

FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (FNPJ)
XIV ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO
X CICLO NACIONAL DE PESQUISA EM ENSINO DE JORNALISMO
MODALIDADE DO TRABALHO: Comunicação Científica
GRUPO DE PESQUISA: ENSINO DE ÉTICA E DE TEORIAS DE JORNALISMO

O Jornalismo e sua relação com argumentos retóricos e persuasivos

Autor: Eduardo Pereira Romero
girobrasil@gmail.com

Co-autora: Bárbara Cunha Ferragini
barbaracferragini@gmail.com

Co-autora: Greicy Mara França
greicymara@hotmail.com

Resumo

Este artigo busca refletir sobre a proximidade entre jornalismo e argumentos retóricos, partindo do princípio de que todo texto jornalístico depende de algum procedimento retórico para persuadir o “auditório” (leitor). Para isso, tem-se como apoio teórico o “Tratado de Argumentação – Nova Retórica”, de Chaim Perelman (1999), pioneiro no resgate e reabilitação no conceito proposto por Aristóteles e autores contemporâneos. Assim, pretende-se compreender a contribuição da retórica para o discurso jornalístico.

Palavras-chave: Argumentação, retórica, persuasão, discurso jornalístico.

Eduardo Pereira Romero – jornalista, mestrando em Comunicação Social na UFMS e Pós-graduando em Didática e Metodologia do Ensino Superior pela Unaes/Anhanguera.

Bárbara Cunha Ferragini – jornalista, mestranda em Comunicação Social pela UFMS e Pós-graduanda em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Estácio de Sá.

Greicy Mara França, docente do curso de Mestrado em Comunicação Social na UFMS, Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

INTRODUÇÃO

Muito antes de Marshall McLuhan (1979) vislumbrar que os meios de comunicação se tornariam tão influentes na vida do público a ponto de serem considerados extensões do homem, ou ainda, o quarto poder, Lippman (1922) já defendia que o público era dependente da mediação destes para a compreensão do mundo exterior.

Como meio de interação pública, a mídia, e mais precisamente o jornalismo, “ [...] que ao mesmo tempo constrói e reflete a interpretação do mundo em que vivemos [...]”¹ (LADEVÉZ apud RAMIRES, 2009, p.3), acaba por fazer uso dos argumentos² retóricos, ao produzir e reproduzir discursos.

O discurso “midiático” e o “jornalístico”, por sua vez, não deixam de ser uma narrativa³, pois “traduzem o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo(...) em relatos”. (MOTTA, 2005, p.2).

Partindo do princípio de que “toda comunicação tem por objetivo a transmissão de uma mensagem” (VANOYE, 1998), e que a persuasão⁴ é inerente a todo e qualquer ato de comunicação (FIORIN, 2005), tem-se que o discurso jornalístico, informativo por natureza, é construído de modo a persuadir o receptor a

¹ No idioma original “Como medio de interacción pública en que al mismo tiempo se construye y se refleja la interpretación del mundo en que vivimos (Ladevéze, 2002), el periodismo dicho serio, por más serio que se pretenda, no escapa evidentemente de los peligros de la simplificación y manipulación por procedimientos retóricos”.

² Segundo o dicionário da Língua Portuguesa Folha/Aurélio, argumento significa 1: raciocínio pelo qual se tira uma consequência ou uma dedução. 2 Indício, vestígio. 3 Assunto, tema, enredo. 4 Sumário, resumo. 5 Discussão, contenda, altercação. Argumento ad iudicium. Argumento fundamentado na opinião corrente ou no senso comum.

³ Motta (2005, p.2) explica que as narrativas midiáticas podem ser tanto fáticas (notícias, reportagens, documentários), quanto fictícias (telenovelas, musicais, filmes, quadrinhos, alguns comerciais de TV, etc). O fático seria mais utilizado para causar o efeito de real (a objetividade) e o fictício para causar efeitos emocionais (subjetividades).

⁴ Segundo Littlejohn (apud SOUSA, 2003, p. 26) “A persuasão é o processo de induzir mudanças através da comunicação”.

respeito da mensagem que está sendo veiculada, função primeira da retórica⁵, segundo Aristóteles (1998, p. 33). Ainda que não seja feito de maneira intuitiva, está sub-entendido que: “Quem narra tem algum propósito ao narrar, nenhuma narração é ingênua”. (MOTTA, op. cit, p.3)

Pensar em persuasão, neste caso, remete pensar na escolha do uso de linguagens (na construção de discursos) que possam convencer o outro da veracidade de certas visões de mundo (opiniões), que o levem a agir, por meio de um tipo de discurso⁶. (MAGALHÃES, 2000)

Observa-se, portanto que enquanto persuasão, a retórica estaria embasada por argumentos (verossímeis, aceitáveis), que, por outro lado, são construídos a partir de raciocínios lógicos, com vistas à persuasão e o convencimento.

Mas qual seria a contribuição da retórica para o discurso jornalístico? Há alguma relação de proximidade entre ambos?

Inserido neste contexto, este artigo busca compreender melhor os conceitos, bem como a relação entre retórica, persuasão e jornalismo. Para isso, este trabalho apresenta uma breve contextualização histórica, de modo que se possa contribuir para a reflexão teórica sobre a relação entre mídia e técnicas argumentativas para conquistar o público.

RACIOCÍNIO, RETÓRICA E ARGUMENTAÇÃO

Não há como falar sobre as origens da argumentação sem citar Aristóteles. Dedicado a trabalhos retóricos, o filósofo definiu quatro formas de raciocínio⁷, o analítico, o dialético, o erístico e o paralógico. O primeiro é formado por premissas demonstrativas e impessoais (é exclusiva da lógica). O segundo opera com o

⁵ No dicionário básico da Língua Portuguesa Folha/Aurélio, retórica significa: 1. Eloquência; oratória. 2. Conjunto de regras relativas à eloquência. 3. Tratado que encerra essas regras. 4. Adornos empolados ou pomposos de um discurso. 5. Discurso de forma primorosa, porém vazio de conteúdo.

⁶ Para Savioli e Fiorin (2001, p.30) “um discurso é sempre, pois, a materialização de uma maneira social de considerar uma questão”.

⁷ "O raciocínio é um argumento em que, estabelecidas certas coisas, outras coisas se deduzem necessariamente das primeiras". (ARISTÓTELES, 1978, p.5)

verossímil, está ligado à ideia de justificação. Parte do pressuposto do que é aceito e tem por finalidade admitir outras teses, que podem ser controversas, mas o intuito é o mesmo: persuadir. Portanto, mais utilizado como instrumento retórico. Já os raciocínios erísticos partem de premissas aparentemente verdadeiras, mas que não o são; e finalmente os raciocínios paralógicos são os que partem de premissas falsas. (ARISTÓTELES, 1978).

Os dois últimos tipos, conforme relembra Magalhães et al (2004, p.2) “são eminentemente sofisticas”, ou seja, herança dos sofistas⁸ (mestres da Grécia Antiga, que se destacavam por uma visão relativista da verdade e por sua capacidade de persuasão).

De acordo com a organização clássica das disciplinas, a argumentação estaria vinculada à lógica⁹, “arte de pensar corretamente”, à retórica, “a arte de bem falar”, e à dialética, “a arte de bem dialogar” (PLANTIN, 2008). Esta seria a base para a qual a argumentação foi pensada, de Aristóteles até o momento em que, após um processo de desestruturação no final do século XIX, passou a firmar-se como pensamento autônomo.

A argumentação como “discurso lógico” seria definida, conforme o autor, no âmbito de três operações: a apreensão, o juízo e o raciocínio. Espíndola (2010, p.49) explica tal relação:

É pela apreensão que o espírito não somente apreende um conceito como também o delimita. Pelo juízo, é capaz de afirmar ou negar algo sobre esse conceito para poder chegar a uma proposição. Por fim, pelo raciocínio, ele pode encadear tais proposições, possibilitando assim o avanço do conhecido.

⁸ Os sofistas transformaram a retórica em arte do discurso persuasivo. Para eles, o objetivo era ensinar técnicas de persuasão para convencer a qualquer custo. O discurso, portanto, não precisa mais ser verossímil, mas eficaz, convincente. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/filosofia/os-sofistas.htm> Acesso em 05/02/2012.

⁹ No dicionário Aurélio (2008, p. 521), lógica é definida como a “ciência dos princípios normativos e formais do raciocínio”. No dicionário Houaiss (2004, p. 462) lógica é o “estudo filosófico das formas do pensamento (dedução, indução, hipótese, inferência etc.) e do raciocínio, considerados como condição para o conhecimento”.

Em relação à dialética¹⁰, conhecida como a arte do diálogo, da contradição de ideias que leva a outras ideias, tem-se uma interação limitada, segundo Plantin (2008). Um acordo que parte de premissas prováveis (ideias admitidas), no qual se tem um vencedor e um perdedor.

Já no caso da retórica, considerada “filha do raciocínio dialético” (PERELMAN, 1999), tem-se que esta convence através da ‘força’ do discurso, da argumentação, de modo não só a modificar não as ideias, mas também as atitudes.

Ramires (2009, p.10) pontua que a retórica é:

(...) acima de tudo, um esforço para entender os fenômenos complexos envolvidos em qualquer processo de comunicação humana, especialmente aqueles diretamente relacionados com o uso da palavra¹¹.

Deste modo, apreende-se que, apesar de gozar de grande prestígio durante o Império Romano, a retórica, como “arte do discurso” passou a adquirir uma conotação negativa, nos finais do século XVI, e passou a ser relacionada a um discurso artificial, vazio. Deixou de ser objeto de estudo, embora continuasse existindo como prática. O processo de seu desaparecimento se estende até o século XIX.

Na opinião de Serra (1995, p.5), a retórica perde influência, pois:

perde o seu objectivo pragmático imediato, deixando de ensinar como persuadir para passar a ensinar como fazer "belos discursos"; desinteressa-se dos três géneros retóricos referidos atrás, para passar a ocupar-se cada vez

¹⁰ Do grego *διαλεκτική*, a dialética era, na Grécia Antiga, a arte do diálogo, da contraposição e contradição de idéias que leva a outras idéias. Aos poucos, passou a ser a arte de, no diálogo, demonstrar uma tese por meio de uma argumentação capaz de definir e distinguir claramente os conceitos envolvidos na discussão. Disponível em: <http://dicionario.babylon.com/Dialética>. Acesso em: 04/02/2012.

“Aos poucos, passou a ser a arte de, no diálogo, demonstrar uma tese por meio de uma argumentação capaz de definir e distinguir claramente os conceitos envolvidos na discussão”. (KONDER, 1987, p. 7)

¹¹ Na linha original em que foi escrita: “la retórica es, por encima de todo, esfuerzo por comprender los complejos fenómenos involucrados en cualquier proceso de comunicación humana, sobretudo de los directamente relacionados al uso de la palabra”.

mais do género literário; deixa de integrar, numa primeira fase, a pronuntiatio e a memoria, depois a inventio e ainda mais tarde a dispositio, para ficar reduzida à elocutio ou "arte do estilo".

Perelman acredita que o declínio da retórica estaria relacionado à ascensão do pensamento burguês, através da evidência pessoal do protestantismo, racional do cartesianismo ou sensível do empirismo.

Por não ser considerada uma disciplina científica, logo foi eliminada dos programas escolares e universitários, até que permaneceu no ostracismo. Os estudos de argumentação, por outro lado, não foram abandonados. Os interesses passaram a ser estudados por pelo menos dois campos: a teologia e o direito, assim como a lógica, que deixa de ser vista como 'a arte de pensar' e torna-se formal, constituindo um dos ramos da Matemática. (ESPÍNDOLA, 2010)

O RETORNO DA RETÓRICA E O TRATADO DA ARGUMENTAÇÃO

Após permanecer esquecida por muitos anos, sob a lembrança de ser "discurso vazio", a retórica ressurge em um período de crise. Ela se volta à cena quando o paradigma científico começa a ficar abalado no século XIX, graças a discussões ligadas às ciências humanas, e durante todo o século XX, quando a própria ciência natural começou a ser questionada, principalmente depois do advento da mecânica quântica e das teorias de Albert Einstein.

Ao se questionar o paradigma científico, passa-se a questionar também a lógica formal, pois esta está em sua base. Em busca de respostas, Perelman procura uma lógica específica dos juízos de valor. O ponto de partida para o pesquisador foi o grande questionamento sobre a impossibilidade da lógica formal e do cientificismo em resolver questões valorativas.

Contudo, percebe que não há uma lógica dos juízos de valor, pois em toda área do conhecimento onde existe controvérsia de opiniões haverá técnicas argumentativas para se chegar a um acordo sobre valores. (PACHECO, 1997) Encontra, portanto, uma resposta na retórica.

No processo de reabilitação da retórica, Perelman chega à conclusão de que uma argumentação eficaz é aquela que:

consegue aumentar essa intensidade de adesão, de forma que se desencadeie nos ouvintes a ação pretendida (ação positiva ou abstenção) ou, pelo menos, crie neles uma disposição para a ação, que se manifestará no momento oportuno. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1999, p.50)

Assim, na busca pela revalorização da retórica antiga, autores como Perelman e Toulmin¹², inseriram-na em um quadro mais geral da teoria da argumentação, que seria concebida como: “uma nova retórica (ou uma nova dialéctica), cobre todo o campo do discurso que visa convencer¹³ ou persuadir, seja qual for o auditório¹⁴ a que se dirige e a matéria a que se refere”. (PERELMAN apud SERRA, 1995, p.6)

O estudioso belga esclarece o que vem a ser uma teoria da argumentação:

(...) na sua concepção moderna, vem assim retomar e ao mesmo tempo renovar a retórica dos Gregos e dos Romanos, concebida como a arte de bem falar, ou seja, a arte de falar de modo a persuadir e a convencer, e retoma a dialéctica e a tónica, artes do diálogo e da controvérsia.(idem)

PREMISSAS E TÉCNICAS ARGUMENTATIVAS

O ponto de partida da argumentação pressupõe um acordo com o auditório. Inicia-se, geralmente, com o que é admitido pelos interlocutores, de modo a obter a confiança destes, daí a necessidade de o orador adaptar seu discurso aqueles que o

¹² Stephen Toulmin também publicou, em 1958, uma obra (The Uses of Argument) que contribuiu para a revalorização da retórica e para os estudos sobre argumentação. “O termo argumentação será usado para referir toda a actividade de apresentar teses, desafiá-las, reforçá-las através de razões, criticar essas razões, refutar essas críticas, e por aí em diante”. (Toulmin, Rieke & Janik, 1984:14)

¹³ Perelman (1999, p.30) diferencia persuadir de convencer. Para quem visa o resultado, “persuadir é mais do que convencer, pois a convicção não passa da primeira fase que leva à ação”. Já em relação ao carácter racional da adesão, “convencer é mais do que persuadir”.

¹⁴ Em matéria de retórica, auditório significa “o conjunto daqueles que o orador quer influenciar pela sua argumentação”. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1999, p. 22)

apresenta. Conforme pontua Aristóteles (p.33-34) “Enfim, é pelo discurso que persuadimos, sempre que demonstramos a verdade ou o que parece ser a verdade, de acordo com o que, sobre cada assunto, é suscetível de persuadir”.

O autor belga ressalta que, além da técnica e da linguagem em comum, o orador deve conhecer seu auditório e ter consideração por ele, já que “para argumentar, é preciso ter apreço pela adesão ao interlocutor, pelo seu consentimento, pela sua participação mental”. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1999, p.8).

Assim como a publicidade, a argumentação deve prender a atenção do público com conteúdos de qualidade, que despertem o interesse a adesão e uma maior eficácia persuasiva. Por isso é preciso conhecer o auditório que se procura influenciar. “O importante na argumentação não é saber o que o próprio orador considera verdadeiro ou probatório, mas qual é o parecer daqueles a quem ela se dirige”. (idem, op. cit, 1999, p.27).

Deste modo, tem-se que as técnicas argumentativas podem se apresentar, basicamente, sob duas formas: argumentos de ligação e argumentos de dissociação. Entre os principais tipos de argumentos¹⁵, que interessam a este trabalho, têm-se os argumentos fundados na estrutura do real, e aqueles que fundam a estrutura do real. Os primeiros são aqueles com vistas à objetividade ou verossimilhança. São aqueles cujo fundamento encontra-se na ligação entre os diversos elementos da realidade.

Os argumentos que estruturam a realidade, por sua vez, são aqueles com vistas à subjetividade, que explicam, interpretam o real. “(...) generalizam aquilo que é aceito a propósito de um caso particular (ser, acontecimento, relação) ou transpõem para um outro domínio o que é admitido num domínio determinado” (idem, 1999, p. 297). São os argumentos que se utilizam das técnicas argumentativas como o exemplo, o modelo, a analogia e a metáfora.

Contudo, Perelman (op. cit., p. 215) explica ambos os processos são complementares e sempre operam em conjunto, embora a argumentação sempre enfatizará um dos dois e não mostrará o outro, pois isso resultaria no efeito contrário ao desejado.

¹⁵ Entende-se aqui, argumento como encadeamento de ideias ou estrutura básica das narrativas e dos discursos persuasivos.

E uma vez que “do ponto de vista retórico, a argumentação é então entendida como o conjunto de estratégias que organizam o discurso persuasivo” (PESSOA, 2004, p.1), tem-se que a argumentação pode ser encontrada em vários gêneros textuais, principalmente nos opinativos.

Pelo fato de todo discurso ser dotado de intenções, observa-se o mesmo fenômeno no jornalismo. A compreensão que este trabalho tem do jornalismo é a de que este é:

um local onde se manifestam os efeitos de sentido produzidos na construção do discurso, e que envolve a relação enunciadador-enunciatário, observa-se a existência de um contrato específico, amparado na credibilidade, estabelecido entre o jornalista e o seu público, e entre ele e suas fontes. (MARTINS, 2009, p.499)

Logo, ao construir o seu discurso, o repórter recorre a diversas estratégias comunicativas, técnicas argumentativas, entre outras, para garantir a eficácia comunicativa e persuadir seu interlocutor, conforme o objetivo. E para garantir o êxito do discurso jornalístico é preciso adaptar a linguagem para o receptor ou audiência a que se destina a narrativa, o que supõe primeiramente, o conhecimento desse auditório, para depois investir na construção dos argumentos mais pertinentes, de acordo com as etapas de produção da notícia.

ESTRUTURA DA ARGUMENTAÇÃO E SEMELHANÇAS COM O DISCURSO JORNALÍSTICO

Conforme legado deixado por Aristóteles, existem três gêneros da retórica, a saber, para que se obtenha êxito no discurso persuasivo: o deliberativo (feito em assembleias – orador aconselha ou desaconselha sobre uma ação futura); o judiciário (para acusar/defender – ação passada) e o epidíctico (orador tenta comover o ouvinte exibindo seus conhecimentos, ou elogiando-o, ação presente). No caso do gênero deliberativo, se utiliza geralmente do “exemplo”. No gênero judiciário, a técnica mais utilizada é o “entimema”¹⁶, um tipo de raciocínio lógico silogístico (ou raciocínio

¹⁶ Entimema é um silogismo feito a partir de premissas prováveis gerais das quais se extrai uma conclusão particular, uma forma lógica dedutiva. Disponível em: <http://rhetorike.ubi.pt/wiki/pmwiki.php?n=Dicionario.Entimema> Acesso em 04/02/2012.

“quase-lógico”, conforme Aristóteles). E por fim, no gênero epidíctico, ou ainda “gênero das festas públicas”, o orador emprega as técnicas de narração e amplificação.

Independentemente do tipo de gênero escolhido, observa-se que nos discursos são sempre utilizadas técnicas argumentativas para formar uma opinião, ou seja, para influenciar, persuadir o auditório.

Uma argumentação eficaz, contudo, segundo o autor belga, é aquela que obtém a adesão dos ouvintes de tal forma que desencadeie nestes a ação pretendida ou, ao menos, crie neles uma disposição para a ação, que se despertará no momento oportuno.

Para que se obtenha o êxito no discurso, é preciso atentar para algumas operações “fundamentais”, como destaca Herédia (2008, p.8):

(...)A primeira é a invenção (inventio), etapa na qual o orador busca todos os argumentos possíveis e outros meios de persuasão relativos ao tema do discurso. Logo em seguida, vem a disposição (dispositio), quando o orador organiza a apresentação de suas idéias de acordo com as estratégias de convencimento; a elocução (elocutio), etapa na qual as idéias são transformadas em palavras, e, por fim, a memorização e a pronúnciação.

Este modelo retórico, referente ao processo de construção da argumentação, possui semelhanças com as etapas da produção da notícia jornalística. Entre elas, a autora destaca:

O primeiro passo, assim como na invenção, é a apuração, a verificação do fato jornalístico e de sua consistência para produção da notícia. Em seguida, o repórter discute a angulação e a melhor forma de abordagem para, então, transformar esse conteúdo em notícia (elocução), a partir da combinação de frases, da escolha de palavras e das melhores figuras de retórica. Em sentido técnico, a elocução é a redação do discurso.

Assim, observa-se que a retórica e seus procedimentos estão sempre muito presentes na prática jornalística, seja com o intuito de persuadir por meio dos argumentos, seja no processo de construção do discurso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, tem-se que o jornalismo tem uma relação de proximidade com a retórica, quando se trata, principalmente, do discurso que privilegia o uso da racionalidade argumentativa, cujo objetivo é persuadir, convencer e influenciar o seu leitor sobre determinado ponto de vista ou assunto.

Outro fator que revela uma relação entre a retórica e o jornalismo está ligado aos “preceitos e rotinas que a prática jornalística consagrou e que, por isso, intervêm na construção do sentido do discurso jornalístico”. (FERREIRA; SERRA, 2011, p.129).

Contudo, sabe-se que para garantir o bom êxito deste discurso, não basta um texto bem escrito (no caso do impresso), é preciso, primeiramente, conhecer o seu leitor, ter apreço por ele, para então, com o auxílio de estratégias comunicativas, recursos, códigos e técnicas argumentativas, seja possível construir o discurso de maneira eficaz. A relação entre emissor-receptor, neste caso, nasce a partir de um “acordo de confiança” entre ambos, parte do que é “comum” ao receptor, de um conhecimento prévio.

Uma narrativa jornalística, como bem descreveu Ramires (2009, p.4) é “o encontro de múltiplas vozes na tentativa de explicar a atualidade a partir de diferentes visões pessoais, subjetivas, ideológicas”, por meio de argumentos, necessários para sustentar teses e pontos de vista, de modo a persuadir o público.

Deste modo, percebe-se que é de suma importância que o repórter tenha, ao menos, conhecimento básico sobre a retórica e as origens da argumentação, de modo a utilizar com mais eficácia as técnicas argumentativas para obter êxito no discurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. Retórica. Madrid: Alianza Editorial, 1998.

____. Tópicos. São Paulo, Abril Cultural (Col. Os Pensadores), 1978.

ESPÍNDOLA, M. . Modo de organização do discurso argumentativo: uma proposta para a leitura de anúncios publicitários e embalagens de produtos. Dissertação de Mestrado, UNITAU: Taubaté, 2010. Disponível em: <http://site.unitau.br/cursos/pos-graduacao/mestrado/linguistica-aplicada/dissertacoes-2/dissertacoes-2010/2008-2010%20ESPINDOLA,%20Matilde%20Helena.pdf> Acesso em 03/02/2012.

FERREIRA, I.; SERRA, P. (Org.) Retórica e Mediatização – Da escrita à Internet. Universidade da Beira Interior, 2008. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/61067678/33/Da-%E2%80%98retorica-do-jornalismo%E2%80%99> Acesso em: 06/02/2012.

HERÉDIA, L. . A retórica do jornalismo. Revista Rhêtorikê, v. 1, p. 1-15, 2008. Disponível em: <http://www.rhetorike.ubi.pt/01/pdf/leila-heredia-retorica-jornalismo.pdf> Acesso em: 06/02/2012.

MAGALHÃES, R. . Racionalidade e retórica: teoria discursiva da ação coletiva. Tese de doutorado. IUPERJ, 2000.

MAGALHÃES, R.; SOUSA, D. . A retórica como modelo analítico da racionalidade instrumental: aproximações teóricas e empíricas. Rio de Janeiro, v. 47, n. 3, p. 577-614, 2004.

MARTINS, M. A. S. R.. Discurso, ideologia e persuasão no jornalismo opinativo. Estudos Lingüísticos, São Paulo, v. 38, n. 3, set-dez.,2009.

MCLUHAN, M. . Os meios de comunicação como extensões do homem. Tradução de Décio Pignatari. 4^o ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MOTTA, L.G.. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2005. Anais (cd-rom). São Paulo: Intercom/Portcom, 2005.

PACHECO, G. Retórica e Nova Retórica: a tradição grega e a Teoria da Argumentação de Chaim Perelman. Cadernos PET-JUR/PUC-RIO, Rio de Janeiro, p. 27-47, 1997.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. . Tratado da argumentação: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

PESSOA, M.. A Análise Retórica de acordo com Perelman. Linguagem em (Dis)curso , Tubarão-SC, v. 5, n. 1, p. 135-151, 2004.

PLANTIN, C. . A argumentação: história, teorias, perspectivas. São Paulo: Parábola, 2008.

RAMIRES, M.. Retorica y periodismo: unas relaciones muy objetivas. In: RUTA, n. 2, 2009.

SERRA, P.. Retórica e Argumentação. BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, 1995/96. Disponível em: http://www.bocc.uff.br/pag/jpserra_retorica.pdf Acesso em 05/02/2012.

SOUSA, J.. Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2003.

VANOYE, F.. Usos da Linguagem – problemas e técnicas na produção oral e escrita. 1 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.