

Ciberjornalismo e Modelos de Produção: Appificação e Desafio Glocal

5 a 7 de outubro de 2016

7º CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO

O leitor invisível: análise da presença do leitor no material publicado sobre a implantação da fábrica Suzano papel e celulose, no jornal 'O Progresso' e em blogs informativos de Imperatriz-MA¹

Letícia Holanda de SOUSA²

Marcos Fábio Belo MATOS³

Resumo: Este artigo tem como foco analisar a presença do leitor, no material jornalístico, publicado sobre a implantação da fábrica Suzano de Papel e Celulose, nas páginas do jornal O Progresso, mais importante jornal impresso da cidade e em blogs informativos de Imperatriz, segunda cidade do Maranhão. Para tanto, serão consideradas, no aporte analítico, as estratégias utilizadas, pelo jornal O Progresso e pelos blogs informativos locais, para operarem a midiaticização do acontecimento "Implantação da Fábrica Suzano de Papel e Celulose", em Imperatriz – inclusive, avaliando o contexto local de efetivação dessa midiaticização, a partir da relação que tais dispositivos comunicacionais empreendem com o leitor. A pesquisa verificou que o leitor desses dispositivos não tem uma postura ativa, como preconiza a identidade do receptor neste novo momento midiático - comunicacional, chamado de "midiaticização".

Palavras-chave: Jornalismo. Midiaticização. Leitor. Imperatriz-MA.

¹ Artigo enviado na modalidade Rotinas produtivas na Era digital.

² Letícia Holanda de Sousa – graduanda do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Campus de Imperatriz, bolsista de pesquisa. Email: letyhollanda@gmail.com

³ Marcos Fábio Belo Matos – doutor em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista (UNESP-Araraquara); pós-doutorando em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS - São Leopoldo); professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Campus de Imperatriz. Email: marcosfmatos@gmail.com

1 Introdução

Este artigo é parte de uma pesquisa maior, intitulada “O Papel do Progresso: a mediação da implantação da Fábrica Suzano Papel e Celulose em Imperatriz” e tem como meta principal analisar as operações de mediação efetivadas pela Suzano no ambiente da comunicação local, notadamente, o jornal O Progresso (edições impressa e online) e os mais representativos blogs locais de informação.

Esta é a segunda produção que a pesquisa gera. Antes, no mês de julho, apresentamos, por intermédio da bolsista de pesquisa do projeto, Letícia Holanda de Sousa, no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste (Intercom), o artigo: “O Papel do Progresso: uma Análise da Presença da Fábrica Suzano de Papel e Celulose em O Progresso”. O objetivo desse trabalho foi mostrar, quantitativamente, como a Suzano ocupou, na condição de acontecimento midiático, as páginas de O Progresso, tanto na condição de informação quanto de publicidade.

O foco, então, deste segundo artigo é a análise das relações constituídas entre o jornal O Progresso e os blogs informativos com o leitor dos mesmos, a partir da avaliação do material publicado sobre a Suzano, considerando a teoria da mediação. Para empreender tal iniciativa, procedemos a um levantamento documental do material publicado sobre a Suzano, tanto em O Progresso (nas suas versões impressa e online) quanto em oito blogs locais (Blog Asmoimp, Blog da Kelly, Blog do Elson Araújo, Blog do Josué Moura, Blog do William Marinho, Blog do Jhivago Sales, Blog do João Rodrigues e Blog Notícia da Foto). Em O Progresso, o levantamento foi feito, numa primeira ação, no arquivo dos jornais impressos e, numa segunda ação, no arquivo digital do periódico. O levantamento, ao final da pesquisa, compreendeu 942 edições, perfazendo um total de 214 matérias referentes à implantação da fábrica (notícias, reportagens, notas, publicidade, artigos). Já em relação aos blogs, a seleção foi efetivada, a partir da pesquisa nos sistemas de busca dos próprios dispositivos, com entrada feita pela palavra “Suzano”. Tais blogs foram escolhidos porque, na “cartografia comunicacional” de Imperatriz, possuem uma representatividade bastante considerada.

Como segunda etapa de tratamento do material coletado na análise documental, após conhecer todo o arquivo selecionado, fizemos o devido recorte para proceder às leituras mais específicas. O critério adotado para a seleção das matérias que formariam o *corpus* definitivo foi o aparecimento da mesma notícia ou reportagem (ou o seu conteúdo integral) em mais de um dispositivo. Assim, foram selecionadas 10 matérias que circularam em, pelo menos, dois veículos: em O Progresso e um blog (houve matérias que circularam, ao mesmo tempo, no jornal e em cinco blogs). A ideia, neste caso, foi analisar materialidades que pudessem contemplar, ao mesmo tempo, os dois tipos de dispositivos escolhidos: tanto o jornal (impresso e online) quanto os blogs informativos. Por conta disso, restringimo-nos às notícias e reportagens.

As matérias escolhidas constam da tabela abaixo, com os respectivos registros de aparecimento nos dispositivos selecionados para análise:

MATÉRIA	DATA	Local de Publicação
“Nasce mais uma semente de desenvolvimento em Imperatriz”, diz o prefeito Madeira.	Janeiro de 2011	Blog do Elson Araújo
		Jornal O Progresso
Suzano celulose lança programa de capacitação profissional em Imperatriz.	Abril de 2011	Blog do Elson Araújo
		Blog do João Rodrigues
		Blog Notícia da Foto
		Jornal O Progresso
Suzano papel e celulose amplia investimentos no Nordeste.	Junho de 2011	Blog do Elson Araújo
		Blog do William Marinho
		Blog do João Rodrigues
		Jornal O Progresso
Suzano papel e celulose realiza audiências públicas em Imperatriz e João Lisboa	Julho de 2011	Blog do João Rodrigues
		Jornal O Progresso
Suzano: Construção da Fábrica de Papel e Celulose de Imperatriz está em pleno andamento.	Dezembro de 2011	Blog do Josué Moura
		Jornal O Progresso
Suzano lança cursos de Capacitação de Pessoas na Região Tocantina.	Março de 2012	Blog do William Marinho
		Blog do Josué Moura
		Jornal O Progresso
Suzano emite nota de esclarecimento sobre morte de trabalhadores.	Setembro de 2012	Blog Asmoimp
		Jornal O Progresso
Três funcionários da Suzano Papel e Celulose morrem carbonizados ao tentar apagar fogo em fazenda.	Outubro de 2013	Blog Asmoimp
		Blog da Kelly
		Blog do João Rodrigues
		Blog Notícia da Foto
		Jornal O Progresso
Suzano começa a produzir celulose na fábrica de Imperatriz.	Janeiro de 2014	Blog do Elson Araújo
		Blog do Josué Moura
		Blog Notícia da Foto
		Jornal O Progresso
Inauguração da fábrica da Suzano em Imperatriz.	Março de 2014	Blog da Kelly
		Blog do Elson Araújo
		Blog do Jhivago Sales
		Blog do João Rodrigues
		Blog Notícia da Foto
		Jornal O Progresso

Convém destacar que o *corpus* formado para o procedimento da análise tem as seguintes características: em primeiro lugar, os dez acontecimentos jornalísticos se distribuem pelo período que compreende o início da construção da planta industrial (março de 2011) e a inauguração oficial da empresa (março de 2014); em segundo

lugar, está enfeixado no conjunto do que Melo, Assis (2016) convencionaram chamar de Jornalismo Informativo, basicamente dividido entre a notícia e a reportagem (sendo preciso, para ‘reportagem’, fazer um esforço condescendente à teoria – como afirmamos em artigo anterior (HOLANDA, MATOS, 2016)); enfoca uma diversidade de assuntos (início da construção; lançamento de programa de capacitação; tragédias envolvendo trabalhadores; audiências públicas; início da produção industrial; inauguração), o que constitui uma linearidade na publicização da “narrativa” do desenvolvimento da empresa em solo imperatrizense, culminando, claro, com a sua inauguração festiva, com a presença, inclusive, da presidenta da República, Dilma Rousseff; caracteriza-se por efetivar uma mínima relação com o leitor, como se verá na análise feita adiante.

2. A Suzano e a midiaticização jornalística

As teorias que englobam o campo da midiaticização são bastante novas e, no Brasil, ao menos, ainda pouco conhecidas. Isso pode se dar por dois motivos: pelo fato de que a ciência, por questões de conjuntura e estrutura, pouco – ou lentamente – se pulveriza (necessitando de promoção de congressos e demais eventos científicos e da publicação de edições acadêmicas, em geral, com baixas tiragens e divulgação territorial pouco extensa) e ainda por conta da sua novidade, em termos de construção epistemológica e teórica.

Isso, inclusive, num sentido duplo. De trabalho das teorias que a explicam e ainda da sua efetividade social propriamente dita. Fausto Neto (2008, p. 90), como exemplo, afirma que

(...) a midiaticização resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais, tema eleito em reflexões analíticas de autores feitas nas últimas décadas e que chamam atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas.

Convém registrar que o nosso contato inicial com as teorias que englobam o estudo da midiaticização se deu no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), da Universidade do Vale dos Sinos (UNISINOS), que é onde, no Brasil, esses estudos iniciaram e se mantêm mais consolidados, inclusive com a institucionalização de uma linha de pesquisa própria (“Midiaticização e Processos Sociais”), contando hoje com pesquisadores de renome nacional, orientando a produção de uma quantidade significativa de dissertações e teses e empreendendo intercâmbios com pesquisadores da América Latina e Europa.

Numa postura metodológica, cabe-nos tentar conceituar a midiaticização. Nesse caso, valemo-nos de Fausto Neto (2008, p. 92), que, construindo um contexto mais amplo, escreve:

A convergência de fatores sócio-tecnológicos, disseminados na sociedade segundo lógicas de ofertas e de usos sociais produziu, sobretudo nas três últimas décadas, profundas e complexas alterações na constituição societária, nas suas formas de vida, e suas interações. Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a «cultura da mídia». Sua existência não se constitui fenômeno auxiliar, na medida em que as práticas sociais, os processos interacionais e a própria organização social, se fazem tomando como referência o modo de existência desta cultura, suas lógicas e suas operações.

Queremos destacar, nessa assertiva, o enfoque dado pelo pesquisador ao processo de superação, via midiaticização, do cenário anterior, vivenciado pela sociedade, que era o da Sociedade dos Meios: aquele em que a mídia funcionava como organizadora de uma produção de sentido, como auxiliar num sistema de interações sociais, negociando com os demais campos (por exemplo: os sindicatos “iam para a mídia” para fazerem ouvir-se; as assessorias de comunicação “buscavam os jornais” para negociar espaços de publicização/visibilidade dos seus clientes; enfim, os sujeitos buscavam a mídia para, por meio dela, acessar a esfera pública). Hoje, a midiaticização é um sistema interacional de referência (BRAGA, 2006), constituindo um próprio campo de existência para todas as organizações (nos mesmos exemplos: hoje os sindicatos têm suas mídias próprias; as assessorias, ao invés de apenas buscarem os espaços na mídia tradicional, criam-nos para seus clientes e os administram, fazendo deles espaços de publicização e visibilidade). É o que diz Fausto Neto (2008, p. 93, com grifo nosso), quando descreve:

Uma designação econômica para diferenciar a «sociedade dos meios» da «sociedade da midiaticização» está no fato de que na primeira as mídias estariam a serviço de uma organização de um processo interacional e sobre o qual teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos. Na segunda, a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sóciotécnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade. Nestas condições, as mídias seriam o lugar (...) em que no plano da sociedade global ter-se-ia o “trabalho” sobre as representações sociais (Verón, 2004). As mídias perdem este lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais (...).

Com a midiaticização, estabelece-se uma nova cultura: a cultura midiática. A mídia deixa de ser apenas um aparato técnico, passando a funcionar, realmente, como um sistema referencial de organização do mundo – como foi, por muitos anos, por exemplo, a escrita, que criou a cultura impressa. A sua amplitude é tão grande que Gomes (2015) identifica, com ela, a instituição de uma nova ambiência social e cita

Muniz Sodré (apud GOMES, 2015), que qualifica esta nova forma de viver neste mundo como “Bios Midiático”. Outro exemplo de reconhecimento da importância deste fundamento social está no fato de que Hjarvard (2014) o compara, em termos de amplitude, a processos sociais fundantes de uma nova ordem, como a urbanização e a globalização. Por fim, como já mencionado, Braga (2006, p. 02) o qualifica como um sistema interacional de referência: “Assim, dentro da lógica da mediatização, os processos sociais de interação mediatizada passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem mas se ajustam.”

Os demais processos interacionais se ajustam à mediatização. Como exemplos, podemos arrolar o estudo de Xavier (2014), que descreve como se transformam, pelo viés da mediatização, as práticas do universo psi (psiquiatria, psicologia, psicanálise), a partir do estabelecimento de novas relações entre especialistas e pacientes. Ou ainda as transformações operadas no campo religioso e político (FAUSTO NETO, 2008).

Outra característica da sociedade em vias de mediatização é o estabelecimento, nessa nova relação produção-recepção de produtos midiáticos, de uma zona que, antes, estava relegada a um simples aspecto instrumental e que se mostra ativa e determinante na efetivação de um processo dinâmico de comunicação: a circulação.

É pela circulação que os papéis de emissor/produtor e receptor se alternam, continuamente. É o que afirma Braga (2006, p. 28, grifos dele), quando diz: “O jornal pode virar papel de embrulho e lixo, no dia seguinte, mas as informações e estímulos continuam a circular. *O sistema de circulação interacional* é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia.” E ainda: “É relevante, para percebermos o sistema de interação social sobre a mídia, que a circulação de produtos midiáticos na sociedade não se faz apenas como ‘escolher e acolher’ segundo critérios culturais anteriores, mas gera um *trabalho social dinâmico*: respostas.” (BRAGA, 2006, p. 29, grifos dele).

Também Fausto Neto (2008, p. 63) se posiciona sobre a necessidade de readequação no estabelecimento de posturas de produção e recepção, neste novo cenário:

O conceito de circulação complexifica-se percorrendo um caminho longo, e somente o avanço das transformações dos regimes sócio-técnicos engendrados pela mediatização e suas repercussões sobre a organização social, permite compreender a saída de parte de sua problemática, de uma região invisível, para se transformar em dispositivos (com visíveis marcas) sócio-técnico-discursivos que vão reformular imensamente os processos de interação, especialmente o lugar, e o próprio conceito de recepção.

Para o âmbito da pesquisa que empreendemos, cabe destacar as transformações que se operam no campo específico do jornalismo. Segundo alguns autores, estamos vivendo a fase da migração de um jornalismo de massa para um jornalismo mediatizado; uma fase de transição, em que temos “(...) dois tempos

evolutivos, neste caso a Modernidade e sua sucedânea, a Sociedade da Informação – em que formas antigas [de jornalismo] convivem com novos processos.” (PICCININ apud SOSTER, 2009, p. 165). Um tempo em que práticas tradicionais de jornalismo se equilibram em um novo cenário; em que as teorias tradicionais, como o Agenda Setting, o Newsmaking, os fatores tradicionais de noticiabilidade, por exemplo, já não conseguem explicar o fluxo da notícia, nem os seus engendramentos produtivos. E em que novas características de um novo jornalismo se fazem perceber.

Numa tentativa de caracterizar este novo formato de jornalismo, valemo-nos dos estudos de Fausto Neto (2008) e Soster (2009). Para o primeiro, são quatro as mudanças que reestruturam o jornalismo em relação à midiatização:

Segundo nossas hipóteses, as configurações desta «analítica», e de seu funcionamento, apresentam-se no universo do jornalismo e de sua prática, segundo quatro aspectos: 1) transformações da «topografia jornalística», como espaço «organizador do contato»; 2) a auto-referencialidade do processo produtivo; 3) auto-reflexividade sobre seus fundamentos teóricos; 4) transformação do *status* do leitor. (FAUSTO NETO, 2008, p. 96).

Explicando tais aspectos, resumidamente, diríamos que:

- a) As “transformações da ‘topografia jornalística’ como espaço ‘organizador de contato’” se referem às novas ações que o jornalismo empreende para mostrar seu processo produtivo e, ao mesmo tempo, ampliar sua zona de contato com o leitor. Nesse aspecto, vale o registro das ações de visibilização, por parte dos dispositivos jornalísticos, do seu processo e seus espaços de produção da notícia (a redação ao fundo do Jornal Nacional é um exemplo emblemático: o telespectador tem acesso à ‘cozinha’ do jornalismo...), do processo de ‘atorização’ dos jornalistas (cada dia mais midiáticos, mais ‘mostrativos’, mais transformados em celebridades), da abertura de mais seções em que o contato com o leitor é institucionalizado (seções de correspondência, de ombudsman, espaço “você no jornal X”, seção “Você, repórter”, “Sua foto no...”, etc). Fausto Neto (2008, p. 98) argumenta que “O efeito de sentido dessa estratégia é, justamente, argumentar que é preciso construir um vínculo mais duradouro entre estruturas de produção e consumo do jornal, e, para tanto, é preciso tornar visível e disponível o universo do próprio processo produtivo, nele fazendo, de alguma forma, aceder o leitor.”
- b) A “auto-referencialidade no processo produtivo” se estabelece a partir das ações do jornalismo, que lança luz sobre os seus próprios processos produtivos, na tentativa de mostrar ao leitor, além da informação, todo o percurso que ela efetivou para estar ali, ao seu alcance. Isso se nota, por exemplo, em textos editoriais que enaltecem a ‘aventura’ na produção de uma reportagem. Para Fausto Neto (2008, p. 98-99), “Não se trata mais de falar

para o leitor, apontá-lo a realidade construída, ou dizer que sabe ou que «sabe antes», mas relatar como faz para dizer que «sabe antes...».

- c) A “auto-reflexividade sobre seus fundamentos teóricos” significa as tentativas do próprio sistema jornalístico de refletir sobre o seu processo produtivo. Como afirma Fausto Neto (2008, p. 99), “São enunciações que refletem os desafios e os efeitos de um «modo de dizer», chamando atenção para as concepções do dispositivo sobre o seu trabalho, e seu processo produtivo.”
- d) A “transformação do *status* do leitor” representa uma nova forma de conceber o esquema produção-recepção, não mais de forma unilateral, mas incluindo o leitor no processo, como sujeito ativo e coprodutor. Nas palavras de Fausto Neto (2008, p. 100): “A mudança do contrato, com a inclusão do receptor no âmbito do próprio dispositivo, significa que ele passa a se constituir num co-gestor de operações de sentido, na medida em que «vem lá de fora, jogar o jogo que se passa aqui dentro»”. O autor explica, no entanto, que essa participação está vinculada às regras estabelecidas pelo dispositivo – como, por exemplo, as regras para o aparecimento de perguntas, em quadros de entrevistas, ou a própria seleção das mesmas, ou ainda as regras que são postas para a publicação (com ou sem moderação) de comentários de notícias pelos jornais online, portais, revistas e blogs informativos, conforme apresentam Reino e Bueno (2014).

Tais características, por si só, já apontam para uma nova forma (ou dinâmica) de se fazer jornalismo, que o tornaria diverso de um jornalismo que se fazia antes do advento de uma sociedade em vias de midiatização (ou que ainda se faz, considerando o fato de que, para muitos autores, ainda estamos vivendo uma fase de transição, ou de consolidação em processo). Porém, a elas ainda podemos, seguindo o raciocínio de Soster (2009), agregar outras:

- a) A Correferência: que pode ser percebida na ação, sistemática, dos veículos de mídia de registrarem, em suas matérias jornalísticas, a coleta de informações em outros dispositivos de igual natureza. Por exemplo: um jornal que informa ter coletado determinada notícia num site; um telejornal que registra que a informação foi divulgada por um jornal ou revista ou programa de rádio ou site. Isso faz com que se estabeleça uma verdadeira rede midiática, de oferta de informação e de sentidos. Soster (2013, sp) escreve: “Importante observar que a co-referência é tão antiga quanto o jornalismo (...). O que muda, nesse cenário, é a potência com que se estabelece.”
- b) A descentralização: o que significa que já não existe mais uma hegemonia, em relação a alguns dispositivos, na oferta de informação – nem no *status* dela. Para Soster (2013, sp), a arquitetura midiática, em uma sociedade midiatizada, se reconfigura: “Pensar a descentralização implica admitir que

a forma do sistema é, antes, rizomática que axiomática, e que isso se deve, em muito, às características operacionais da internet, que amalgama o sistema jornalístico, antes complexa que linear.”

- c) A dialogia: que ocorre nas ações do jornalismo de ir “beber na fonte” de outras práticas, como, por exemplo, a literatura, incorporando alguns de seus fundamentos – neste caso, as técnicas narrativas. Como advoga Soster (2013, sp): “É quando o jornalismo, por exemplo, vai buscar na literatura subsídios para estabelecer diferenças, reconfigurando-se nas instâncias de emissão, recepção, circulação e reconhecimento (...)”.

Para nós, claro fica que a adequação do jornalismo a essas características vai variar, a depender da conjuntura de cada localidade. Afinal, como mesmo apontam os teóricos, a midiaticização tem sua consolidação vinculada a aspectos específicos, estando mais presente em sociedades altamente industrializadas (HJARVARD, 2014).

Neste sentido, nossa pesquisa se restringe a analisar o estágio do jornalismo de Imperatriz, considerando os dispositivos jornal (impresso e online) e blogs, a partir do enfoque da relação que tais dispositivos mantêm com o seu leitor. Afinal, a relação com o leitor aproxima ou afasta o jornalismo local de um cenário midiaticizado?

3. Jornal, blogs e a relação com o leitor

Efetivando a análise qualitativa do *corpus* selecionado para a pesquisa, formado por 10 matérias (entre notícias e reportagens) que veiculavam informações sobre a implantação da Fábrica Suzano de Papel e Celulose em Imperatriz, pudemos perceber que, especificamente, no aspecto da relação com o leitor, tanto jornal O Progresso quanto os oito blogs mantêm uma postura muito distante e pouco receptiva ao estabelecimento de uma relação comunicativa com ele.

Em primeiro lugar, quanto ao jornal O Progresso, notamos que, nas 10 matérias analisadas, não apareceu nenhum comentário, no espaço específico para esse fim. Isso ocorre, apesar de, no site, haver o local para que o leitor comente sobre as matérias que lê. Outra observação relevante é o fato de, no período estudado (compreendido entre o início da construção da fábrica e a sua inauguração), não encontramos nenhum texto opinativo, com característica de ser de leitor, no espaço específico do jornal – ele disponibiliza, tanto na edição impressa quanto na online, um espaço denominado “Colunas”, em que publica textos tanto de colunistas próprios quanto de leitores. No período estudado, apenas foi verificado o aparecimento de dois textos opinativos, semelhantes aos do espaço “Coluna”, no jornal: o artigo “Suzano: começa um novo ciclo”, do jornalista Elson Araújo (na época, secretário de comunicação da Prefeitura de Imperatriz) e o artigo “Suzano Papel e Celulose: os prós e contras dessa grande empresa”, do jornalista Domingos César (na época, integrante da equipe da Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Imperatriz). Os dois artigos

foram publicados na mesma edição do jornal, no dia da inauguração da fábrica (20 de março).

Há que se registrar, talvez para validar a inexistência de comentários sobre a implantação da Suzano nas edições estudadas de O Progresso, que este jornal tem uma existência no ambiente da internet muito pouco profissionalizada e, por conseguinte, sem atrativos. Quanto a isso, duas observações:

a) Apesar de estar na internet desde 2011, o site do jornal é pouco atrativo e apresenta poucos recursos de arquitetura virtual: não possui recursos audiovisuais, como a presença de galeria de fotos, de vídeos, de podcasts; não há movimentos na página inicial; as matérias não apresentam nenhum tipo de hiperlink. O jornal, com essa postura, estaria em desacordo com o que Santaella (2004, p. 182) reconhece como o perfil do leitor imersivo, que circula pela internet: “A rede não é um ambiente para imagens fixas, mas para a animação. Não há mais lapsos entre a observação e a movimentação.”

b) Sua presença nas redes sociais (Facebook e Twitter, as mais acessadas) é muito tímida. Alguns dados: a página do Twitter do jornal tinha 361 seguidores⁴; como parâmetro, pudemos constatar que as páginas dos jornais O Estado do Maranhão, O Imparcial e Pequeno, de São Luís, tinham, respectivamente, 21.400, 9.708 e 13.700 seguidores; cabe informar que os quatro jornais inauguraram suas páginas nesta mídia social entre os anos de 2009 e 2010; a mesma página no Twitter, no dia pesquisado, apresentava matérias postadas pela manhã, nas quais não havia nenhuma curtida, resposta nem retweet (que são, em tese, indícios de aceitação ou de reação frente ao que foi postado); quanto ao Facebook, a página do jornal possuía postagens de dois dias anteriores, tendo a postagem mais curtida o número de 7 curtidas; o jornal, ao contrário do que faz no Twitter, não posta no Facebook os links das matérias, que direcionariam o leitor para o seu site, mas apenas algumas páginas, como fotos; ainda como forma de comparação, pudemos perceber que, enquanto O Progresso possui um total de 33.743 curtidas em seus posts, O Imparcial possui 175.961, O Estado do Maranhão possui 50.136 e o Jornal Pequeno possui 30.388; entre os quatro jornais, O Progresso é o único que não apresenta links na página do Facebook para as suas matérias. Tais comparações são basilares, pelo fato de ser O Progresso, conforme informação na sua página no Facebook, na seção “sobre”, o “Primeiro Jornal diário da Região Tocantina e terceiro mais antigo do Estado do Maranhão em circulação”.

Em relação aos blogs selecionados para estudo (Blog Asmoimp, Blog da Kelly, Blog do Elson Araújo, Blog do Josué Moura, Blog do William Marinho, Blog do Jhivago

⁴ Para todas as informações sobre as páginas do jornal nas redes sociais, foi tomado o dia 06 de agosto de 2016, entre 17h e 20h, como referência, pois foi o dia em que as verificações foram feitas.

Sales, Blog do João Rodrigues e Blog Notícia da Foto), em primeiro lugar, cabe informar que três deles não apresentam a ferramenta “comentários” nos seus dispositivos: Blog da Kelly, Blog do Elson Araújo e Blog do Jhivago Sales. Os blogs foram selecionados pelo fato de que podem ser considerados dispositivos informativos, pois divulgam notícias, com o caráter de atualidade, localidade e abrangência de foco (em geral, tratam de política, educação, saúde, violência urbana, dentre outros assuntos), são reconhecidos na cidade e ainda noticiaram, em maior e menor grau, o processo de implantação da Suzano em Imperatriz.

Quanto ao estabelecimento de um relacionamento com o leitor, pudemos constatar, pela análise das matérias selecionadas, que, assim como O Progresso, ele é inexistente ou mínimo. Nas 10 matérias selecionadas para análise, em apenas duas delas surgiram comentários, e, em todos eles, não houve nenhum tipo de resposta aos leitores.

Os dois primeiros comentários surgidos foram correspondentes à matéria “Suzano celulose lança programa de capacitação profissional em Imperatriz”, publicada em abril de 2011 e divulgada em O Progresso e nos blogs: Blog do Elson Araújo, Blog Notícia da Foto e Blog do João Rodrigues. Neste último, foram postados dois comentários. A leitora, identificada por Jordana, escreveu, no dia 15 de abril, às 13:52: “como que posso fazer para me escrever (sic) no programa Capacitar?”; e o leitor, identificado como Claudino Fernandes de Almeida, escreveu, no dia 20 de abril de 2011, às 13:50: “como posso fazer para me inscrever no programa capacitar e quais exigências (sic)”. Ambos os comentários não foram respondidos, nem geraram uma possível matéria de orientação.

O terceiro comentário apareceu no dia da cerimônia de inauguração da fábrica. Com o título “Inauguração da fábrica da Suzano em Imperatriz”, esta matéria foi publicada no jornal O Progresso e nos seguintes blogs: Blog da Kelly, Blog do Elson Araújo, Blog do João Rodrigues, Blog do Jhivago Sales e Blog Notícia da Foto. Neste último, foi postado o seguinte comentário:

Será que os nosso (sic) honoráveis vereadores e deputados sabem alguma coisa dos IMPACTOS NEGATIVOS que essa empresa, SUSANO (sic), causará à (sic) toda região tocantina? Só a título de informação, está escrito: A Europa e Os americanos não querem as empresas de celulose por lá, somente o produto ou seja, o papel. Onde elas estão se instalando segundo o autor do artigo: Nos países onde a legislação é frágil e os políticos são corruptos – O que será daqui a alguns anos? Deus nos proteja.

O comentário, escrito pelo leitor Leandro Lima, identificado como sendo do Instituto Federal do Maranhão, foi publicado no mesmo dia da matéria (20 de março), às 04:49. Assim como os dois anteriores, ficou sem resposta nem contestação – o que seria presumível ou desejável, tal o seu conteúdo de contestação e tamanha a importância do fato a que alude.

Analisando, em seu conjunto, o comportamento dos dispositivos estudados, em relação à ação de relacionamento com o leitor, o que percebemos é que a postura não se coaduna com um jornalismo num contexto de midiatização.

E Soster (2009) avalia que, no cenário de um jornalismo midiatizado, não cabe mais a postura de um leitor que apenas espera do dispositivo informativo; mas, sim, valendo-se da própria arquitetura da internet (links e demais ferramentas), este leitor faz seu próprio caminho de leitura e assume uma postura mais ativa em relação à mídia a partir da qual se informa – portanto, de cogestão da informação que recebe e que, em grande parte das vezes, repercute.

Como última contribuição à reconfiguração desta nova postura do leitor, neste novo ambiente, novo cenário e nova arquitetura comunicacional, convém destacar a análise que Reino e Bueno (2014) realizaram sobre portais, sites de jornais e de revistas (semanais e mensais) brasileiros, identificando no estabelecimento da ferramenta “comentários” nesses dispositivos uma marca do jornalismo da atualidade – quer como forma de captar mais leitores, de avaliar o nível de repercussão das matérias que publicam ou de efetivar um contato efetivo com o seu leitor. Para eles, os comentários são constitutivos de um novo momento do jornalismo, que Fausto Neto (2008) e Soster (2009) vão reconhecer como midiatizado.

4. Considerações finais

Há ainda um longo caminho a percorrer na análise do estágio atual do jornalismo de Imperatriz, como prática informativa e de produção de sentido, em relação às características da midiatização, tomando-se por base a publicização dos acontecimentos relativos à implantação da Fábrica Suzano de Papel e Celulose na cidade – nosso campo atual de investigação. Outros aspectos precisam ser analisados, confrontados e descritos, para o estabelecimento de uma avaliação mais ampla e acurada.

Por enquanto, o que este artigo se propôs foi definir um posicionamento analítico em relação à postura, tanto do jornal O Progresso quanto dos blogs locais, estabelecida na relação com o leitor.

E o que a análise do *corpus* montado, efetivada à luz da teoria aqui apresentada, demonstrou foi que, nos dispositivos avaliados, o leitor não tem uma postura ativa: seus comentários, nos raríssimos momentos em que apareceram nos espaços devidos, não obtiveram atenção nem dos jornais e dos blogs nem da empresa mencionada neles – alvo da demanda de informações e da crítica sobre a sua necessidade de efetivar uma proteção ambiental.

Desatenção que também se faz sentir na despreocupação, no caso do jornal O Progresso, de tornar sua “arquitetura virtual” mais atrativa e interativa – colhendo, como consequência, pouquíssimo retorno dos seus leitores (afinal, como descreve

Santaella (2004, p. 17), o leitor que navega pelas “infovias do ciberespaço” está acostumado a trilhas “[...] povoadas de imagens, sinais, mapas, rotas, luzes, pistas, palavras, textos e sons”. E um site com poucos atrativos dessa natureza não prende sua atenção...) E, igualmente, na postura de alguns blogs de não fornecerem espaços para comentários.

Claro que uma investigação de outra ordem poderá perceber, por exemplo, uma postura mais ativa do leitor em outros dispositivos midiáticos – como o rádio, as redes sociais, blogs de natureza mais opinativa. Contudo, acreditamos que, pela natureza dos dispositivos que selecionamos para estudo, e dada a abrangência, importância e singularidade do acontecimento do nosso estudo (afinal, trata-se da implantação, em uma cidade de porte médio, da segunda maior fábrica de celulose do mundo, geradora de milhares de empregos diretos e indiretos), não encontrar manifestações do leitor nesses dispositivos sinaliza para o fato de que eles, em sua gênese, não se esforçam para estabelecer essa zona de contato.

Tais características, cremos, estão em disparidade com a postura de um jornalismo numa sociedade em vias de midiaticização, como se mostrou acima, que teria, como um dos seus pilares, o estabelecimento de uma relação mais ativa com o leitor, sendo ele cogestor da informação e ponto ativo no processo de circulação, que então se estabelece ativamente. E também com a lógica mesma de um jornalismo no âmbito da internet, em que o comentário é um dos seus elementos constitutivos.

Um leitor invisível não se coaduna com um jornalismo dos novos tempos...

Referências.

BRAGA, José Luiz. **Mediatização como processo interacional de referência.** Versão revista de artigo apresentado no GT Comunicação e Sociabilidade, do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, em julho de 2006.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mediatização – Prática social, prática de sentido.** Encontro da Rede Prosul. “Comunicação e Processos Sociais”, 2005, UNISINOS/PPGCC. São Leopoldo. 2005-2006.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da mediatização. **Revista Matrizes.** n.2, abril de 2008. p. 89-105.

FAUSTO NETO, Antonio. **Notas sobre as estratégias de celebração do jornalismo.** Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V. N. 01. P. 109-121. Janeiro-junho de 2008.

FAUSTO NETO, Antonio. **As bordas da circulação.** ALCEU - v. 10 - n. 20 - p. 55 a 69 – Rio de Janeiro. Jan./jun. 2010

GOMES, Pedro Gilberto. Mídiação: um conceito, múltiplas vozes. In: FAUSTO NETO, Antonio, ANSELMINO, Natalia Raimondo, GINDIN, Irene Lis (orgs). **CIM – Relatos de Investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosário: UNIR Editora, 2015.

HJARVARD, Stig. **A mediação da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

HOLANDA, Letícia de Sousa, MATOS, Marcos Fábio Belo. **O papel do progresso: uma análise da presença da fábrica Suzano de Papel e Celulose em O Progresso**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Caruaru - PE – 07 a 09/07/2016. Anais.

LUNDBY, Kunt (et. Al). **Mediatization of communication**. In: Collection Handbooks of Communication, Science, n. 1, July 14, 2014. Berlin Gruyter Mouton. Tradução livre e adaptada de Pedro Gilberto Gomes. São Leopoldo: Unisinos, PPGCC, 2016.

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.

REINO, Lucas Santiago Arraes, BUENO, Thaisa (org.). **Comentários na Internet**. Imperatriz - Maranhão: EDUFMA, 2014.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o papel cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **O jornalismo em novos territórios conceituais: internet, mediação e a reconfiguração de novos sentidos midiáticos**. Tese. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2009.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Dialogia e atorização: características do jornalismo mediado**. 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília – Universidade de Brasília – Novembro de 2013. Anais.

XAVIER, Monalisa Pontes. **A consulta transformada: experimentações de dispositivos interacionais “psi” na sociedade em mediação**. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo-RS, 2014.

JORNAIS PESQUISADOS.

O Progresso. Edições de 2011. (versão impressa)

O progresso. Edições de julho de 2011 a março de 2014 (versão online). Disponível em: <http://www.progresso.com.br>.

BLOGS PESQUISADOS:

Blog Asmoimp. Disponível em: <http://www.asmoimpcomduduzao.com.br>

Blog do Elson Araújo. Disponível em: <https://porelsonaraujo.blogspot.com.br>

Blog da Kelly. Disponível em: <http://www.blogdakellyitz.com.br>

Blog do João Rodrigues. Disponível em: <http://www.blogsoestado.com/joaorodrigues>

Blog do Josué Moura. Disponível em: <http://josuemoura.blogspot.com.br>

Blog do Jhivago Sales: <http://www.jhivagosales.com.br>

Blog Notícia da Foto. Disponível em: <http://www.noticiadafoto.com.br>

Blog do William Marinho. Disponível em: <http://www.willianmarinho.com.br>