

1. Introdução

Esta pesquisa é uma tese apresentada ao curso de Doutorado em Letras, na área de Estudos da Linguagem da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, na linha de pesquisa “Discurso, práticas cotidianas e profissionais”, no projeto “A textualização do trabalho: novas identidades profissionais, novas habilidades comunicativas”, desenvolvido pela Profa. Dra. Maria do Carmo Leite de Oliveira, com apoio do CNPQ, no período de 2007 a 2010.

A motivação para o estudo surgiu da minha formação acadêmica como jornalista e das preocupações constantes a respeito da função social da mídia de interferir na realidade, por reconhecer que o texto jornalístico é uma fabricação do real, que ocorre através da descrição ou contextualização dos fatos por aqueles que os testemunharam (Van Dijk, 2004; Potter, 2005).

Ao representar os acontecimentos, o jornalista constrói um panorama a respeito da realidade, muitas vezes o único que as pessoas em geral têm acesso. Advém desta relação entre texto e realidade o interesse pela questão da neutralidade jornalística, como proposta de manter a fidelidade e aproximação maior com o real.

O interesse em pesquisar o uso da linguagem em textos jornalísticos está no fato de ser esta a matéria-prima do profissional e, portanto, a necessidade de refinar as estratégias lingüísticas e discursivas como situação própria da prática profissional e da importância do domínio discursivo jornalístico como ponte entre outros discursos e a sociedade.

Em minha dissertação de mestrado (Capellani, 2004), foram discutidas questões sobre a postura neutralística dos apresentadores do Jornal Nacional em entrevistas televisivas com candidatos à presidência da República, utilizando a abordagem etnometodológica da Análise da Conversa. Como resultado principal da pesquisa, foi observado que ao perguntar os jornalistas informavam o ponto de vista que emergia da opinião pública naquele momento, projetando atributos de identidade que comprometiam a imagem positiva dos entrevistados como pessoas adequadas para o cargo de presidente, seja por falhas no temperamento, seja por apresentarem ameaça ao espírito democrático ou mesmo por haver algum risco na

sua possível gestão. Na dissertação foi analisada a interface entre o discurso jornalístico e o discurso político.

Nesta tese, mantém-se a discussão a respeito das tarefas institucionais dos jornalistas na interação, através das estratégias argumentativas de posicionamento utilizadas pelos repórteres nas reportagens de capa da Revista Exame, que apontam para uma postura de não neutralidade dos jornalistas, uma vez que delineiam quais são os atributos das empresas e dos empresários na atualidade, construindo a realidade do mundo dos negócios.

A importância do estudo de revistas de negócios e do mundo profissional das empresas está na discussão das questões que envolvem o trabalho no cenário da modernidade tardia e do pós-capitalismo. As transformações ocorridas no cenário global promovem um rearranjo na dinâmica das organizações, exigindo um novo perfil de profissional, marcado pela transitoriedade de funções e multiplicidade de competências e habilidades, e estabelecendo novos paradigmas para o mundo do trabalho.

A Revista Exame atua como um meio de informação e de valorização de empresas e seus modelos de gestão, estratégias comerciais e inserção no mercado, sendo, portanto, uma referência midiática sobre o sucesso empresarial.

1.1.

Definição do problema

Apesar de parecer uma questão já debatida do ponto de vista científico, a discussão da relação entre linguagem e neutralidade ainda se faz relevante porque é preciso informar como, mesmo na mera descrição dos fatos, há interferência na construção do que é a realidade dos acontecimentos pela linguagem.

No jornalismo esta questão é debatida de modo idealizado e de modo prático, nos manuais de redação. A neutralidade ainda é um ideal a ser atingido pelos profissionais no exercício diário da profissão para observar a realidade e reproduzi-la através da linguagem. Nos manuais de redação são fornecidas algumas orientações gerais sobre como redigir textos de modo mais neutro e como ser imparcial, entrevistando pessoas com opiniões contrárias e reproduzindo-as no texto.

No gênero textual jornalístico informativo, como a notícia, em que há somente a descrição do fato, não há garantia de objetividade porque as escolhas do que destacar no lide (primeiro parágrafo do texto, que responde às perguntas o quê?, quem?, como?, quando? onde? e por quê?) já apontam para a subjetividade do repórter. A seleção em si não é neutra e a descrição não é uma tarefa puramente objetiva, já que se escolhe o que descrever primeiro e que destaque dar às informações (Potter, 1999; Shi-Xu, 1997).

No gênero textual jornalístico interpretativo, a reportagem pressupõe a abordagem das causas e consequências dos fatos e a contextualização da informação. Há, portanto, um nível maior de subjetividade esperado, já que é uma perspectiva de interpretar a realidade, no entanto destaca-se que a subjetividade deve ser menos explícita do que os artigos de opinião (Lage, 2004; 2005).

Na reportagem poderia ser percebido como um meio termo entre a notícia – gênero em que se espera o máximo de uma pseudo-objetividade para informar os fatos – e os artigos de opinião, que explicitam claramente os pontos de vista de quem os assina, respeitando-se o máximo de subjetividade.

A objetividade é, portanto, um valor no gênero textual interpretativo, no entanto, partimos do pressuposto de que não há neutralidade nem mesmo na descrição dos fatos (Potter, 2005). Seguindo este princípio, a interpretação dos fatos nas reportagens, portanto, não é neutra. Logo, interessa investigar como a retórica da neutralidade é construída no texto, mantendo uma aparência de objetividade.

A reportagem como gênero textual aparece nas revistas especializadas em jornalismo de negócios. Há algumas particularidades da reportagem nesta mídia impressa porque é dirigida a um público específico, então o jornalista interpreta os fatos estando orientado pelos valores e conhecimentos do público-alvo. A própria escolha da matéria de capa representa não só uma escolha para os fatos do momento, relevantes como noticiáveis, mas também por ser uma forma de a revista definir o que é relevante informar para seu público-alvo. Ainda assim, há uma tendência a simular a neutralidade nos textos.

Por esse motivo, é necessário investigar como a postura neutralística (Greatbatch, 1991; Capellani, 2004) é mantida nas reportagens de capa de revistas de negócios e os recursos lingüístico-discursivos utilizados para interpretar os fatos e ser neutro, isto é, preservar uma visão imparcial, não comprometida com

as organizações e seus gestores.

Considerando os aspectos levantados, propomos uma discussão a respeito da retórica da neutralidade, isto é, do discurso e da postura de maior ou menor neutralidade no jornalismo de negócios, representado pelas reportagens de capa publicadas pela revista Exame, na construção da realidade corporativa atual, através da expressão de pontos de vista da publicação sobre os posicionamentos dos executivos e das empresas, revelando quais são as ações e as posições a serem ocupadas por eles.

1.2. Perguntas de pesquisa

A principal pergunta de pesquisa que norteia este trabalho é como a retórica da neutralidade jornalística ocorre em reportagens de capa de revistas de negócios? Outras perguntas de pesquisa são as seguintes:

- a) Como os recursos lingüístico-discursivos refletem as metas interacionais desse tipo de jornalismo de negócios praticado pela revista Exame e desse jornalismo de negócios em suas reportagens de capa?
- b) Considerando-se as reportagens de capa como um gênero jornalístico interpretativo, como a estrutura argumentativa revela o grau de objetividade nos textos?
- c) Quais as principais estratégias argumentativas utilizadas para tentar convencer os leitores e promover a adesão aos pontos de vista expressos nas reportagens?
- d) Quais são e o que revelam os posicionamentos construídos sobre as empresas e os empresários delineados nas reportagens para compor o cenário das organizações e empresários de sucesso?

1.3. Objetivos gerais

Os objetivos gerais deste trabalho são os seguintes:

- a) Ampliar a discussão sobre neutralidade jornalística e identificar como esta se manifesta nas reportagens de capa em análise;
- b) Explicitar os recursos lingüístico-discursivos utilizados nas reportagens para construir um panorama do sucesso no mundo dos negócios;
- c) Definir as metas interacionais do jornalismo de negócios apresentado nas reportagens de capa da Revista Exame;
- d) Caracterizar o domínio discursivo jornalístico das reportagens em análise do ponto de vista interacional ou discursivo;
- e) Revelar as principais estratégias argumentativas presentes no texto para tentar promover adesão aos pontos de vista expressos;
- f) Delinear os posicionamentos propostos, listando as ações e as posições disponíveis para obter sucesso.

1.4. Objetivos intermediários

Para atingir os objetivos gerais, são traçados os seguintes objetivos intermediários:

- a) Analisar os componentes argumentativos presentes nas reportagens de capa;
- b) Observar como os pontos de vista são expressos nos textos;
- c) Identificar as estratégias argumentativas de sustentação dos pontos de vista;
- d) Definir quais são os posicionamentos propostos para as organizações e os empresários por meio da argumentação;
- e) Sugerir qual é a postura da publicação a respeito do mundo dos negócios.

1.5. Justificativa

Essa pesquisa se justifica como contribuição científica para os estudos sobre o fazer jornalístico e para os estudos sobre linguagem, porque permite ampliar o conhecimento sobre o uso dos recursos lingüístico-discursivos para expressão de pseudo neutralidade no jornalismo.

Além de auxiliar a formação de um pensamento crítico e ético sobre a atuação do jornalista no exercício profissional e nas implicações sociais de sua profissão, como participante na construção da realidade do mundo do trabalho, por isso pode ser utilizado para a reflexão do fazer jornalístico diário e de estudantes de Comunicação em formação, por permitir a compreensão das estratégias lingüístico-discursivas disponíveis ao profissional para redigir a reportagem.

O trabalho também é importante para a compreensão do discurso que circula sobre o mundo trabalho na atualidade, por meio da linguagem, através da representação das empresas de sucesso e dos posicionamentos projetados para os executivos bem sucedidos, profissionais em formação e outros leitores da Revista Exame.

Os resultados da pesquisa podem ser utilizados por profissionais de Recursos Humanos ou Gestão de Pessoas, no intuito de se preocuparem com os posicionamentos relevantes para os executivos na nova ordem do trabalho, em processos de recrutamento, seleção e treinamento de pessoal.

O trabalho se justifica ainda por ser uma proposta empírica de utilizar a teoria da argumentação, no que tange somente às estratégias argumentativas, aliada à teoria do posicionamento para desvendar a tessitura do texto jornalístico de negócios, revelando as principais estratégias lingüístico-discursivas utilizadas para tentar convencer os leitores e promover adesão aos seus pontos de vista.

A tese é organizada de modo a apresentar primeiramente o referencial teórico que orienta a análise de dados. Os sub capítulos do referencial teórico (capítulo 2) tratam da mídia como construção social (2.1), da argumentação no jornalismo de negócios (2.1.) e do posicionamento como representação de atributos identitários (2.3.).

O capítulo 3 trata da metodologia de pesquisa (3.1), da geração de dados

(3.2.), das características do corpus (3.3.) e das categorias de análise de dados (3.4.).

O capítulo seguinte é a análise de dados (capítulo 4), subdividido em cinco storylines do sucesso: meritocracia (4.1.), inovação (4.2.), senso de oportunidade (4.3.), moderação (4.4.) e conhecimento dos clientes (4.5.) Neste capítulo ainda é apresnetada brevemente a discussão dos principais resultados da pesquisa (4.6.).

O capítulo 5 é a conclusão da tese e o capítulo 6 traz as referências bibliográficas. Por fim, o capítulo 7 apresenta os anexos, que contêm a reprodução de todas as edições da reportagem de capa da revista Exame analisadas ao longo da tese.