

***Ethos e pathos: uma análise a partir de modalizadores
em um texto do gênero manifesto***

***Ethos and pathos: an analysis based on modalizing elements
in a text of the manifesto genre***

Andréia Aparecida COLARES¹
Nathália Rohde FAGUNDES²
Odair José da CUNHA³
Aparecida Feola SELLA⁴

Resumo

O gênero manifesto caracteriza uma declaração pública que expõe reivindicações sobre assuntos de relevância social e atrai a atenção pública para a pauta. Objetiva-se, aqui, analisar o *ethos* e o *pathos*, a partir dos modalizadores, no texto “Aplicativos de entrega, distribuam alimentação e álcool em gel para os motoboys!” (Lima, 2020), produzido por um entregador de aplicativo e publicado no primeiro semestre da Pandemia da Covid-19, no site *change.org*. A análise se pauta em autores como Bini (2020), Koch (2002), Castilho e Castilho (1992) e Nascimento (2010). Os modalizadores analisados contribuem para a construção do *pathos*, a fim de alcançar a adesão dos leitores e evidenciar a necessidade do grupo de entregadores. Quanto ao *ethos*, observa-se um enunciador que transita entre o individual e o coletivo e visa a mobilizar o leitor a concordar com sua tese. Os elementos linguísticos analisados, portanto, contribuem para a argumentatividade do texto e se mostram pertinentes ao gênero.

Palavras-chave: Gênero manifesto. Modalização. *Ethos* e *pathos*.

Abstract

The manifesto genre characterizes a public statement that exposes claims on issues of social relevance and attracts public attention to the issue itself. This study aims to analyze the *ethos* and *pathos*, based on the modalizing elements present in the text “Delivery apps, distribute food and alcohol gel to motorcycle couriers!” (Lima, 2020), produced by an

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (PPGL/Unioeste). E-mail: andreia.apcolares@gmail.com

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (PPGL/Unioeste). E-mail: nathi.rohde@gmail.com

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (PPGL/Unioeste). E-mail: odaircunha978@hotmail.com

⁴ Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (PPGL/Unioeste). E-mail: afsellal@yahoo.com.br

app-based food deliverer and published in the first half of the Covid-19 Pandemic, on change.org website. The analysis is based on authors such as Bini (2020), Koch (2002), Castilho and Castilho (1992) and Nascimento (2010). The analysed modalizing elements contribute to pathos, to achieve reader adherence and highlight the needs of the group. Regarding ethos, we can observe an enunciator who moves between the individual and the collective, and who aims to mobilize the reader to agree with his thesis. Thus, the linguistic elements analyzed contribute to the argumentativeness of the text and are relevant to the manifesto genre.

Keywords: Manifesto. Modalization. *Ethos* and *pathos*.

Introdução

Apresenta-se, neste artigo, análise de modalizadores presentes em texto do gênero manifesto. Para tanto, enfocam-se os modalizadores como estratégia retórica para a construção do *ethos* e do *pathos* no texto “Aplicativos de entrega, distribuam alimentação e álcool em gel para os motoboys!” (Lima, 2020), um manifesto produzido por um representante de entregadores de comida por aplicativo e publicado no primeiro semestre da Pandemia da Covid-19, no site change.org, no dia 26 de março de 2020.

A escolha por analisar um manifesto justifica-se pelo caráter argumentativo e persuasivo que possui esse gênero, e por ser, conforme Aquino e Lotti (2016, p. 130), “uma declaração pública de princípios e intenções, [que] se destina a demarcar um posicionamento, fazer uma denúncia ou conclamar um auditório para determinada ação”. Ademais, considerando o contexto sócio-histórico de produção do texto aqui analisado – a saber, o período em que se iniciava o *lockdown* no Brasil em virtude da pandemia da Covid-19 –, compreende-se a sua relevância social.

Consideramos que a argumentação neste gênero se constrói por meio da imagem que o produtor do texto faz de si (*ethos*) e do conjunto de emoções que tenta suscitar em seus leitores (*pathos*). Dessa forma, as análises deste artigo se orientam pela seguinte questão: Como os modalizadores são utilizados como estratégia retórica no texto “Aplicativos de entrega, distribuam alimentação e álcool em gel para os motoboys!”?

Para alcançar o objetivo proposto, procedeu-se a uma pesquisa qualitativa, cujos resultados aqui são apresentados.

Na seção seguinte, então, são expostas reflexões sobre as noções de gênero manifesto, *ethos* e *pathos* e modalização. Posteriormente, procedemos às análises do *corpus* e, por fim, na última seção, apresentamos algumas considerações finais.

Sobre o gênero manifesto

Faz parte das sociedades democráticas, segundo observa Santos (2009), o debate aberto e a organização livre de pessoas em movimentos populares, entidades de classe, agremiações, entre outros, as quais dão forma às suas aspirações e reivindicações. Tais aspirações e reivindicações, por sua vez, são materializadas por meio de gêneros como carta de leitor, carta aberta, **manifesto** e abaixo-assinado, cujo propósito comunicativo é trazer à luz demandas da sociedade para que sejam conhecidas e atendidas.

Santos (2009, p. 62) assevera que o manifesto, como a própria denominação indica, “é a manifestação do pensamento de uma pessoa ou de um grupo de pessoas a respeito de um assunto de qualquer natureza: social, política, cultural, religiosa, dentre outros”, ideia que se alinha, invariavelmente, a ideais políticos.

De acordo com Bortulucce (2015) e Aquino e Lotti (2016), entende-se, de modo geral, o manifesto como um gênero textual de natureza argumentativa e, portanto, de caráter persuasivo, que se propõe a expor publicamente princípios e intenções específicos, chamando a atenção do público, demarcando um posicionamento, incitando à ação e alertando para a urgência de realização de algum tipo de mudança. Quanto mais ele circular entre as pessoas, mais ampla será sua repercussão.

Com relação à sua estrutura, o manifesto se caracteriza por seu caráter múltiplo, que pode variar de acordo com inúmeros fatores, como autor, interlocutor, veículo de divulgação, entre outros (Pego, 2009). Embora não apresente estrutura composicional rígida, alguns pontos, no entanto, são recorrentes: “um título, a(s) tese(s), a sequência argumentativa, a demarcação de autoria, a espacialidade e a temporalidade, apresentando-se como expressão ou impressão, denúncia ou conclamação diante de aspectos pontualmente destacados sócio-historicamente” (Aquino; Lotti, 2016, p. 130).

Em vista do caráter argumentativo, o manifesto aqui estudado leva-nos a observar como a prática da argumentação permite mudar o contexto, visando à criação de algo novo por meio de denúncias e conclamações, a fim de que se alcancem mudanças que, no caso, se referem à solução das demandas trabalhistas de entregadores em domicílio no contexto da pandemia de Covid-19.

Essa constatação leva-nos a buscar os elementos de persuasão que, certamente, foram estratégicos em termos de sua seleção. A partir disso, mostra-se relevante observar como os modalizadores são selecionados e utilizados pelo produtor do texto, a fim de

construir o *ethos* e o *pathos* e alcançar a adesão dos seus interlocutores. Para isso, portanto, na próxima seção, tratamos de conceituar *ethos* e *pathos*.

Sobre *ethos* e *pathos*

Ao observar o fenômeno da argumentação considerando o auditório e o orador em textos escritos, Perelman e Olbrechts-Tyteca (2017) afirmam que o objetivo de toda argumentação é provocar ou aumentar a adesão do auditório às teses apresentadas a seu assentimento. De acordo com os pesquisadores, a argumentação eficaz é aquela capaz de aumentar essa intensidade de adesão, de modo a desencadear no auditório a ação pretendida ou, ao menos, criar neles a uma disposição para a ação, que se manifestará em momento oportuno.

Ancorado em Perelman e Olbrechts-Tyteca (2017), Bini (2020, p. 6) afirma que a Retórica tem como objeto “a argumentação persuasiva desenvolvida por meio de um conjunto de procedimentos discursivos mobilizados para conseguir adesão do auditório à tese proposta no discurso”. Bini (2020) ressalta, também, que se trata de uma releitura da teoria desenvolvida por Aristóteles, primeiro autor a constatar a existência de três meios de persuasão, relacionados, respectivamente: ao caráter pessoal do orador, a levar o auditório a uma determinada disposição de espírito, e ao próprio discurso, no que se refere ao que demonstra ou parece demonstrar (Bini, 2020).

Segundo Sella e Bini (2023), em qualquer movimento argumentativo é possível verificar presentes três polos complementares da Retórica: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*. Esses componentes, segundo os autores, atuam juntos para criar uma argumentação persuasiva e equilibrada. “O *ethos* [...] reflete a importância da imagem construída pelo orador/produtor, tornando-se assim mais visível na argumentação. O *pathos* reflete o apelo às emoções e valores da audiência, e o *logos* reflete a lógica e a estrutura do discurso” (Sella; Bini, 2023, p. 44).

Apresentam-se, a seguir, a partir dos estudos de Sella e Bini (2023), alguns conceitos de *ethos* e *pathos*, os quais serão considerados em nossa análise.

Segundo Bini (2023), a concepção de *ethos* é estudada por diferentes correntes teóricas, que o classificam como: a) um processo de construção de uma imagem de si, com o intuito de garantir sucesso retórico; b) está ligado à enunciação, não a um ser extradiscursivo; c) a disposição que os ouvintes conferem aos que falam; d) modo de

persuadir mediante a credibilidade do orador constituída pela sua imagem social e pela representação construída ao longo de seu discurso.

O *ethos* refere-se a como o produtor do texto se apresenta por meio daquilo que diz e de como o faz. Ao produzir um texto, esse autor “corre o risco de afetar sua imagem e tenta direcionar, de forma mais ou menos consciente, a interpretação e a avaliação que envia à audiência” (Sella; Bini, 2023, p. 63).

Pode-se considerar, portanto, que o *ethos* diz respeito à imagem que o orador/produtor do texto projeta de si, sua eloquência e intenções ao falar/escrever. Já o *pathos* tem foco no papel da audiência/interlocutor, já que se relaciona ao apelo às suas emoções e valores, com o intuito de despertar seus sentimentos e alguma reação.

O *pathos*, então, segundo Sella e Bini (2023, p. 91), ancorados em Aristóteles, “é a capacidade de um discurso provocar emoções específicas em um público, como piedade, medo, raiva, compaixão, entre outras”. Nesse sentido, os autores adicionam que o efeito emocional que o discurso pode acarretar está diretamente ligado ao contexto em que determinado discurso se apresenta e aos conhecimentos prévios e compartilhados dos interlocutores a respeito do assunto. Além disso, a organização do texto e a seleção de palavras influenciam as emoções que ele desperta.

Nesta seção, dedicamo-nos a apresentar, brevemente os conceitos de *pathos* e *ethos*. Na seção seguinte, discorreremos sobre o conceito de modalização e tipos de modalizadores.

Modalização

Neste estudo, consideramos a modalização linguística como uma estratégia semântico-argumentativa (Nascimento, 2010). Compreendemos, portanto, que os modalizadores, como afirma Koch (2002), são os elementos linguísticos que estão ligados ao evento de produção do enunciado e que funcionam como “indicadores de intenções, sentimentos e atitudes do locutor com relação ao seu discurso” (Koch, 2002, p. 136), e que, “ao realizar uma avaliação, o locutor o faz em função do outro, deixando pistas do que deseja ou de como quer que seu discurso seja lido” (Nascimento, 2010, p. 32). Ou seja, a modalização permite ao enunciadador agir em função de seu interlocutor (Nascimento, 2010).

A fim de definir modalização e discutir a distinção entre modalização e modalidade, considerada por alguns autores, Castilho e Castilho (1992) retomam a definição de *dictum* e *modus* da Gramática Tradicional: o primeiro é o componente proposicional, constituído de sujeito mais predicado; e o segundo é o componente modal, uma qualificação do conteúdo de acordo com o julgamento do falante. Os autores consideram que esse julgamento pode aparecer de duas formas no enunciado:

1 – O falante apresenta o conteúdo proposicional numa forma assertiva; interrogativa e jussiva (imperativa ou optativa). 2 – O falante expressa seu relacionamento com o conteúdo proposicional, avaliando seu teor de verdade ou expressando seu julgamento sobre a forma escolhida para a verbalização desse conteúdo (Castilho; Castilho, 1992, p. 201).

O primeiro caso é tomado como modalidade, e o segundo como modalização. Entretanto, Castilho e Castilho (1992, p. 201) questionam essa designação e decidem não distinguir as duas denominações, uma vez que sempre há uma avaliação prévia do falante sobre o conteúdo que ele vai transmitir, e a escolha entre afirmar ou negar esse conteúdo, por exemplo, é resultado disso.

Neves (2006, p. 152) também questiona a possibilidade de existência de um enunciado não modalizado quando afirma que “se a modalidade é, essencialmente um conjunto de relações entre o locutor, o enunciado e a realidade objetiva, é cabível propor que não existam enunciados não-modalizados”. Do ponto de vista comunicativo-pragmático, a modalização pode ser considerada uma categoria “automática”, já não é possível que o falante não deixe marcas em seu enunciado em relação à verdade do fato expresso e de atribuir a ele certo grau de certeza sobre essa marca.

Nesta pesquisa, consideramos metodologicamente pertinente a distinção dos termos modalidade e modalização, já que dizem respeito a categorias linguísticas distintas, e nossa análise é feita a partir de elementos modalizadores *stricto sensu*, em que se encaixam os epistêmicos e deônticos (Koch, 2002).

Lyons (1977) afirma que a modalização deve ser investigada como atitude proposicional e é dividida entre epistêmica e deôntica, tipos tradicionais de modalização. Segundo Lyons (1977), as noções de necessidade e possibilidade são centrais nos dois eixos, epistêmico e deôntico. É importante destacar aqui que, por mais que a Linguística tenha herdado a modalização da Lógica Clássica, os estudos linguísticos têm se afastado

da Lógica, (Corbari, 2013), devido às diferenças entre a linguagem formal e as línguas naturais (Castilho; Castilho, 1992).

Tomamos aqui a definição de Castilho e Castilho (1992, p. 222), que afirmam: “os modalizadores epistêmicos [...] expressam uma avaliação sobre o valor de verdade e as condições de verdade da proposição”. Conforme explicam os autores, os modalizadores epistêmicos compreendem três subclasses: os Asseverativos, que demonstram que o falante considera o conteúdo proposicional verdadeiro e constituem-se em uma necessidade epistêmica (Lyons, 1977); os Quase-asseverativos, que indicam que o falante considera quase certo o conteúdo proposicional, “como uma hipótese que depende de confirmação” (Castilho; Castilho, 1992, p. 222) e, por fim, os Delimitadores, que estabelecem limites dentro dos quais as condições do conteúdo proposicional devem ser encaradas.

Nas proposições abaixo, podemos verificar o uso dos modalizadores epistêmicos, a partir do conteúdo proposicional “os alunos estudarem para a prova”:

[a] **Certamente**, os alunos estudam para a prova.

[b] Eu **acho que** os alunos estudam para a prova.

[c] **Em geral**, os alunos estudam para a prova.

Em [a], “certamente” é um modalizador epistêmico asseverativo. Em [b], “eu acho que” é classificado como epistêmico quase-asseverativo. Já em [c], “em geral” é um epistêmico delimitador.

Já os modalizadores deônticos indicam que o falante considera o conteúdo proposicional como um conjunto de coisas que deve ocorrer obrigatoriamente (Castilho; Castilho, 1992). Para Nascimento (2010, p. 32), os modalizadores deônticos “indicam que o falante considera o conteúdo da proposição como algo que deve ou precisa ocorrer obrigatoriamente” e, tanto nesse como nos outros tipos de modalização, “a avaliação é sempre feita também em face da interlocução, uma vez que a escolha em avaliar o conteúdo da proposição indica, ao mesmo tempo, como o falante quer que essa proposição seja lida”.

Nas proposições abaixo, podemos verificar o uso de modalizadores deônticos, a partir do conteúdo proposicional “os alunos estudarem para a prova”:

[d] **É obrigatório** que os alunos estudem para a prova.

[e] **É necessário** que os alunos estudem para a prova.

Para Lyons (1977), uma das características próprias da modalização deôntica seria o reconhecimento de uma fonte, pessoa ou instituição que cria uma necessidade ou obrigação que recai sobre o alvo deôntico. Este último seria uma pessoa ou instituição a que se refere o valor deôntico do texto. Nos exemplos [d] e [e], o alvo deôntico é “os alunos”, sobre quem recai a obrigação/necessidade de estudar para a prova. Por outro lado, a fonte é o enunciador, que poderiam ser, por exemplo, um professor ou um diretor de escola, que cria a obrigação e a necessidade apresentada.

Na seção seguinte, analisamos como o uso de modalizadores dos eixos epistêmico e deôntico contribuem para a construção do *ethos* e do *pathos* do texto que compõe o *corpus*.

Análise

O texto selecionado para esta pesquisa é um manifesto, intitulado “Aplicativos de entrega, distribuam alimentação e álcool em gel para os motoboys!” (Lima, 2020), produzido por um representante de entregadores de comida por aplicativo e publicado em 26 de março de 2020, primeiro semestre da Pandemia da Covid-19, no *website* “change.org”.

É relevante mencionar que o *website* “change.org” é uma plataforma em que pessoas do mundo todo podem criar abaixo-assinados e fazer mobilizações, com intuito de produzir alguma mudança de âmbito social, político, entre outros⁵.

O texto de Paulo Lima, então, visava a mobilizar a assinatura de um abaixo-assinado que levasse as empresas de aplicativos de entrega a tomar uma posição e assegurar recursos de higiene e alimentação aos entregadores, no período em questão.

No quadro a seguir, apresentamos o corpo do texto analisado. No contexto original de publicação, o texto apresenta outros recursos, como *hiperlinks* relacionados ao seu conteúdo, que direcionam o leitor a notícias que contribuem para a argumentação. Porém, no que se refere ao escopo desta análise - como os modalizadores contribuem para a

⁵ Disponível em: <https://www.change.org/>. Acesso em: 24 abr. 2024.

produção do *ethos* e do *pathos* - consideramos apenas os elementos linguísticos presentes na microestrutura do texto.

Quadro 1 - Texto que compõe o *corpus*

Aplicativos de entrega, distribuam alimentação e álcool em gel para os motoboys!

Olá, pessoal! Meu nome é Paulo, tenho 31 anos, moro na periferia de São Paulo e trabalho como entregador de comida de aplicativos. Nós, motoboys, continuamos com as entregas no meio dessa crise do coronavírus e estamos enfrentando muitos riscos.

Todo mundo está em casa se isolando em quarentena, mas nós ficamos nas ruas o dia inteiro, na batalha para garantir as entregas de delivery, colocando a nossa saúde e de nossas famílias em risco. Estamos trabalhando largados à nossa própria sorte e sem nenhuma medida de prevenção e proteção das empresas de aplicativos que fazemos as entregas, como Rappi, iFood, Loggi, Uber Eats, 99Food e James.

Seguimos fazendo as entregas no meio dessa crise do coronavírus e as empresas não nos forneceram nenhuma medida de proteção, como álcool em gel, máscaras ou luvas. Além disso, estamos trabalhando com fome. Pois a gente não tem como voltar para almoçar em casa, por exemplo. Corro o risco de levar o vírus para dentro de casa. Teria que trocar de roupa e fazer todo o processo de higienização na hora do almoço e no fim do dia. Imagina quanto tempo isso levaria? A gente já ganha pouco, ganharia menos ainda e colocaria a nossa família em mais risco. Com o coronavírus, a demanda de trabalho aumentou muito, vocês sabem o que é ter que trabalhar o dia inteiro carregando comida para as pessoas, sentindo o cheiro, e estar com fome? **Eu e meus colegas sabemos** e passamos por isso todos os dias.

Não temos condições de comprar álcool em gel e arcar com a alimentação na rua em meio a essa crise do coronavírus. **Precisamos** que as empresas de aplicativos se posicionem e tomem providências para que a gente esteja mais protegido. **Precisamos** de distribuição urgente de álcool em gel para todos os entregadores e também de alimentação. Não dá para trabalhar com fome! Para nossa prevenção, **é necessária** a distribuição de álcool em gel, já que entramos em contato com muitas pessoas por dia fazendo as entregas.

Eu **preciso** voltar para casa tendo **a certeza de que** eu não tenho nada de doença, por causa da minha família. Eu tenho uma filhinha de 2 anos, moro também no mesmo terreno que a minha avó, que tem 86 anos e uma saúde muito debilitada. Quando eu chego em casa, peço para a minha esposa esconder minha filha para ela não correr e me abraçar. Eu tiro o sapato, já corro para tomar banho pra depois poder abraçar a minha filha. Se eu cair doente, como vai ser? Quem vai levar o sustento para minha família? Ou pior, se eu levar esse vírus para dentro da minha casa e infectar minha avó ou minha filha pequena?

Assinem e nos ajudem a continuar com o nosso trabalho com mais segurança e dignidade. Como eu disse no vídeo, motoboy também é ser humano, igual todos os outros profissionais, policial, médico. A gente tem sonho, a gente chora, a gente tem família. A gente não é só entregador de comida.

Fonte: Lima (2020)

Apresentamos, a seguir, recortes do texto em que há presença de modalizadores dos eixos epistêmico e deôntico e a análise comentada de como esses contribuem para a construção do *ethos* e do *pathos*.

[A] Com o coronavírus, a demanda de trabalho aumentou muito, vocês sabem o que é ter que trabalhar o dia inteiro carregando comida para as pessoas, sentindo o cheiro, e estar com fome? **Eu e meus colegas sabemos** e passamos por isso todos os dias (Lima, 2020).

O trecho em destaque representa modalização epistêmica asseverativa, ou seja, tem um forte grau de comprometimento. Contribui para a construção do *pathos* ao informar ao leitor que os entregadores de comida por aplicativo sabem como é passar por uma situação de fome sem poder comer, o que é necessidade básica do ser humano. Portanto, a modalização pode levar à comoção do leitor em relação à pauta do enunciador, a partir do apelo a sentimentos de piedade e compaixão. Podemos refletir, também, que o contexto de produção desse texto alavanca o apelo deste entregador, uma vez que toda a sociedade estava vivenciando o medo e a insegurança em relação ao que podia acontecer em relação à pandemia de Covid-19.

O modalizador “sabemos” também contribui para a construção do *ethos*, uma vez que fortalece a imagem, coletiva nesse caso, do enunciador como sujeito pertencente a uma classe de trabalhadores que estão passando por dificuldades ao não terem direitos básicos, como alimentação com segurança e cuidados sanitários no período da Pandemia de Covid-19.

[B] **Precisamos** que as empresas de aplicativos se posicionem e tomem providências para que a gente esteja mais protegido. **Precisamos** de distribuição urgente de álcool em gel para todos os entregadores e também de alimentação (Lima, 2020).

O modalizador “precisamos” pode ser classificado como modalizador deôntico de necessidade. Contribui para a construção do *pathos* ao indicar quais são as necessidades dos entregadores de aplicativo em meio à pandemia e ao evidenciar que não estão recebendo itens básicos como álcool gel e alimentação. Desse modo, percebe-se que o enunciador apela, novamente, à emoção dos leitores, a fim de comovê-los e persuadi-los a aderir à sua argumentação. Aqui podemos observar uma estratégia do enunciador de não se comprometer tanto com a proposição que está fazendo. O alvo deôntico (Lyons, 1977) dos dois modalizadores “precisamos” recai sobre os trabalhadores e expressa, então, uma necessidade da classe como um todo. O *ethos* coletivo, novamente, é reforçado a partir do uso da primeira pessoa do plural. O verbo “precisar” não refere-se diretamente às empresas, por mais que possamos perceber pelo cotexto que a obrigação recai sobre elas.

[C] Para nossa prevenção, **é necessária** a distribuição de álcool em gel, já que entramos em contato com muitas pessoas por dia fazendo as entregas (Lima, 2020).

O modalizador deôntico “é necessária” contribui para a construção do *pathos* ao reforçar as necessidades dos entregadores de aplicativo. Mais uma vez o enunciador não se compromete tanto ao indicar a quem recai essa responsabilidade, ao utilizar o recurso do alvo deôntico não especificado (Pessoa, 2007). Porém, pelo cotexto, podemos perceber que a necessidade recai sobre as empresas.

[D] Eu **preciso** voltar para casa tendo a certeza de que eu não tenho nada de doença, por causa da minha família (Lima, 2020).

Em “Eu preciso”, vemos um modalizador deôntico de necessidade com alvo deôntico de primeira pessoa (Lyons, 1977; Pessoa 2007). Essa estratégia contribui para a construção do *ethos* que vende a imagem de um pai de família trabalhador que precisa cuidar de sua casa, e contribui para a construção do *pathos*, uma vez que envolve a palavra e a ideia de família, tornando-se possível a identificação do leitor com a causa do enunciador.

Considerações finais

Os textos do gênero manifesto visam à adesão da audiência, seja para uma tomada de ação, seja para discussão de ideias relacionadas a algum assunto de relevância social. Por serem textos argumentativos, favorecem o uso de modalizadores, os quais funcionam como indicadores das intenções do autor e também indicam como o texto deve ser lido pelo interlocutor (Nascimento, 2010). No texto de Lima (2020), observamos que os modalizadores, recorrentes no texto, contribuem para a construção de um *ethos* individual e um coletivo e para a formação do *pathos*.

Observa-se que a recorrência de modalizadores deônticos contribui para o *pathos*, a fim de alcançar a adesão dos leitores e evidenciar as necessidades do grupo de entregadores de auxílio por parte de seus empregadores. Ao fazer apelos referentes a questões que dizem respeito à qualidade de vida e direitos básicos trabalhistas, como melhores condições sanitárias e de alimentação, cuja obrigação recai sobre as empresas de aplicativos, o produtor do texto recorre a argumentos que evocam sentimentos de solidariedade, compaixão, piedade, ao abordar temas como família, insegurança, medo

de ser contaminado e contaminar os familiares de grupo de risco, em caso de ter de voltar para casa para se alimentar, por exemplo. Levando em consideração o contexto de pandemia, pode-se dizer que a identificação com esse apelo se amplifica, uma vez que a sociedade estava vivendo uma situação ainda indefinida e de insegurança com relação à Covid-19.

No que se refere ao *ethos* discursivo, é possível observar, a partir dos modalizadores verificados no texto, um enunciador que transita entre o individual, ao construir a imagem de pai de família provedor, e o coletivo, dos trabalhadores de aplicativo, que seguiram trabalhando, enquanto diversos outros profissionais haviam parado e estavam em isolamento social. O *ethos* criado, individual, é de um porta-voz que denuncia as dificuldades e a falta de reconhecimento de sua profissão. Por outro lado, quando esse *ethos* é do coletivo de trabalhadores, visa a mobilizar o leitor a concordar com sua tese e a explicitar as obrigações das empresas com esses trabalhadores.

Verificamos, portanto, que os elementos linguísticos analisados contribuem para a argumentatividade do texto e se mostram pertinentes ao gênero manifesto.

Referências

AQUINO, Zilda Gaspar Oliveira de; LOTTI, Ana Luísa Feiteiro Cavalari. A argumentação nos manifestos: “Nhengaçu Verde-Amarelo” e “Poesia Pau-Brasil”. **Todas as Letras**, v. 18, n. 1, São Paulo, p. 128-140, jan./abr. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/303847883_A_Argumentacao_nos_Manifestos_Nhengaçu_Verde-Amarelo_e_Poesia_Pau-Brasil. Acesso em: 20 out. 2023.

BINI, Renan Paulo. Análise retórica de argumentos provenientes do logos presentes em editorial publicado na Folha de S. Paulo. **Entrepalavras**, v. 10, n. 3, e1958, Fortaleza, p. 1-23, set.-dez./2020. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/1958/769>. Acesso em: 20 out. 2023.

BINI, Renan; SELLA, Aparecida Feola. **Retórica e ensino**: estratégias de transposição teórica. São Carlos: Pedro e João Editores, 2023.

BORTULUCCE, Vanessa Beatriz. O manifesto como poética da modernidade. **Literatura e Sociedade**, v. 20, n. 21, p. 5-17, 2015.

CASTILHO, Ataliba Teixeira de; CASTILHO, Célia Maria Moraes de. Advérbios modalizadores. In: ILARI, Rodolfo (Org.). **Gramática do português falado**. Campinas, São Paulo: Ed. da Unicamp, 1992, p. 213-261.

CORBARI, Alcione Tereza. **Elementos modalizadores como estratégias de negociação em textos opinativos produzidos por alunos de ensino médio**. 200 f. 2013. Tese (Doutorado em Letras e Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

KOCH. Ingedore Villaça. **Argumentação e linguagem**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

LIMA, Paulo. **Aplicativos de entrega, distribuam alimentação e álcool em gel para os motoboys!**. Change.org, 26 de março de 2020. Disponível em: https://www.change.org/p/ifood-aplicativos-de-entrega-distribuam-alimenta%C3%A7%C3%A3o-e-%C3%A1lcool-em-gel-para-os-motoboys?original_footer_petition_id=&grid_position=&pt=. Acesso em: 20 de out. 2023.

LYONS, John. **Semantics**. Cambridge: Cambridge University Press, 1977. v. 2

NASCIMENTO, E. P. A modalização deôntica e suas peculiaridades semântico-pragmáticas. **Fórum Linguístico**, v. 7, n. 1, Florianópolis, p. 30-45, jan./jun. 2010.

PEGO, Alison Leal. O manifesto como gênero textual. *In*: DELL'ISOLA, Regina Lúcia Péret (Org.). **Nos domínios dos gêneros textuais**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2009. p. 62-66.

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

PESSOA, Nadja Paulino. **Modalidade deôntica e persuasão no discurso publicitário**. 2007. 151 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2007.

SANTOS, Eli. Manifesto: um gênero para o exercício da cidadania. *In*: DELL'ISOLA, Regina Lúcia Péret (Org.). **Nos domínios dos gêneros textuais**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2009. p. 62-66.