

Posicionamentos e opiniões em reportagens de capa: metodologias para análise de textos jornalísticos

Leonardo Pereira dos Santos¹, Diulia Justin Deon¹, Kathlen Luana de Oliveira¹,
Alexandre Ricardo Lobo de Sousa¹, Larissa Astrogildo de Freitas^{1*}
*Orientadora

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – (IFRS)
Campus Osório. Osório, RS

A liberdade de expressão confunde-se com a liberdade da imprensa: enquanto a liberdade de expressão trata do direito individual à palavra, à opinião, ao pensamento, a liberdade da imprensa, na atualidade, decorre do direito a imprimir de empresas cujo objetivo é gerar lucratividade aos seus controladores. Nesse sentido, a liberdade de expressão e a lógica da propriedade privada andam atreladas, de modo que uma empresa possa assumir-se como sinônimo da liberdade de expressão de um coletivo. Envolta em argumentações éticas e morais, a narrativa midiática possui caracterizações específicas - neutralidade, imparcialidade e objetividade -, sendo, muitas vezes, compreendida como um retrato da realidade, enquanto é, de fato, uma representação dos fenômenos. Com base nessas considerações, o projeto de pesquisa a que vincula-se este trabalho objetiva identificar e analisar posicionamentos e opiniões em reportagens publicadas, no primeiro semestre de 2017, pelas quatro maiores revistas semanais de informação geral do Brasil (CartaCapital, Época, IstoÉ e Veja) a partir de recursos computacionais. A metodologia é dividida em três grandes partes: pesquisa bibliográfica acerca da análise de textos jornalísticos, construção de um corpus contendo os objetos de análise e construção e/ou adaptação de recursos computacionais para realizar a análise linguística do *corpus*. Na pesquisa bibliográfica, buscou-se identificar os elementos característicos do texto jornalístico e nela, pode-se observar que a construção de posicionamento e opinião nos textos jornalísticos se dá através de dois principais elementos: o enquadramento e as estratégias linguísticas. O enquadramento refere-se ao recorte da realidade, levando à promoção de uma definição particular de um problema. As estratégias linguísticas, como a utilização de adjetivos, advérbios e figuras de linguagem, referem-se às atribuições de caráter valorativo aos itens descritos no recorte. Nessa perspectiva, a presente pesquisa identifica os itens descritos no recorte e analisa o *corpus* nos níveis lexicais, sintáticos e semânticos de modo semi-automático, bem como analisa o enquadramento utilizado através de método comparativo a partir de alinhamento de temas. Apesar de pretensões de neutralidade, imparcialidade e objetividade, a pesquisa tem demonstrado que a imprensa que se confunde com a empresa tem características exatamente opostas. Isto é, a imprensa no Brasil é parcial.

Palavras-chave: Liberdade da imprensa. Indicadores. Posicionamento. Texto jornalístico. Linguagem.