

O Papel do Progresso: uma Análise da Presença da Fábrica Suzano de Papel e Celulose em O Progresso¹

Letícia Holanda de SOUSA²

Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Marcos Fábio Belo MATOS³

Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

RESUMO

Este artigo se propõe a fazer uma análise sobre a presença, na forma de acontecimento jornalístico, da fábrica Suzano de Papel e Celulose, nas páginas do jornal O Progresso, mais importante jornal impresso da cidade de Imperatriz, no sudoeste do Maranhão. O seu objetivo principal é analisar de que maneira a fábrica ocupa, quantitativa e percentualmente, a mancha gráfica da publicação, desvelando, a partir disso, os possíveis engendramentos que levam a essa publicização jornalística da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo – Suzano – O Progresso – Imperatriz.

Introdução

Em 2011, a cidade de Imperatriz foi tomada por uma grande novidade: a implantação de uma fábrica de papel e celulose, de proporções monumentais, nunca antes vistas na história daquela localidade – uma cidade de porte médio, localizada na porção sudoeste do estado do Maranhão, com uma população de 253.123 habitantes, pelos dados estimados do IBGE, de 2015.⁴ Pelas informações tanto da empresa quanto divulgadas na mídia, tratava-se da segunda maior fábrica de papel e celulose do mundo: a Fábrica Suzano de Papel e Celulose.

Este artigo tem a intenção de efetivar uma análise da presença da Suzano no maior jornal impresso da cidade: O Progresso, que cobriu todas as etapas da implantação do empreendimento, desde as primeiras ventilações de que ela viria, de fato, passando pelas confirmações, pelo início das obras de construção, as etapas de sucessivas concretizações

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Graduanda do 4º. período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFMA, bolsista de pesquisa. Autora.

³ Professor adjunto IV do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFMA, campus de Imperatriz, pós-doutorando em Comunicação pela Unisinos, bolsista da Fapema e pesquisador do NEEC (Núcleo de Estudos em Estratégias de Comunicação). Orientador.

⁴ Consultado em <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=210530>, em 25 de maio de 2016.

do projeto (como chegada de equipamentos, implantação de programas de formação de mão de obra, visitas de autoridades municipais ou estaduais ao canteiro de obras, entrada em funcionamento e fabricação) até chegar, finalmente, à inauguração.

Com tal análise, pretendemos mostrar, quantitativa e estatisticamente, um panorama desta presença da Suzano em O Progresso, analisando os seus mais diferentes aspectos.

O progresso em “O Progresso”

O jornal O Progresso é o mais tradicional veículo de imprensa de Imperatriz, que é a segunda maior cidade do Maranhão. Ele foi fundado no dia 03 de maio de 1970, por José Matos Vieira e Jurivê Macedo (ASSUNÇÃO, PINHEIRO, 2012). Esta é a fase em que se inicia a proliferação de jornais impressos pela cidade, de acordo ainda com as pesquisadoras citadas:

Também entre os anos 70 e 80 é registrado um aumento expressivo do número de impressos. Na década de 1970 circulam em Imperatriz seis títulos. E durante os anos 80 são registrados 49 jornais. Dentre esses títulos verificou-se o aparecimento de 5 jornais religiosos, 5 culturais, 15 institucionais, 9 de interesse geral, 6 políticos, 3 sindicais, 2 de emissora de televisão, 1 de negócios, 2 de educação e 8 estudantis (ASSUNÇÃO, PINHEIRO, 2012, p. 182).

Não é um surto gratuito ou descontextualizado. Nessa fase, Imperatriz e a região tocantina (da qual ela é a maior cidade e ponto de convergência) passavam por um processo de crescimento urbano e populacional, impulsionado, principalmente, pela abertura da rodovia Belém-Brasília, que, como registra Waldemar Gomes Pereira, poeta e cronista de Porto Franco, mudou a face urbana e geográfica da região:

E a Belém-Brasília nasceu. Dali para a frente tudo foi muito rápido – a conclusão do desmatamento, a construção da pista e o encascalhamento. Como um milagre, a explosão demográfica aconteceu. Nasceram povoados, cresceram aglomerações humanas já iniciadas, surgiram hotéis de beira de estrada, bordéis, cabarés e tudo se transformava em outra realidade. A velha Imperatriz sofreu uma metamorfose admirável. Tinha apenas uma dúzia de ruas estreitas e tradicionais e, aceleradamente, foi invadindo o campo, crescendo à beira-rio, para todos os lados, desordenadamente, com muita pressa (PEREIRA apud FRANKLIN, 2008, p. 118).

Para se ter ideia do vertiginoso crescimento da cidade, a tabela abaixo demonstra que, num intervalo de 40 anos, a população cresceu 140.793 pessoas (LIMA JÚNIOR,

2014), o que significa um aumento percentual de 308,31% - uma verdadeira explosão demográfica.

Tabela 1 – Evolução da população total, e percentual da população urbana e rural de Imperatriz – MA (1970-2010)

ANO	TOTAL	POPULAÇÃO URBANA	POPULAÇÃO RURAL	POPULAÇÃO URBANA %	POPULAÇÃO RURAL
1970	80.722	34.079	46.013	44,00	56,00
1980	220.079	111.619	108.460	50,72	49,28
1991	276.502	210.051	66.451	75,97	24,03
2000	230.566	218.673	11.893	94,84	5,16
2010	247.505	234.547	12.958	94,76	5,24

Fonte: Pereira (2013) construída a partir de dados do DATASUS e de Censos Demográficos IBGE: 1970; 1980; 1991; 2000; 2010.

É natural, então, que esse crescimento viesse acompanhado de mudanças, entre elas a da expansão comunicacional que, num primeiro momento, fez-se representar pelo aumento dos jornais impressos e, num momento posterior, pela introdução da televisão, que chega à cidade em 1975 com os sinais simultâneos das emissoras Globo e Tupi (ASSUNÇÃO, PINHEIRO, 2012) e ainda das emissoras de rádio, que começaram a chegar no final da década de 1970, com a pioneira, Rádio Imperatriz (BRITO, MACIEL, 2012).

Nasce, então, O Progresso bafejado por esses ares desenvolvimentistas, verificados tanto na escolha da sua nomeação, do seu título, quanto no seu espírito fundador, o que pode ser verificado por este trecho do seu editorial de fundação:

Chegamos até aqui que não é ainda a nossa meta. É nossa aspiração fazer deste noticioso um instrumento a serviço da coletividade de que somos parte. E que através de “O PROGRESSO” possa a voz de Imperatriz fazer-se sentir em outros rincões, levando até eles a demonstração da pujança desta terra querida que dia a dia desperta para novos rumos e novos empreendimentos, estuante de vida, marco de transição entre o marasmo que ficou sufocado pelas máquinas que rasgaram a Belém-Brasília e os horizontes que se descortinaram ante os olhos de uma geração que surge. (O PROGRESSO, “NOSSA CAMINHADA”, 03.05.1970)

A partir daí, disputando espaço na topografia comunicacional e informacional da cidade, o jornal vai seguir divulgando os ciclos de expansão econômica e comercial e as alterações que eles traziam, tanto para a cidade quanto para a região. Pode-se, como

exemplo, citar, apoiados em Franklin (2008), o final do ciclo econômico⁵ do arroz, que entrou em decadência nos primeiros anos da década de 1970; o ciclo da madeira, impulsionado pelo asfaltamento da Belém-Brasília, concluído em 1974, e pela enorme quantidade de madeira na região, o que levou a cidade a ter mais de 300 empresas ligadas a este setor, dos mais diversos ramos (serrarias, laminadoras, movelarias, dentre outras); o ciclo do ouro, representado pela instalação, no início dos anos 1980, do garimpo de Serra Pelada, no sul Pará, com influência direta em Imperatriz, e que vai perdurar por toda esta década; a instalação do Projeto Grande Carajás, no fim dos anos 1980, com o consequente aporte de indústrias no seu entorno, bem como da Estrada de Ferro Carajás e da Companhia Vale do Rio Doce, que impactaram cidades como Imperatriz e Açailândia; e, já no início dos anos 2000, a transformação de Imperatriz em um polo de serviços, como educacionais (entrada de universidades e faculdades, principalmente), serviços de saúde (hospitais, clínicas), hospedagem e alimentação (rede hoteleira e de restaurantes), entretenimento (bares, casas noturnas, eventos, shoppings etc).

O Progresso foi um dos responsáveis por registrar a história do tempo presente de Imperatriz, a partir das suas idiossincrasias, dos seus relacionamentos políticos, sociais e ideológicos. Registre-se que, desde que o Curso de Comunicação – Habilitação em Jornalismo da UFMA foi criado, em 2006, o jornal tem recebido atenção de estudantes e professores, imbuídos de tentativas de compreendê-lo como um substrato histórico-social. Destacamos, neste sentido, as pesquisas já realizadas sobre a construção discursiva do “Maranhão do Sul” (MATOS, ALMEIDA, 2012), quando foi coletado um *corpus* formado pelas edições do jornal de 2001 a 2005, tentando verificar nele os engendramentos para a discussão da ideia de fundação do Estado do Maranhão do Sul, do qual Imperatriz seria a pretensa capital; e a análise da cassação do governador Jackson Lago (MATOS, BARBOSA, 2012), momento em que se comparou o conteúdo dos jornais O Estado do Maranhão e O Progresso sobre este fato. São tentativas de buscar, no jornal, uma identidade de documento histórico e repositório privilegiado de publicização dos acontecimentos mais importantes de uma localidade. Além, é claro, de constatar o seu papel como personagem-chave na discussão dos grandes debates sociais, no âmbito da esfera pública, como afirma FAUSTO NETO (1999, p. 16), ao analisar o papel da imprensa na publicização da Aids no Brasil:

⁵ O historiador Adalberto Franklin, na sua obra “Apontamentos e fontes para a história econômica de Imperatriz”, divide o panorama econômico da cidade, desde a sua fundação, em ciclos sucessivos: do gado, da borracha, da castanha, do arroz, da madeira etc.

Esse fato [a eclosão pública a Aids] aponta para a importância das mídias como um dos dispositivos instituidores do espaço público, na medida em que, pela sua ação ritualística e cotidiana, as mídias vão, não só anunciando a noção de realidade, mas convertendo-se, elas mesmas, como lugar pelo qual a realidade não só passa por elas, mas também se faz nelas.

Como caixa de ressonância dos acontecimentos que estiveram relacionados a Imperatriz e região, nos mais diversos campos (social, econômico, político, cultural, religioso etc), O Progresso tem uma importância fundamental, na condição de o mais tradicional jornal impresso local, que vem se mantendo com este papel há 46 anos.

...e chega a Suzano: redenção e ressurreição.

A fábrica Suzano de papel e celulose é uma empresa consolidada no cenário industrial brasileiro e mundial. Nos seus 92 anos de existência, aquela pequena distribuidora de papel nacional e importado, fundada pelo ucraniano Leon Feffer, transformou-se na segunda maior produtora de celulose do mundo, com cinco unidades fabris no Brasil, exportando vinte marcas de papel para 60 países e diversificando, hoje, sua atuação em ramos distintos, como corretagem de seguros, desenvolvimento imobiliário, indústria gráfica, comunicação multicanal e a sua vocação, o ramo de produção de celulose e papel.

Seus números são grandiosos. É o maior grupo do segmento de papel e celulose na América Latina. Mantém três distribuidoras: no Brasil, na Argentina e na Inglaterra. Possui laboratórios em Israel, na China e no Brasil. A sua capacidade anual de produção de celulose de eucalipto foi de 2,98 milhões de toneladas e a de papel, de 1,3 milhão de toneladas, em 2014. Suas plantações de eucalipto, que é o fornecedor da celulose, estão espalhadas, no Brasil, por sete estados (São Paulo, Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Maranhão, Piauí e Tocantins), o que equivalia, no final de 2015, a cerca de 1 milhão de hectares de áreas plantadas. Esses dados foram compilados do site da empresa e em uma reportagem da revista *Época Negócios*, de 06 de novembro de 2015.

É com este capital econômico e simbólico que a Suzano chega ao Maranhão. Sua chegada, de acordo com os dados institucionais e comunicacionais, é fruto de uma engrenagem que envolveu fatores como: as articulações políticas dos governos federal, estadual e municipal; as políticas fomentadas pelo governo estadual para incentivos de novos negócios industriais, capitaneadas pelos programas Pró-Maranhão (de “I – incentivo à: a) implantação de novas indústrias e agroindústrias”, conforme reza o Decreto N.26.689,

de 30 de junho de 2010) e Maranhão Profissional (de formação de mão de obra para atender às novas demandas de postos de trabalho que seriam geradas pela expansão industrial), que induziram, segundo informações amplamente divulgadas, tanto pela imprensa quanto por organismos governamentais estaduais, a instalação de dezenas de indústrias, nas mais diversas regiões do Maranhão e a formação de mais 450 mil pessoas, na grande maioria jovens (O ESTADO DO MARANHÃO, EDITORIAL, 20.09.2014); a pretensão do planejamento da Suzano em se expandir, o que pode ser verificado nas informações do seu site, que registra, na área destinada aos dados do Grupo Suzano, no campo ‘Trajetória Suzano’, no item ‘Governança Corporativa’, o seguinte, relacionado com o ano de 2008: “Suzano Papel e Celulose anuncia plano de expansão com a construção de duas plantas industriais localizadas nos estados do Maranhão e Piauí e ampliação da unidade de Mucuri”; as investidas da prefeitura de Imperatriz, na pessoa do prefeito Sebastião Madeira, que, em diversas e reiteradas ocasiões, em discursos ou entrevistas, deu a conhecer que realizou movimentos, como ir a São Paulo para reuniões com os diretores da empresa, pedir ajuda política à então governadora, Roseana Sarney e ao então Ministro das Minas e Energia, Edison Lobão, orientar seu secretariado para destravar burocracias, efetivar incentivos fiscais, disputar com Porto Franco a preferência para a instalação da fábrica.

A fábrica chega, nesse cenário, como um símbolo da introdução de um tempo novo, tempo de conjugar os verbos “crescer” e “desenvolver”. O melhor exemplo dessa nova atitude esperançosa que a empresa provoca pode ser visto no acontecimento que marca o início das obras de construção da planta industrial, registrado por O Progresso, no dia 29 de março de 2011. O jornal traz, como subtítulo da chamada de capa, como título da matéria interna da seção Política e como slogan de uma publicidade da prefeitura de Imperatriz, o mesmo enunciado, entre aspas: “Nasce uma semente de desenvolvimento em Imperatriz”. Não por acaso, foi uma das frases proferidas pelo prefeito Sebastião Madeira, em uma “entrevista à imprensa”, dada por ocasião da visita ao canteiro de obras da empresa, acompanhado de secretários e diretores da Suzano – e da imprensa, é claro. Na cobertura deste acontecimento, nessa edição de O Progresso, a palavra “desenvolvimento” é reiterada quatro vezes, além de o prefeito testificar, na citada entrevista, que a chegada da fábrica é “um momento histórico para Imperatriz”.

Conjugando uma impulsão natural pela singularidade de ter uma empresa de porte mundial se instalando em uma cidade de porte médio, pretendendo gerar milhares de empregos, diretos e indiretos, e movimentar, de uma forma generalizada, a economia da

cidade e região com uma expertise comunicacional do setor responsável pela comunicação corporativa da Suzano Papel e Celulose, a empresa colheu, nos três anos que compreenderam o percurso do início da construção da fábrica à sua efetiva inauguração, uma cobertura midiática muito abrangente e positiva – em todos os formatos de mídia (jornal impresso, sites, blogs, emissoras de rádio e TV). É esta cobertura que passamos a quantificar, traduzir em números e estatísticas e tentar compreender, a partir do próximo tópico.

A Suzano em O Progresso: o que dizem os números.

O estudo aqui descrito se baseou, metodologicamente, nos pressupostos da pesquisa documental, com tratamento quantitativo dos dados (GERHARDT, SILVEIRA, 2009) e análise percentual dos dados encontrados nos jornais, valorizando o aspecto estatístico (GEHLEN, 2014). O seu material de base foi o conjunto de edições do jornal O Progresso, disponíveis na Biblioteca da Academia Imperatrizense de Letras (AIL) e também das edições online do jornal. Cabe informar que o jornal só disponibilizou as suas edições online (que são em formato PDF) completas a partir do mês de julho de 2011. Antes dessa data, existem apenas edições esporádicas. No site do jornal, no espaço “edições anteriores”, o leitor pode acessar todas as edições disponíveis na plataforma. Antes de julho, existem também as edições de 1970 (do dia 03 de maio, primeira edição do jornal); de 1980 (edição de 03 de maio, 10 anos de aniversário do jornal); e de 2001 (todas as edições de janeiro e uma edição, do dia 03 de maio, aniversário de 31 anos).

Dessa forma, nossa pesquisa de campo foi feita em duas etapas. Na primeira, coletamos o corpus na biblioteca da AIL, verificando, em cada edição, as referências sobre a Suzano. A coleta era feita com a máquina fotográfica e depois tratada em programa de tratamento de fotos (para ajustes como corte, nitidez etc). A partir do mês de julho no jornal, as coletas já foram feitas nas edições online, por meio de pesquisa na página do jornal no espaço reservado para a ‘busca por palavras’. Foram coletadas todas as matérias que surgiram relativas à palavra ‘Suzano’, digitada no campo ‘busca’.

Ao final dessa primeira fase da pesquisa, que durou de outubro de 2015 a março de 2016, foi montado um arquivo com 942 matérias, que englobam o intervalo de 29 de março de 2011 a 31 de março de 2014. A primeira data se refere à publicação da matéria sobre o início da construção da fábrica e a segunda, ao final do mês de inauguração da empresa, ocorrida em 20 de março de 2014.

A tabela abaixo apresenta a distribuição das edições publicadas em O Progresso, no período compreendido da pesquisa:

ANO	EDIÇÕES
2011	239
2012	313
2013	313
2014	77
TOTAL	942

(Tabela 01 – número de edições analisadas)

Convém informar que o jornal não publica edições às segundas-feiras, por esta razão, em um ano, ele só publica 313 edições, em vez de 365 ou 366.

Do total de edições, a Suzano apareceu, inserida diretamente como noticiada, em 214 edições.

Para distribuir as matérias selecionadas pela ‘topografia’ do jornal, valemo-nos da classificação dos gêneros do jornalismo, seus formatos e tipos, dentro da visão funcionalista de José Marques de Melo, que concebe:

(...) os gêneros e suas subdivisões – formatos e tipos – são formas relativamente rígidas, fixas, que definem o modelo de atitude do espectador, antes de este se interrogar acerca de qualquer conteúdo específico, determinando assim, em larga medida, o modo como esse teor é percebido (MELO, 2016, p. 47)

E, mais especificamente, sobre gênero, diz ele:

(...) *gênero* jornalístico é a classe de unidades da Comunicação massiva periódica que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos (aqui referidos como mídia), potencialmente habilitados para atingir audiências anônimas, vastas e dispersas (MELO, 2016, p. 49 – grifo do autor)

Sobre formato, conceitua: “O formato, portanto, é a unidade substancial ou material, com determinada configuração e certas características peculiares, que distinguem os itens de mesma natureza.” (MELO, 2016, p. 48).

Na classificação de Melo (2016), temos os seguintes agrupamentos:

- Gênero Informativo: com função de vigilância social: notícia, nota, reportagem e entrevista;

- Gênero Opinativo: com função de fórum de ideias: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta e crônica;
- Gênero Interpretativo: com função educativa e esclarecedora: análise, perfil, enquete, cronologia e dossiê;
- Gênero Diversional: com função de distração e lazer: história de interesse humano e história colorida;
- Gênero Utilitário: com função de auxiliar na tomada de decisões cotidianas: indicador, cotação, roteiro e serviço.

Partindo, então, de tais pressupostos organizativos da dinâmica da produção jornalística, tentaremos enquadrar o material selecionado de O Progresso. Convém, neste aspecto, destacar duas questões importantes: em primeiro lugar, a tabela que apresenta o corpus, logo abaixo, traz as colunas “Capa” e “Publicidade”, que não estão enquadradas na classificação mencionada e da qual vamos partir para organizar nosso material coletado. Mesmo assim, achamos conveniente adotá-las pela importância do material que elas apresentam: respectivamente, as chamadas de capa e as publicidades (institucionais ou comerciais), que vão reforçar a presença da Suzano no jornal estudado.

Dito isso, relacionamos as matérias selecionadas em:

- Chamadas de Capa (que podem ser manchetes, com ou sem foto, ou chamadas simples, com ou sem foto. Nos dois casos, elas podem vir com ou sem texto de apoio);
- Notícias (que podem vir completas ou desprovidas de um dos seus elementos morfológicos complementares de identificação – antetítulo, subtítulo, legenda, intertítulo – e ainda com ou sem foto – em alguns casos, mais de uma foto);
- Reportagem (assim denominamos as matérias de maior extensão, que ocupavam a página inteira do jornal. Em alguns casos, este conteúdo pode se desdobrar em uma matéria menor, complementar, ou em um boxe reticulado);
- Notas/comentários (assim denominadas as colunas fixas, que, no jornal, no período da pesquisa, eram três: duas diárias (‘Bastidores’, assinada pelo

jornalista Coriolano Filho, editor-chefe do jornal e ‘Fora da Pauta’, assinada pelo jornalista colaborador, William Marinho) e outra assistemática (‘Coluna do Lima Rodrigues’ assinada pelo jornalista de mesmo nome, colaborador), e ainda os comentários, formatados como texto único com assinatura do autor: um do jornalista Elson Araújo e outro do jornalista Domingos César);

- Publicidade (gênero não jornalístico, entretanto, presente em datas específicas, com alusão direta à Suzano, quer sejam de instituições, da própria Suzano ou de empresas parceiras).

Aludindo à classificação de Melo (2016), destacamos que foram encontradas matérias sobre a Suzano que podem ser atribuídas aos gêneros Informativo e Opinativo, apenas.

A tabela abaixo distribui os textos nos gêneros selecionados, por ano de publicação:

ANO	CAPA	NOTÍCIA	REPORTAGEM	COLUNAS/ COMENT.	PUBLICIDADE
2011*	19	39	03	11	03
2012	10	25	01	03	00
2013	07	44	00	07	00
2014**	06	13	02	16	04
TOTAL	42	121	06	37	07

* A partir de 29 de março.

** Até 31 de março.

(Tabela 02 – distribuição das matérias por formatos jornalísticos)

A partir dessa distribuição, passamos à elaboração de porcentagens para aferir, estatisticamente, a presença do tema Suzano, nas páginas de O Progresso, dentro do período selecionado para nosso estudo.

O primeiro dado diz respeito à presença do acontecimento ‘Suzano’ nas páginas das edições pesquisadas. Do total de 942 edições analisadas, entre março de 2011 e março de 2014, a Suzano esteve presente em 213, o que representa um percentual de 22, 61% das edições. Em muitas dessas edições, a empresa aparece mais de uma vez: na capa e na página interna, como notícia ou reportagem; ou na capa e na página interna, como notícia e

publicidade; ou ainda na capa e nas páginas internas, como reportagem, notícia, comentário, nota e publicidades – como foi o caso da edição do dia 21 de março de 2014, dia posterior à inauguração. Esse percentual garante uma presentificação sistemática da empresa nas páginas de O Progresso.

Do total de edições de O Progresso que tematizaram a Suzano (213), em 42 delas a empresa ocupou a primeira página ou capa, o que representa um percentual de 19,71% das edições. Como se sabe, a primeira página é a “vitrine” da edição, o lugar privilegiado, onde os assuntos mais importantes estão “oferecidos” ao interesse do leitor/da leitora. Outro dado importante que foi apurado é que, do total de capas, 28 delas traziam fotos, o que corresponde a 66,66 (ou mais de 2/3). A fotografia, no jornalismo, tem um duplo efeito: dar destaque privilegiado ao acontecimento noticiado e conferir um “efeito de verdade” a ele; como se a matéria com foto possuísse uma veracidade maior. É como afirma Castro (2009, p. 183):

A foto de imprensa se apresenta para o leitor como um testemunho fidedigno e transparente do fato reportado, exibindo-se como expressão da literalidade das coisas, estabelecendo sua ‘fala’ a partir de uma ordem de representação das coisas, que se dá a reconhecer e não a analisar.

Do total de informação publicada por O Progresso sobre a Suzano, no período estudado, a grande maioria é formada por notícias. Esse dado é bastante compreensível pelo fato de ser a notícia, de todos os formatos dos gêneros jornalísticos, o mais comum e o que mais identifica o jornalismo informativo. Isso porque sua estrutura de apresentação textual é mais simples, sua dinâmica de produção menos complexa, se comparada a outros formatos do mesmo gênero, por exemplo, além de sua factualidade exigir publicação com menor tratamento – de fontes, de formato narrativo, de quantidade de fotos e demais adendos (boxes, gráficos, por exemplo) – e mais agilidade. Analisando-se a tabela 2 acima, percebemos que os anos em que mais houve notícias foram 2011 e 2013, respectivamente, 39 e 44. Isso se deu pelo fato de que, em 2011, a empresa estava iniciando suas atividades de construção da planta industrial, e muitos acontecimentos exigiam publicização, como por exemplo: o início da construção em si (noticiado em 29.03.2011); reunião da governadora com executivos da empresa (noticiado em 14.04.2011); lançamento do Programa Capacitar, de formação de mão de obra para a fábrica (noticiado em 15.04.2011 e em diversas outras edições); realização de audiências públicas para debater a construção de ramais rodoviário e ferroviário (noticiado em 12.07.2011 e em outras edições); e, em 2013, a fábrica já estava

se encaminhando para a consecução das obras, o que gerou uma como que “narrativa” das várias etapas do processo, como por exemplo: recebimento de equipamentos industriais (noticiado em 12.03.2013); finalização de cursos de operadores de máquinas florestais (noticiado em 11.06.2013); chegada da segunda turbina (noticiado em 02.07.2013); início da colheita de madeira (noticiado em 03.08.2013); primeira queima de biomassa (noticiado em 09.10.2013); visita de membros do Conselho Municipal de Meio Ambiente à Suzano (noticiado em 03.12.2013). Todo esse processo de desenvolvimento da construção da fábrica ia gerando notícias e alimentando as edições do jornal.

No tocante à reportagem, cabe registrar a presença mínima deste formato de texto jornalístico nas edições analisadas. Das 213 edições, ela ocupa apenas 6 delas, o que perfaz o percentual de 2,80%. Como já elencamos acima, estamos considerando ‘reportagem’, para esta análise, a cobertura que ocupa uma página inteira, em texto único ou desmembrado em outros elementos (notícia adicional/complementar, box). Essa escolha talvez se afaste do cânone conceitual de reportagem, que pressupõe investigação e interpretação (LAGE, 2001), além de outros aspectos, como amplitude de fontes, uso da entrevista, profundidade de investigação etc. Mas assim fazemos para diferenciar esses textos, com tais aspectos, da notícia comum, menor e menos densa. Pela tabela 02, percebemos que são produzidas: 03 reportagens em 2011, 01 em 2012, nenhuma em 2013 e 02 em 2014.

No que diz respeito às colunas e comentários, percebemos uma presença dispersa dos assuntos referentes à Suzano nelas. Pela tabela, a maior incidência dos textos nas três colunas que o jornal mantinha, nas quais se depositavam as notas opinativas (no formato ‘pílulas’), estão nos anos de 2011 (11) e 2014 (16). Esse foram os anos em que, respectivamente, a fábrica iniciou a sua construção e foi inaugurada – dois acontecimentos que mobilizaram atenções públicas, especialmente dos campos da política (federal, estadual e municipal), que são o *locus* preferencial de atenção dos colunistas. Importante também destacar que as duas únicas ocorrências de comentários, conceituados como “... produção de um jornalista tarimbado, com vasta experiência, que analisa certa ocorrência – em geral, relacionada a algum assunto trabalhado, na mesma edição, por um formato informativo –, relacionando-a a fatos anteriores e fazendo projeções de possíveis desdobramentos.” (MELO, 2016, p. 52) foram publicadas em 2014, precisamente no dia da inauguração da fábrica (20.03.2014). Seus autores são jornalistas muito conhecidos no cenário da comunicação de Imperatriz. O primeiro tem como título “Suzano: começa um novo ciclo”,

do jornalista Elson Araújo, na época secretário de comunicação da prefeitura de Imperatriz; o segundo foi nominado “Suzano papel e celulose: os prós e contras dessa grande empresa”, de autoria de Domingos César, jornalista, ambientalista, membro da Academia Imperatrizense de Letras e, na época, componente da Assessoria de Comunicação da prefeitura de Imperatriz. No geral, tanto as notas quanto os comentários tiveram uma postura de “acolhimento” da empresa.

Por fim, incluímos, nesta arrolação de acontecimentos sobre a Suzano no jornal O Progresso, a publicação de publicidade. Das 213 edições, tivemos 7 publicidades, assim distribuídas: 01 na edição do dia 29 de março de 2011 (quando, pela primeira vez, foi noticiado no jornal o início da construção da fábrica; uma publicidade da prefeitura de Imperatriz, aludindo ao fato); 01 na edição de 09 de julho e 01 na edição de 14 de julho de 2011 (as duas aludem ao mesmo assunto: informação/convite para a audiência pública de discussão dos ramais rodoviário e ferroviário) e 04 no dia 20 de março de 2014 (01 da prefeitura de Imperatriz, 01 da câmara de vereadores de Imperatriz, 01 da própria Suzano e 01 da Canal Grupo – todas referenciando a inauguração da fábrica). Exceto as publicidades sobre as audiências públicas, todas as demais cumpriam funções de referência dadivosa, que ao início da construção da fábrica quer à sua inauguração, com o mesmo mote: alusão ao desenvolvimento trazido pela Suzano para Imperatriz e agradecimento pela iniciativa.

Considerações finais: a visibilidade do acontecimento Suzano

A partir dos dados colhidos na pesquisa nas edições de O Progresso que fazem parte do *corpus* e do tratamento, quantitativo e estatístico, apresentado acima, algumas conclusões podem ser levantadas.

Em primeiro lugar, fica evidente a presença, sistemática, da Suzano como ‘acontecimento jornalístico’ nas páginas de O Progresso – uma aparição que se percebe contínua pela regularidade dos valores numéricos, por ano. Percebe-se ainda pela distribuição dessa referência na forma de diversidade de gêneros e formatos que tomam as matérias, inclusive excedendo a esfera jornalística (como é o caso da publicidade). Outro dado importante é a porcentagem de aparições na primeira página e, dentre essas, a grande porcentagem (mais de 66%) de fotos acompanhando títulos e manchetes.

Em segundo lugar, claro fica que essa ação de publicização é fruto de uma estratégia eficaz e profissionalizada do setor de comunicação da empresa, que possuía uma assessoria de comunicação dentro da sua estrutura para negociar, com o veículo, espaços de

noticiabilidade, visibilidade e publicidade – uma vez que, das 7 publicidades relativas ao assunto colhidas no *corpus*, 3 eram próprias da Suzano, uma delas, inclusive, colorida e de página inteira, o que custa muito mais caro que as demais.

Em terceiro lugar, convém registrar que não foi intenção deste artigo, que, como dito anteriormente, apresenta apenas uma parte inicial de uma pesquisa maior, ainda em curso, a análise das matérias em si – nem de conteúdo nem de discurso. Talvez, quando venham a ser feitas, elas demonstrem, por exemplo, o nível de ‘positivação’ presente nos textos em relação à Suzano, a partir da recorrência a semantizações ou a posições-sujeito positivadoras. Ou ainda o aproveitamento do material produzido pelo setor de comunicação da empresa como matéria pronta (release) para o referido jornal – o que pode indicar uma institucionalização da imagem da Suzano no jornal e uma verticalização e pouca heterogeneidade do discurso sobre a fábrica.

Por fim, por enquanto, o que se pôde constatar foi que a Suzano se utilizou – e bem! – do poder que tem O Progresso, como principal veículo impresso de comunicação local e regional, para consolidar, da construção à inauguração, sua imagem na esfera pública.

Referências

- ASSUNÇÃO, Thays, PINHEIRO, Roseane Arcanjo. Jornalismo em Imperatriz - MA: os jornais impressos em tempo de mudança (1970- 1989). In: REVISTA BRASILEIRA DE HISTÓRIA DA MÍDIA. v.1, n.2, julho-dez. 2012.
- BRITO, Nayane Cristina Rodrigues, MACIEL, Alexandre Zarate. Começou o jornal na rádio Imperatriz. II ENCONTRO NORTE-NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA. Universidade Federal do Piauí, 20 e 21 de junho de 2012. Anais.
- CASTRO, Sílvio Rogério Rocha de. **A imagem fotográfica jornalística**. CAMBIASSU, EDIÇÃO ELETRONICA. Ano XIX, n. 5, v. I, Jan/dez 2009. UFMA. São Luís-MA.
- DE VOLTA AO JOGO. Revista Época Negócios. Editora Globo, 06.11.2015.
- DECRETO Nº 26.689 DE 30 DE JUNHO DE 2010. GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO.
- FRANKLIN, Adalberto. **Apontamentos e fontes para a história econômica de Imperatriz**. Imperatriz: Ética, 2008.
- GEHLEN, Marco Antonio. Amostragem e inferência nas pesquisas em jornalismo. XV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL/INTERCOM. 08 a 10 de maio de 2014. Palhoça, SC. Anais.

GERHARDT, Tatiana Engel, SILVEIRA, Denise Tolfo (org). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

IBGE. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=210530>. Consulta em: 25 de maio de 2016.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. São Paulo: Record, 2001.

LIMA JUNIOR, José Vieira (et all). **A reconfiguração urbana da cidade de Imperatriz em função da implantação da atividade econômica da empresa Suzano papel**. III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento. Taubaté: Universidade de Taubaté, 20 a 22.10.2014.

MARANHÃO PROFISSIONAL. EDITORIAL. JORNAL O ESTADO DO MARANHÃO. 20 DE SETEMBRO DE 2014.

MATOS, Marcos Fábio Belo. De volta à Manchester do Norte: apagamentos e reiterações do ‘Maranhão Industrial’. **IV Colóquio de Semiótica das Mídias**. Japaratinga – Alagoas, 04 de novembro de 2015. ANAIS.

_____, BARBOSA, Ellyne. Análise de conteúdo sobre a cassação de Jackson Lago nos jornais “O Progresso” e “O Estado do Maranhão”. **10º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo/SBPJOR**. PUC do Paraná. Curitiba. Novembro de 2012.

_____, ALMEIDA, Kellen Nylceia dos Santos. **A construção do discurso do Maranhão do Sul na mídia impressa de Imperatriz-MA**. Revista Littera Online. Número 05. São Luís: 2012.

MELO, José Marques de, ASSIS, Francisco de. **Gêneros e formatos jornalísticos**: um modelo classificatório. Intercom – RBCC. São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016

O PROGRESSO. Ano 1, N.1, 03.05.1970. Disponível em: <http://www.oprogressonet.com/edicao/preview/1>. Acesso em 25.05.2016.

SUZANO. Disponível em: <http://www.suzano.com.br/portal/grupo-suzano.htm>. Acesso em 25.06.2016.