

5. Conclusão

Partindo da análise dos dados e da discussão dos resultados, podemos delinear algumas conclusões que respondem as questões de pesquisa propostas no início deste trabalho.

Os recursos lingüístico-discursivos de argumentação e posicionamento utilizados nas reportagens de capa da revista Exame, em análise neste trabalho, apontam para as metas interacionais do tipo de jornalismo de negócios praticado pela publicação. A revista se posiciona como porta-voz, a representante da mídia para tratar do mundo dos negócios, atuando como material instrucional de como obter sucesso.

A retórica da neutralidade, portanto, se verifica como um discurso que se propõe representar a realidade com base em fatos e dados, mas que deixa vaziar a expressão dos pontos de vista da publicação. Estes são invariavelmente comprometidos com a ideologia do capitalismo tardio e representam apenas uma parte da realidade das organizações na atualidade. Apesar de haver o ideal de neutralidade jornalística, como uma proposta de tentar convencer o leitor de que as informações merecem credibilidade e devem ser adotadas nas organizações, isto é, como um instrumento retórico, percebe-se na análise dos dados que a revista se compromete com pontos de vista específicos.

A revista também atua promovendo as empresas e seus gestores. Nesse sentido, poderíamos afirmar que se assemelha ao press release, material promocional de divulgação, e se distancia do gênero jornalístico interpretativo, do qual se esperaria a contextualização e análise das causas e conseqüências dos fatos com base em argumentos científicos.

Considerando-se um texto interpretativo, esperávamos maior grau de neutralidade do que foi observado nos dados. Em alguns momentos, o ponto de vista da publicação foi expresso sem nenhuma referência a fontes documentais ou a entrevistados. E mesmo quando houve sustentação dos argumentos expressos no ponto de vista, em alguns casos foi proposta uma alternativa para as afirmações, em forma de desafio, isto é, perguntas retóricas feitas pelo repórter e respondidas por ele mesmo.

Ao longo das reportagens, observamos a defesa do sucesso a partir de alguns princípios norteadores e a maneira mais adequada de adotá-los. As empresas que atingiram o sucesso conseguiram porque seguiram adequadamente a cartilha e aquelas que não são bem sucedidas foram listadas como alerta do que não se deve fazer. Em ambos os casos, a perspectiva era instruir o leitor e guiá-lo nas decisões empresariais.

A respeito das estratégias argumentativas utilizadas para tentar convencer o leitor de que os modelos propostos são a fórmula para a empresa crescer e obter sucesso, podemos afirmar que a expressão dos pontos de vista foi sustentada por meio de fatos, dados, resultados de pesquisas e discurso reportado de fontes com destaque no meio empresarial, conferindo credibilidade aos textos e à publicação. Destacamos que foram comuns os argumentos de confirmação do ponto de vista ao final dos excertos analisados, em forma de conclusão, resumindo ou retomando o ponto de vista, como reforço das idéias.

Além das estratégias argumentativas, foram traçadas storylines de sucesso, em que posições (cluster de atributos) foram disponibilizadas para serem preenchidas a partir de ações empíricas de posicionamento. Os posicionamentos revelam que há um modo de ser e de agir próprios para chegar ao sucesso, que implicam necessariamente atender as metas de crescimento da empresa e adotar a visão de que o trabalho é o aspecto central na vida de um indivíduo. Suas habilidades e competências devem estar a serviço da organização em que está inserido.

Em função de todas as observações feitas, podemos afirmar que a publicação compactua com os valores que promove a respeito do mundo dos negócios, tanto por meio das estratégias argumentativas que sustentam os pontos de vista quanto pela proposta de posicionamentos para ser bem sucedido, apesar de tentar manter uma postura de pseudo neutralidade. Utilizando um gênero híbrido, entre notícia e opinião, que é a reportagem, a revista não só contextualiza os fatos, mas constrói um panorama do que é ter sucesso no capitalismo atualmente, apontando os exemplos, os atributos e as ações a serem seguidos.

Como principal contribuição desta tese está a discussão de como se dá lingüístico-discursivamente o posicionamento da revista diante do mundo corporativo, de acordo com as exigências do capitalismo tardio. Podemos, inclusive, a partir deste estudo, conjugar sociologicamente o que significa o

sucesso organizacional e os posicionamentos, isto é, as linhas narrativas, as ações e as posições tomadas pelos empresários.

A tese contribui também com o delineamento de um modelo de argumentação característico do jornalismo de negócios praticado pela revista, ampliando o debate sobre o fazer jornalístico e a função social do jornalista, que, mesmo em textos interpretativos, dispõe de recursos lingüístico-discursivos para informar seus pontos de vista e se posicionar a respeito de práticas e de atributos identitários. Destaca-se ainda a contribuição quanto à descrição dos gêneros discursivos, especialmente gêneros híbridos do discurso jornalístico, como é o caso da reportagem.

Para os estudos da linguagem, pode oferecer contribuição teórica e analítica no sentido de associar as teorias da argumentação à teoria do posicionamento, fornecendo condições para a reprodução do estudo em outras práticas discursivas.

A maior contribuição, enfim, refere-se às discussões a respeito da retórica da neutralidade, ao explicitar alguns procedimentos argumentativos que revelam como a mídia de negócios se posiciona e, de certa forma, contribui para a consolidação do discurso capitalista sobre o sucesso organizacional.