considera que a ordem dos elementos (informações) é sempre arbitrária e determinada. A parte da Retórica referente ao arranjo seria a disposição, ou “a apresentação dos dados” segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005, p. 161). Estabelecida a escolha, pautada nos dados encaminhados no release, a disposição das informações na notícia, o seu texto, e as fotos que o acompanham, a sua disposição na página do jornal, e mesmo a página em que ela se localiza, são elementos que servem para analisarmos a presença conferida ao fato e ao candidato nas notícias.

(IV) Interpretação – Momento de leitura das notícias, a qual se realizará sempre em relação ao que seus usuários sabem fazer interpretativamente (BECKER, 2009, p. 38). Pressupõe-se aqui que o leitor seja capaz de ler um texto, o que não significa dominar a norma padrão. O leitor/eleitor precisa apreender os dados mais evidentes para a construção do sentido proposto na notícia. Sobre a etapa da interpretação, mais associada ao processo de recepção do texto (notícia), podemos relacioná-la ao que foi desenvolvido anteriormente como sendo uma psicologia dos auditórios no escopo teórico da teoria da argumentação proposta por Perelman e Olbrechts-Tyteca.

A leitura da situação social como um mundo de atividades coletivas permite-nos enxergar os acordos estabelecidos entre a atividade jornalística e a política durante cada período eleitoral como uma

¹¹ Roland Barthes (1975, p. 182) descreve assim as cinco partes da retórica antiga: *inventio/euresis* (achar o que dizer); *dispositio/taxis* (por em ordem o que se encontrou); *elocutio/lexis* (acrescentar o ornamento das figuras); *actio/hypocrisis* (gestos e dicção); *memoria/mneme* (recorrer à memória). Essas partes da retórica antiga as encontraremos na Nova Retórica, assim como ocorre com as noções de *ethos/pathos/logos*, resgatadas de Aristóteles. Por não ser objetivo deste estudo, não me esforcei em apresentar maiores detalhes sobre o resgate desses “fatos do discurso” – para usar ainda de Barthes – na Nova Retórica.

única rede de relações sociais. Não estariam se interseccionando dois campos de práticas autonomamente constituídos, como quer Bourdieu, mas sim uma atividade coletiva em que a produção de notícias e a campanha eleitoral marianense relacionam-se como prestadores de serviço uns para os outros, pois, se os jornais divulgam as informações referentes às campanhas (servindo assim a elas como meio de divulgação), as assessorias alimentam os jornais com fatos, por meio de *releases* e outros materiais. Uma das razões de os jornais utilizarem os *releases* encaminhados é a ausência de jornalistas para cobrirem todos os eventos políticos, como já foi descrito. Poderíamos trazer vários outros aspectos para descrever mais densamente o funcionamento das redações de jornais na cobertura dos fatos, entretanto, acreditamos que o exposto pode ser entendido como bom o suficiente – à maneira de Becker – para exemplificar o funcionamento do mundo dos jornalistas em Mariana/MG durante o período eleitoral de 2012.

Conclusão

A partir da exposição feita, entendo ter alcançado o objetivo inicial deste artigo, ou seja, compreender a plasticidade de uma noção semiformalizada como a de *contexto*, a fim de refletir e comparar as noções de campo e mundo, utilizadas por Bourdieu e Becker respectivamente, e aproximando-as aqui do que designamos como o contexto de um texto. Ao mostrar que as noções de campo e mundo propõem diferentes modos de abordagem do contexto¹², oferecemos a quem analisa o discurso argumentativo uma proposta heurística. Assim, se em Bourdieu temos a sociedade vista de cima e disposta como uma sucessão de mapas que guardam (na medida em que se estendem e variam no tempo) características dominantes do mapa social anterior, em Becker temos a sociedade vista de baixo e disposta também como um mapa, todavia um mapa restrito a uma localidade específica (a uma organização que pensa essa localidade mais especificamente) e a um período de tempo limitado. Neste artigo, a comparação (não a síntese) teórica dessas duas perspectivas foi ilustrada nas análises apresentadas, cujo fim foi compreender o contexto de realização e produção da atividade jornalística durante o período eleitoral, em específico na cidade de Mariana/MG, o que entendemos como um ganho à análise argumentativa do discurso.

Além disso, a análise comparativa das duas perspectivas teóricas proposta neste artigo contribui para refletirmos sobre a posicionalidade de quem analisa o discurso e sobre as implicações que a noção de contexto traz à sua atividade. Nesse sentido, o jogo de lentes antes desenvolvido permite-nos pensar

¹² Sobre as diferenças entre as noções de mundo e campo, indicamos uma entrevista concedida por Becker a uma revista de arte francesa, e publicada depois também em inglês. Nessa entrevista, o teórico norte-americano procura explicar alguns equívocos em associar essas duas noções. Não nos referiremos mais do que esta nota à entrevista por ela estar carregada da visão de Becker (e da sociologia de Chicago) acerca das noções utilizadas por Bourdieu. Utilizar dos dados da entrevista para explicar a noção de campo de Bourdieu seria explicá-la segundo uma visão que a questiona em seus fundamentos de modo a invalidá-los. Entretanto, a entrevista de Becker demonstra a preocupação de uma abordagem fenomenológica não ser confundida com outra abordagem estruturalista, e por isso expõe a realidade dessas diferentes visões da sociedade (cf. BECKER; PESSIN, 2006).

a atividade analítica como uma atividade de leitura cujos sentidos estarão sempre sujeitos às condições materiais e teóricas de produção dessa leitura. Essa perspectiva pode sugerir a alguns a pretensão de se colocar em questão o caráter de objetividade da atividade de análise argumentativa do discurso, pois relativiza o modo de se observar um de seus elementos (o ethos/o contexto). No entanto, entendendo ser justamente o contrário o que é alcançado neste artigo, pois, à medida em que demonstramos que os conceitos de campo e de mundo oferecem leituras distintas (dados/informações) sobre o contexto de produção da argumentação, também demonstramos que ambas oferecem leituras pautadas por parâmetros de análise, os quais nos permitem apreender as regularidades constitutivas do contexto (dos âmbitos sociais da argumentação).

Ao tratar da relação entre argumentação, ethos e contexto social, este artigo visa fundamentar e ilustrar a Nova Retórica como uma teoria interdisciplinar do discurso persuasivo. Essa tese é defendida pelos próprios autores da teoria, seja no *Tratado da argumentação* quando fazem referência a uma sociologia dos auditórios (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 23), seja quando tratam de uma abordagem psicológica do auditório (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2004a, p. 59). Nas palavras de Perelman: “Em minha opinião, todas as disciplinas são ramos auxiliares umas das outras” (PERELMAN, 2004, p. 312). Nesse sentido e a partir do que foi exposto neste artigo, podemos definir a teoria da argumentação apresentada na Nova Retórica como uma teoria interdisciplinar do discurso persuasivo, e demonstrar, portanto, a necessidade de uma abordagem teórica e metodológica que considere o contexto de ocorrência da argumentação a fim de melhor compreender seu funcionamento.

Por fim, é preciso destacar que não está descartada a hipótese de se definir uma das duas abordagens aqui desenvolvidas (sociologia dos campos e sociologia dos mundos) como mais coerente aos preceitos teóricos da própria Nova Retórica. No entanto, a partir das reflexões desenvolvidas neste artigo e na pesquisa que o antecipa, parece plausível apontarmos a possibilidade de ambas as abordagens teóricas (de Bourdieu e de Becker) serem relacionáveis de modo coerente à teoria da argumentação desenvolvida por Perelman e Olbrechts-Tyteca, assim como Amossy (2020, pp. 86-89) realiza em sua obra, que tem na Nova Retórica um ponto de partida muito relevante. Além disso, é preciso destacar também que não está descartada a hipótese de identificarmos em toda a Nova Retórica uma abordagem mais sistematizada para o que seus autores designaram uma abordagem psicológica do auditório, ou seja, uma abordagem para os efeitos produzidos pela argumentação, uma abordagem da recepção do discurso. No entanto, como desenvolvido antes, ao menos no *Tratado da argumentação* e nos textos em que participam Perelman e Olbrechts-Tyteca em conjunto, podemos identificar uma abordagem mais voltada para os âmbitos sociais da argumentação.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. (2008). “O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos”. In: Amossy, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto. [1999]

- AMOSSY, Ruth (2017). *Apologia da polêmica*. São Paulo: Editora Contexto. [2014]
- AMOSSY, Ruth (2020). *A argumentação no discurso*. São Paulo: Editora Contexto. [2010]
- ARISTÓTELES. (2005). *Retórica*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- BAKHTIN, Mikhail. (2004). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec.
- BARTHES, Roland. (1975). A retórica antiga. In: Cohen, Jean; e all. *Pesquisas de retórica*. Petrópolis: Vozes.
- BECKER, Howard S. (2007). *Segredos e truques da pesquisa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- BECKER, Howard S. (2009). *Falando da Sociedade: ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- BECKER, Howard S.; Pessin, Alain. (2006). A Dialogue on the Ideas of “World” and “Field”. *Sociological Forum*, 21(2), 275–286. DOI: [10.1007/s11206-006-9018-2](https://doi.org/10.1007/s11206-006-9018-2)
- BOURDIEU, Pierre. (2008) *A economia das trocas lingüísticas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- BOURDIEU, Pierre. (1997). *Sobre a Televisão: seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CASSIN, Barbara. (2005). *O efeito sofisticado: Sofística, Filosofia, Retórica, Literatura*. São Paulo: Editora 34.
- DIJK, Teun A. van. (2008). *Discourse and Contexto: A sociocognitive approach*. Barcelona, Pompeu Fabra University.
- DIJK, Teun A. van. (2009). *Society and Discourse: how social contexts influence text and talk*. Barcelona: Pompeu Fabra University.
- FRANK, David A.; Bolduc, Michelle. (2010). Lucie Olbrechts-Tyteca's New Rhetoric, *Quarterly Journal of Speech*, 96(2), 141-163.
- GROSS, Alan; Dearin, Ray. (2003). *Chaïm Perelman*. Albany: State Univrsity os New York Press.
- HANKS, William. (2008). *Língua como prática social: das relações entre língua, cultura e sociedade a partir de Bourdieu e Bakhtin*. São Paulo: Cortez.
- HALL, Stuart. (1980). O interior da ciência: Ideologia e “Sociologia do Conhecimento”. In *Da Ideologia*. Trad. Rita Lima. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- KUHN, Thomas. (1975). *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva.
- KOREN, Roselyne; Amossy, Ruth. (Ed.) (2002). *Après Perelman: Quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques? La argumentation dans la sciences du langage*. Paris: L’Harmattan.
- PERELMAN, Chaïm. (1993). *O império retórico*. Porto: Edições ASA [1977].
- PERELMAN, Chaïm. (2004). Os âmbitos sociais da argumentação. In *Retóricas* (p. 303-322). São Paulo: Martins Fontes [1959].

PERELMAN, Chaïm; Olbrechts-Tyteca, Lucie. (2004a). Lógica e Retórica. In C. Perelman (Ed.) *Retóricas* (p. 57-91). São Paulo: Martins Fontes [1950].

PERELMAN, Chaïm; Olbrechts-Tyteca, Lucie. (2004b). As noções e a argumentação. In C. Perelman (Ed.) *Retóricas* (p. 105-127). São Paulo: Martins Fontes [1955].

PERELMAN, Chaïm; Olbrechts-Tyteca, Lucie. (2005). *Tratado de Argumentação: a Nova Retórica*. São Paulo: Martins Fontes [1958].

PLANTIN, Christian. (2008). Un lieu pour les figures dans la théorie de l'argumentation. *Argumentation et Analyse du Discours*, 2.

QUEIROZ, Marcos Vieira de. (2016). Argumentação, definição e sociedade : o ethos e a construção social da realidade nos jornais de Mariana/MG durante as eleições municipais de 2012. 2016. 105 f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana.

QUEIROZ, Marcos V.; VIEIRA, Ubiratan. (2014). A utilização de releases na cobertura jornalística de uma eleição municipal: a circulação do discurso entre o político e o midiático. *Revista Vozes e Diálogos: Itajaí*, v. 13, n. 01, jan./jun.

TRAQUINA, Nelson. (2005). *Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são*. Vol. 1. Florianópolis: Insular.