

**Análise retórica de Editorial do Jornal Nacional sobre a
vacinação infantil contra a Covid-19***Rhetorical analysis of Jornal Nacional's editorial on
child vaccination against Covid-19*

André Luiz de Andrade ALMEIDA¹
Diego Augusto CANCI²
Leonardo Pereira MENEZES³

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de analisar as estratégias retóricas mobilizadas em um editorial do Jornal Nacional sobre a vacinação infantil contra a Covid-19, durante a gestão do ex-presidente Jair Bolsonaro. No editorial, foram observados recursos retóricos que norteiam a audiência a concordar com a crítica da emissora ao posicionamento de Bolsonaro, apelando às emoções do público, destacando a credibilidade da Anvisa e apresentando argumentos científicos para fundamentar a mensagem transmitida. Essa análise demonstra como a Retórica pode influenciar a opinião pública e moldar o discurso político, assim buscamos despertar uma reflexão sobre o contexto e os interesses envolvidos na produção de editoriais jornalísticos.

Palavras-chave: Retórica. Mídia. Editorial. Persuasão.

Abstract

This article aims to analyze the rhetorical strategies mobilized in an editorial in Jornal Nacional about childhood vaccination against Covid-19, during the administration of former president Jair Bolsonaro. In the editorial, rhetorical resources were observed that guide the audience to agree with the broadcaster's criticism of Bolsonaro's position, appealing to the public's emotions, highlighting Anvisa's credibility and presenting scientific arguments to substantiate the message transmitted. This analysis demonstrates how Rhetoric can influence public opinion and shape political discourse, thus we seek to spark reflection on the context and interests involved in the production of journalistic editorials.

Keywords: Rhetoric. Media. Editorial. Persuasion.

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

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

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (PPGL/Unioeste). E-mail: lpm2000@hotmail.com

Introdução

A nossa comunicação pode nos permitir alcançar significativos objetivos sociais, porém, a maneira como utilizamos os nossos recursos linguísticos pode interferir neste processo. Para explicar e justificar essa condição, nos baseamos nas técnicas da retórica, nas quais suas premissas contribuem para entendermos o funcionamento de uma comunicação eficaz e persuasiva que tem o intuito de atingir um propósito final, que pode ser exitoso ou não.

Sendo Assim, o poder da retórica definido como essa capacidade de comunicar efetivamente ideias a fim de influenciar outras pessoas por meio das técnicas de persuasão está intrínseco em nossa sociedade, segundo Breton e Gauthier (2001), desde os primórdios da civilização, ligado principalmente à Grécia Antiga e posteriormente à Roma. De acordo com Bini e Sella (2023), a retórica é um objeto de estudo da relação entre a lógica, a comunicação e a persuasão:

A conexão entre argumentação, comunicação e persuasão é intrínseca, e o interesse pela argumentação surge em meio à disputa por diferentes poderes e à preocupação com a possibilidade de manipulação e controle ideológico. (Bini; Sella, p. 21, 2023).

Nesse sentido, a mídia como meio de grande alcance social destaca-se por se colocar como uma fonte de informações e opiniões, que utilizam tais recursos retóricos para atingir objetivos com suas mensagens. Junto a isso, especialmente nos últimos anos, o cenário político brasileiro tem sido marcado por debates cada vez mais polarizados. Neste contexto, o papel da mídia torna-se fundamental na formação da opinião pública e na disseminação de informações relevantes e averiguadas.

Envolto a este campo de estudo, analisamos o editorial do *Jornal Nacional*, da TV Globo, exibido no dia 06/01/2022. Lembramos que o gênero em questão, é um dos diferentes tipos de textos jornalísticos. Melo (2016) explica que há cinco classificações para os textos jornalísticos: informativo; opinativo; interpretativo; diversional e utilitário. O gênero editorial está inserido na categoria opinativo e, diferentemente da reportagem, que tem como foco apresentar fatos para informar o interlocutor, o texto opinativo apresenta pontos de vista sobre algo. O editorial tem uma peculiaridade, pois é apresentado a partir do viés institucional. Isso quer dizer que, o editorial do *Jornal Nacional* é a expressão da opinião do telejornal e não de quem o apresenta.

O editorial analisado foi realizado em resposta à fala do então presidente do Brasil Jair Bolsonaro (2019 - 2022) contra a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), devido ao órgão de saúde defender a liberação de vacinas contra a Covid-19 para crianças e, portanto, indo em oposição à opinião do ex-presidente. Assim, com este material definido, analisamos as diversas estratégias retóricas utilizadas nesse determinado contexto de produção como a linguagem, as estratégias argumentativas e os recursos persuasivos que foram empregados para criticar a postura do ex-presidente Bolsonaro em relação à vacinação infantil e para manifestar apoio à decisão da Anvisa. Desta forma, temos como objetivo avaliar possíveis efeitos retóricos do editorial na opinião pública, reconhecendo-se a forma que essas técnicas são empregadas para despertar o interesse do telespectador e, conseqüentemente, como isso pode influenciar as pessoas a mudarem de opinião. E, também destacar a importância da retórica na moldagem do discurso político.

O discurso político e a retórica

A retórica e a política possuem uma relação muito próxima, juntas formam e moldam discursos e debates que podem ditar as nossas estruturas sociais. Pois a retórica, como a arte de persuadir através da linguagem, desempenha um papel central no espaço político, em que as ideias são debatidas e as decisões são tomadas.

Retórica não pode ser confundida com outras formas de linguagem, nomeadamente a conversa. O que caracteriza a retórica nos gregos é ela pertencer à esfera política da vida de um cidadão, e não à sua vida privada. A distinção entre o político ou público e o privado é assim imprescindível para uma compreensão cabal da especificidade da retórica (Fidalgo, 2008, p. 06).

Portanto, baseado no texto de Fidalgo (2008), na política, a retórica é uma ferramenta essencial para comunicar e persuadir o público. Já que os produtores desses discursos empregam uma variedade de técnicas retóricas, desde o uso de figuras de linguagem até a construção de argumentos persuasivos, para influenciar as opiniões e as ações das pessoas.

Nesta perspectiva, entendemos que a retórica também pode ser uma ferramenta de resistência e mudança social.

A seguir, o texto completo do editorial produzido pelo Jornal Nacional, em 06/01/2022⁴:

As declarações do presidente Jair Bolsonaro sobre as mortes de crianças por Covid afrontam a verdade e desrespeitam o luto de milhares de brasileiros – parentes e amigos das mais de 300 vítimas de 5 a 11 anos.

O presidente também desrespeita todos os técnicos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária ao questionar qual seria o interesse da Anvisa com a autorização da vacinação de crianças. O interesse da Anvisa está expresso na lei que a criou: coordenar o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, em defesa da saúde da população.

O 4º artigo da lei determina que a agência atue como entidade administrativa independente e que as prerrogativas necessárias ao exercício adequado de suas atribuições sejam asseguradas. Não é isso que o presidente tem feito ao ameaçar divulgar nomes de integrantes da Anvisa que aprovaram a vacinação infantil. E, agora, ao questionar a lisura do órgão.

Por fim, as declarações do presidente Jair Bolsonaro contrastam com aquilo que prevê o artigo 196 da Constituição que ele jurou respeitar: a saúde é direito de todos os cidadãos – e dever do Estado.

O governo Bolsonaro retardou a decisão sobre as vacinas para crianças desde o dia 16 de dezembro de 2021 até quarta-feira (5), data limite imposta pelo Supremo Tribunal Federal. Convocou uma consulta pública estapafúrdia, porque remédios não podem ser aprovados pelo público leigo, mas por cientistas.

Em razão dessa demora, as famílias brasileiras têm ainda que aguardar ao menos mais sete dias até a chegada das primeiras doses pediátricas.

Como se não bastasse, nesta quinta-feira (6), ele insistiu em atacar as vacinas. O presidente Jair Bolsonaro é responsável pelo que diz, pelo que faz. Espera-se que venha também a ser responsável por todas as consequências daquilo que faz e diz. (Globo, Jornal Nacional, 2022).

Sobre o Jornal Nacional

O *Jornal Nacional* é o principal telejornal da Rede Globo. No ar desde 1969, apresenta notícias do Brasil e do mundo. Vai ao ar de segunda-feira a sábado, a partir das 20h30. A duração é variada, mas tem em média 50 minutos. A linha editorial do JN segue os princípios do Grupo Globo⁵. A edição do dia 6 de janeiro de 2021 teve uma duração total (sem intervalos) de 48 minutos e está disponível⁶ na íntegra na internet.

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/01/06/bolsonaro-afronta-a-verdade-desrespeita-tecnicos-da-anvisa-e-o-luto-de-milhares-de-brasileiros.ghtml>.

⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em: 18 de março de 2024.

A Retórica

Segundo os estudos de Meyer (2007), a retórica apresenta três principais definições, são elas: 1- A retórica como manipulação do auditório, esta perspectiva que tem base nos fundamentos de Platão, destaca o papel do público-alvo, priorizando a emoção, evidenciando o *Pathos*. 2- A retórica como a arte de falar bem, tendo influência dos conceitos retóricos de Quintiliano. Aqui, o foco recai sobre o orador, a clareza de sua mensagem, valorizando a eloquência do discurso, na qual é subordinada às intenções do orador, desta forma destacando o *Ethos*. 3- Estruturada na teoria de Aristóteles, apresenta que a retórica se concentra no próprio discurso, no qual o enfoque está na racionalidade e na linguagem utilizada. Portanto, dando ênfase entre o que está explícito ou implícito nos argumentos utilizados para persuadir, assim definindo-se como *Logos*.

Meyer (2007) enfatiza que diferentemente das concepções de Platão, Quintiliano e Aristóteles, que priorizam a individualidade do *Pathos*, *Ethos* e *Logos* para cumprir suas funções retóricas, esses três elementos são essenciais e carregam o mesmo valor para cumprir os seus objetivos retóricos:

De tudo o que foi dito, decorre que o *ethos*, o *pathos* e o *logos* devem ser postos em pé de igualdade, se não quisermos cair em uma concepção que exclua as dimensões constitutivas da relação retórica. O orador, o auditório e a linguagem são igualmente essenciais (Meyer, 2007, p. 25).

Dessa forma, entendemos como essencial a constituição do *pathos*, *ethos* e *logos* para analisarmos de maneira mais ampla o que está sendo objeto de estudo. No caso em questão, esses três campos nos possibilitam compreender as técnicas retóricas utilizadas no editorial que nos propomos analisar.

Pathos

Aristóteles (2005) trata *pathos* enquanto uma qualidade e persuasão retórica. Seria a capacidade de um discurso de apelar para as emoções do público. Meyer (2007, p. 36) corrobora com esta afirmativa posicionando a paixão como um processo ambíguo de

⁶ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10190352/>. Acesso em: 18 de março de 2024.

“prazer e desprazer”, coberto de subjetividade. Esta subjetividade particulariza, segundo o autor, atrelando a resposta a emoções passando da pergunta para a resposta.

A paixão, ao contrário das emoções, não diferencia mais entre o problema posto do exterior e a resposta subjetiva. A indiferenciação absorve a individualidade da pessoa, e não é portanto seguro que esta esteja acessível a uma argumentação que explicita, em particular, o que está sendo questionado, ao passo que uma retórica aplicada ao resolutório se voltará preferencialmente ao sentido da paixão como efeito (Meyer, 2007, p. 37).

Neste contexto teórico, é perceptível a dificuldade de se manter um distanciamento da paixão ao elaborar questionamentos no viés das paixões, uma vez que envolvem condicionantes subjetivas e acaba por sequestrar a resposta em processos já não mais lógicos, mas emocionais. Esta transfiguração é retórica na medida que “a pergunta é tratada como uma resposta, o que anula sua problematicidade” (Meyer, 2007, p. 37).

Meyer (2007, p. 38 e 39) entende que, em termos retóricos, utilizar a paixão como propulsora da mobilização do auditório em favor de uma tese é bastante produtivo. O autor caracteriza 8 formas de interação entre o auditório e seu interlocutor neste processo retórico em que o auditório pode: “(1) aderir, (2) recusar suas respostas, (3) completá-las ou (4) modificá-las, (5) permanecer silencioso, o que pode ir na direção (6) de aprovação ou (7) de reprovação, mas o silêncio pode significar somente o (8) desinteresse”.

O pathos é uma arma poderosa. Emoções como medo, raiva, vergonha ou piedade podem ser usadas como provas artísticas capazes de despertar impressões persuasivas. Uma grande parte da publicidade sobre prevenção rodoviária apela ao medo, tal como alguns anúncios de publicidade sobre violência doméstica produzem um claro apelo à vergonha (Mateus, 2018, p. 110).

No caso em tela é possível identificar que o programa jornalístico conscientemente tratou a questão com a base em seu *pathos*, trazendo elementos como falas anteriores do então presidente, comparando com a legislação vigente e com as diferentes impressões que a polarização política conduziu com paixões e dores entre o público apoiador e os que criticavam o governo anterior.

Ao tratar de forma pessoal, apontando o ex-presidente como mentiroso e causador de desrespeito às vítimas do Covid por suas declarações. O jornal conclama as paixões e

os sentimentos tanto das famílias das vítimas quanto da população em geral, em que não se admite que o governo minta e deseje deliberadamente a morte de seu povo.

O texto ainda traz à tona a independência do órgão fiscalizador, a legislação que limita a atuação do ex-presidente sobre o órgão e ainda invoca a Constituição sobre o dever do Estado de prover saúde para a população. O jornal reforça o atraso na tomada de decisões e o quanto isso é prejudicial à população. Explicitamente, busca a responsabilização do ex-presidente sobre suas falas e suas ações que até o momento eram negacionistas na eficácia e na agilidade e aquisição de vacinas, bem como na pressão que realizava junto aos órgãos de controle.

Fica evidente a atuação no sentido de movimentar a emoção do público, ao tratar de milhares de mortes, e das falácias do governo, conduzindo as emoções do público para que concorde com sua tese e responsabilização do ex-presidente, sobre o que estava acontecendo no atraso de vacinas para crianças. As leis infringidas trazem este conceito, pois ninguém poderia admitir um governo que não cumpre a lei, mente e interfere na vacinação de crianças.

Igualmente robusto é o enfoque do editorial em trazer o público para a ideia de que não teria cabimento um governo trabalhar contra seu povo, descumprindo a Constituição, sem levar em consideração o que é melhor para seu povo. Dessa forma, mesmo movimentando a paixão dos simpatizantes do ex-governo, não é possível concordar com o comportamento apontado pelo editorial. Conseguindo a concordância com relação ao público em respeito à sua tese.

Retomando o que Meyer (2007) aponta como interação com o público, identificamos a adesão, complementação e a aprovação da tese apresentada. Estando satisfeitas as condições para que o público interaja com a argumentação, concordando com o tema apresentado.

As emoções, apontadas por Mateus (2018), também foram tratadas como a raiva, indignação e irritação com a condução das políticas públicas sobre o Covid realizadas pelo governo federal. Não há como manter a imparcialidade neste contexto de mortes e de crise humanitária.

Encontrar as questões implicadas no *pathos* é tirar partido dos valores do auditório, da hierarquia do preferível, que é a sua. É o que enraivece, o que ele aprecia, o que ele detesta, o que ele despreza, ou contra o que ele se indigna, o que ele deseja, e assim por diante, que fazem o *pathos* do auditório a dimensão retórica da interlocução (Meyer, 2007, p. 39).

O material editorial utilizou-se de maneira eficaz das ferramentas retóricas, especialmente o *pathos* como ferramenta de apoio à narrativa contra o ex-governo. À audiência, de maneira geral, mesmo os apoiadores do presidente à época, por meio da polarização, restou apenas a descredibilização do veículo, atacando o *ethos* como será abordado a seguir, visto que o *pathos* estava muito bem estruturado.

Ethos

O *ethos* refere-se à credibilidade, confiança e autoridade moral percebidas pelo público em relação ao orador, escritor ou figura de autoridade que está comunicando uma mensagem.

Quando estudamos o *ethos*, estamos avaliando como o produtor de um texto se apresenta por meio do que ele diz e da maneira como diz. Ao assumir a palavra, o orador/produtor do texto corre o risco de afetar sua imagem e tenta direcionar, de forma mais ou menos consciente, a interpretação e a avaliação dos sinais que envia à audiência (Bini; Sella, 2023, p. 64).

Nessa perspectiva, conseguimos analisar alguns desses recursos do *Ethos* presentes no texto editorial que está sendo objeto de estudo deste artigo. Assim, analisamos que o discurso apresenta uma imagem de credibilidade perante o seu leitor/ouvinte ao expor de forma clara e enfática a maneira como o então presidente Jair Bolsonaro conduziu seu mandato durante o período da pandemia, conforme vemos no trecho em destaque: **“O governo Bolsonaro retardou a decisão sobre as vacinas para crianças desde o dia 16 de dezembro de 2021 até quarta-feira (5)”**.

Com um discurso crítico, são destacadas as ações contraditórias de Bolsonaro em relação à gravidade da situação que vivenciamos à época. Através de argumentos fundamentados em evidências, o discurso enfatiza sobre as decisões e posturas adotadas pelo presidente, ressaltando sua falta de alinhamento com as necessidades e preocupações da população diante da crise sanitária. Ao abordar tais questões de forma franca e objetiva, o discurso reforça sua credibilidade ao oferecer uma análise dos fatos e informar sobre a conduta do líder político em um momento crítico para o país.

Em outro trecho do editorial destaca-se: **“O presidente também desrespeita todos os técnicos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária ao questionar qual seria o**

interesse da Anvisa com a autorização da vacinação de crianças". Portanto, caracterizando uma imagem, um *Ethos* na qual se evidencia sendo o principal destaque o embate entre o ex-presidente com a ciência e os órgãos técnicos, como a Anvisa.

O cuidado com a imagem que se quer passar com o texto, também, de certo modo acontece através das escolhas lexicais utilizadas. No editorial nota-se que tratam com uma certa cordialidade a figura do presidente, como quando utilizam "*As declarações do presidente Jair Bolsonaro sobre as mortes de crianças por Covid afrontam a verdade*" em detrimento de dizer que as declarações ditas por ele são mentirosas. Ou "*Desrespeita todos os técnicos...*" em vez de dizer claramente que não respeita os técnicos.

É importante salientar que antes do *ethos* do próprio editorial temos um *ethos* prévio a veiculação desse editorial, pois a audiência, o público que acompanha o *Jornal Nacional* e a *TV Globo* já possui uma expectativa prévia por considerar a memória da imagem desse veículo de comunicação e de seu principal telejornal. Bem como à imagem do apresentador, que é considerado um dos jornalistas mais conhecidos do país.

Com tudo, é possível estabelecer que o *ethos* do editorial está diretamente ligado ao *ethos* do *Jornal Nacional*, ao *ethos* da *TV Globo* e ao *ethos* do apresentador, Willian Bonner.

Logos

Para Meyer (2007), o *Logos* na retórica é a argumentação. São os argumentos críticos, baseados em informações confiáveis, que trazem um efeito de uma fala apurada. Assim, o autor destaca o conceito, dando ênfase ao efeito que ele produz:

Por fim, na época contemporânea é o *logos* que domina. A retórica torna-se discurso sobre o discurso racional, que nem por isso é científico, com suas conclusões tão somente verossímeis, e é isso que se entende por "argumentação" (Meyer, p. 33, 2007).

Dentro do discurso jornalístico, trazer informações com base em fontes confiáveis e conhecidas, com dados estatísticos, reforça que o discurso não é ao acaso, mas é checado, apurado, verossímil. Assim, conseguimos identificar em algumas sequências discursivas no editorial do JN, que reforçam essa ideia.

Em uma lógica Macroestrutural, identificamos que o editorial apresenta argumentos estruturados e que reforçam tanto uma construção lógica e coerente, como

apresenta dados e reforça o nome de uma instituição conhecida, e que tem autoridade no assunto de saúde, a Anvisa. Esse é um dos pontos que explicam a noção de *logos*, como tendo um caráter objetivo.

[...] o *logos* tem o poder de convencer por si mesmo, independentemente da situação de comunicação concreta. Ele é fundamentado em argumentos lógicos, racionais e objetivos que são capazes de persuadir o auditório. Por outro lado, o *ethos* e o *pathos* estão relacionados à problemática específica de uma situação e aos indivíduos envolvidos, enquanto o *logos* possui um caráter mais universal e objetivo (Eggs, 2016, *apud* Bini; Sella, 2023, p. 113).

Quando no texto, o apresentador William Bonner diz: *“O presidente também desrespeita todos os técnicos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária ao questionar qual seria o interesse da Anvisa com a autorização da vacinação de crianças”*, - ele utiliza o nome da Anvisa para reforçar o posicionamento, que sim, é dele e do Jornal - do qual ele é editor-chefe -, mas sustentado por uma organização que é governamental e contrasta com a opinião do presidente Jair Bolsonaro. Nesse trecho, é apresentada uma contradição entre discurso Bolsonaro (que não é autoridade em saúde) e Anvisa (que têm técnicos que estudam o tema e são autoridade máxima no país no segmento).

Logo depois, o editorial então segue a linha da racionalidade, apresentando o viés da Anvisa, com a lei que a criou. *“O interesse da Anvisa está expresso na lei que a criou: coordenar o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, em defesa da saúde da população.”* Quando nos é apresentada a palavra “lei”, entendemos que essa tem efeito de sentido de regulamentação. Uma lei é discutida, votada, aprovada e não pode ser contestada, mas seguida. Sendo assim, o discurso do jornalista, apela para o conhecimento público de que uma lei é indiscutível, portanto, quem erra é quem a contesta.

No trecho: *“O 4º artigo da lei determina que a agência atue como entidade administrativa independente...”*, temos outra citação importante. É citado um artigo da lei de criação da Anvisa que mostra que a entidade precisa atuar com independência. Aqui, podemos verificar que, mesmo sendo uma entidade ligada ao Governo Federal, ela precisa ter autonomia nas decisões. Quando contestada essa decisão pelo presidente, essa autonomia e independência não são asseguradas.

Todo esse efeito é reforçado, retomado e explicado em outro trecho: “as declarações do presidente Jair Bolsonaro contrastam com aquilo que prevê o artigo 196 da Constituição que ele jurou respeitar: a saúde é direito de todos os cidadãos – e dever do Estado”. Nesse ponto, outra retomada importante é a Constituição Federal, livro máximo de leis do país. Ademais, uma contradição explícita é apresentada. A de que o presidente não respeita essa Constituição. Entendemos então que, se o governante máximo do país não respeita as leis que regem o Estado, ele vai contra a população. Se a constituição obriga o Estado a prover saúde, ir contra as vacinas é privar o cidadão dela.

Percebemos que em todas essas escolhas lexicais e sintáticas, o que se está construindo é uma argumentação. O jornalista busca trazer elementos que comprovem e reforcem aquilo que eles estão falando. Seja por meio de leis, princípios, ou mesmo explorando o que se considera contradições.

Conclusão

Para a construção de um discurso, a retórica considera aspectos objetivos, afetivos e traça estratégias que vão ser usadas para convencer o público daquilo que se está falando com foco no objetivo que se quer chegar.

Quando o apresentador do Jornal Nacional, William Bonner, apresenta o editorial, contrapondo a fala do então presidente Jair Bolsonaro (2019 - 2022), ele utiliza técnicas e normas que levam o telespectador a acatar as ideias daquilo que se fala. Seja com base em elementos técnicos durante a fala, seja com aspectos que mexem com a emoção (já que se vivia em meio a uma pandemia) toda essa narrativa é construída com um objetivo já traçado. As escolhas gramaticais e lexicais reforçam esse objetivo que quer alcançar a persuasão. Quando todos esses elementos são colocados em prática ao mesmo tempo é mais fácil atingir esse ápice.

Em conclusão, a análise do editorial do Jornal Nacional perante os estudos da retórica revela o poder das estratégias persuasivas empregadas no texto para influenciar a opinião pública e moldar futuros discursos. Ao analisarmos as técnicas retóricas utilizadas no editorial, pudemos observar como o apelo ao *pathos*, *ethos* e *logos* é empregado para construir uma narrativa persuasiva sobre a questão em destaque.

Assim, podemos concluir que o *pathos* foi utilizado para despertar emoções e criar empatia em relação às questões abordadas. Enquanto o *ethos*, representado pela

credibilidade e autoridade moral percebida pelos apresentadores e pelo próprio jornal, foi fundamental para estabelecer a confiança do público na mensagem transmitida. E, por fim, o *logos* fornece argumentos lógicos e evidências concretas para sustentar o ponto de vista apresentado.

Nesse sentido, a análise do editorial do Jornal Nacional nos convida a questionar não só o conteúdo da mensagem, mas também o contexto em que é apresentada e os interesses que estão por trás dela. Portanto, através de uma compreensão crítica da retórica na mídia, podemos desenvolver uma visão mais coerente e responsável do que nos é transmitido, capacitando-nos a percepção das estratégias relacionadas à comunicação persuasiva.

Referências

- ARISTÓTELES. **Retórica**, Trad. de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto, e Abel do Nascimento Pena, Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2005.
- BINI, R. P. E SELLA, A. F. **Retórica e ensino: estratégias de transposição teórica**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2023. Doi: <https://doi.org/10.51795/9786526507506>
- BRETON, P.; GAUTHIER, G. **História das teorias da argumentação**. Tradução de Maria Carvalho. Lisboa: Editorial Bizâncio, 2001.
- FIDALGO, A. Definição de retórica e cultura grega. In: **BOCC**, 2008.
- GLOBO. **Princípios editoriais do Grupo Globo**. Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em: 18 mar. 2024.
- MATEUS, Samuel. **Introdução à retórica no Séc.XXI**. Covilhã: Editora LabCom.IFP, 2018.
- MAYER, Michel. **A retórica**, Tradução: Marly Peres. São Paulo: Ática, 2007.
- MELO, J. M. de., E ASSIS, F. de .. (2016). Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom - Revista Brasileira De Ciências Da Comunicação**, 39(1), 39–56. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201613>