

Os jornais podem (e já começaram a) desaparecer¹

Weber Kirmse CALDAS²

Edgard REBOUÇAS³

Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)

Resumo

Este trabalho trata da crise dos jornais, que ganha contornos mais preocupantes a cada ano. O objetivo é mostrar como as quedas de circulação e de receita publicitária e a incapacidade de se adaptar à velocidade de um mundo hiperconectado já levaram alguns impressos à extinção e estão fazendo outros desaparecerem aos poucos, com drástica redução no número de páginas e supressão das edições de domingo. Para tanto, recorre-se a uma metodologia documental e bibliográfica, por meio dos conceitos teóricos de MEYER (2007), WOLTON (2010), MORAES, RAMONET e SERRANO (2013) e AGAMBEN (2009) e também a dados estatísticos sobre circulação e a breve análise quantitativa e de conteúdo de alguns veículos impressos. Como conclusões preliminares, este artigo considera que os jornais se encontram em estado morto-vivo, alheios ao próprio tempo e às necessidades dos consumidores/leitores.

Palavras-chaves: jornalismo; jornais impressos; papel; crise; internet

Introdução

“Os jornais podem desaparecer?” A pergunta dá título ao livro do pesquisador e professor norte-americano Philip Meyer, publicado em 2007. Mas, na verdade, essa questão não ecoa há apenas 10 anos. Profetizar o fim dessa mídia impressa vem de longa data. No início do século passado, quando os rádios começaram a conquistar espaço nos lares mundo afora, lorde Riddell, proprietário do jornal britânico *News of the World*, já apontava uma ameaça para os jornais (BRIGGS; BURKE, 2006, p.214), afinal era possível se entreter e informar através do som.

O impresso, porém, resistiu. Como também resistiria à concorrência de outra mídia ainda mais poderosa do que o rádio: a televisão. Mesmo com a perda de parte da receita publicitária, os jornais sobreviveram, tanto como negócio quanto como meio cultural.

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação e Territorialidades pela Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Email: weberkc@gmail.com

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Ufes, coordenador do Observatório da Mídia: direitos humanos, políticas, sistemas e transparência e superintendente de Comunicação e Cultura da Ufes. Email: edgard.reboucas@ufes.br

O desafio que se apresenta agora, neste novo milênio, é outro. A “era da internet” e da “sociedade em rede” (CASTELLS, 2001) tirou dos jornais “o monopólio da visibilidade pública” (MEYER, 2007). A informação não tem mais um mediador exclusivo. Pode ser publicada por qualquer um, em redes sociais, como Twitter e Facebook, ou em novas mídias, como o Youtube.

Com a expansão das redes sociais e o consumo de notícias/informações via web, os diários que ainda resistem já agonizam. Definham, vitimados sobretudo pela queda na circulação e nas receitas publicitárias.

Os números divulgados pela Associação Nacional de Jornais (ANJ) comprovam esse cenário. Todos os 25 maiores jornais do Brasil apresentaram queda na média de circulação em 2015, em relação ao ano anterior⁴.

Apontada como o maior levantamento sobre os hábitos de consumo de informação dos brasileiros, a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) 2015 revelou que 76% dos entrevistados não leem jornais e somente 7% ainda fazem a leitura da imprensa diária durante toda a semana⁵.

Segundo o estudo Retrospectiva & Perspectivas, da Kantar Ibope Media⁶, os jornais brasileiros dividiram 13% de todo o investimento publicitário em meios de comunicação em 2015 – a TV aberta ficou com 53% - num total de R\$ 16,8 bilhões. Uma queda de dois pontos percentuais em relação a 2014, quando a mídia impressa ficou com 15% do que foi investido, o equivalente a R\$ 17,9 bilhões. O investimento publicitário em internet, que a pesquisa trata como display, foi de R\$ 8,7 bilhões, representando 7% do total.

No Espírito Santo, os dois principais jornais – A Tribuna e A Gazeta - passam pela mesma crise de outros veículos do Brasil e do exterior. O problema fica claro nos números de circulação.

Em 2011, A Tribuna tinha média de 62.484 jornais vendidos por dia. Em abril de 2016, a venda média foi de 34.440, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC). Uma queda de 45% em apenas 5 anos.

⁴ Lista disponível em <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/> Acesso em 9 de junho de 2016

⁵ Pesquisa encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República para entender como o brasileiro se informa. Foi realizada pelo Ibope, que promoveu 18 mil entrevistas em todo o país. Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> Acesso em 13 jun.2016

⁶ Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/estudos-type/retrospectiva-e-perspectivas-2015-compra-de-espaco-publicitario/> Acesso em 9 jun.2016

Com A Gazeta, a situação não é muito diferente. O jornal passou de 26.785 exemplares vendidos, na média, em 2011, para 12.648, em abril de 2016. O declínio nas vendas foi de 53% nesse período.

Como consequência da crise, os dois jornais definham a olhos vistos. Para efeito de comparação, tomemos como exemplos as edições publicadas na primeira quarta-feira e no primeiro domingo de junho, nos anos de 2012, 2015 e 2016.

Tabela 1 Paginação de edições de A Tribuna no primeiro domingo de junho

Paginação	Noticiário	AT2	Jornal da Família	Revista da TV	Classif.	Total
3.jun.2012	68	16	12	8	32	136
7.jun.2015	64	16	12	8	16	116
5.jun.2016	64	12	12	-	12	100

Entre 2012 e 2016, verifica-se a perda de 36 páginas aos domingos em A Tribuna. O noticiário mantém-se praticamente preservado: 4 páginas a menos (de 68 para 64). O leitor, porém, passa a receber menos conteúdo de cultura (AT2), que perde 4 páginas, o equivalente a 25% do caderno. O suplemento de TV deixou de ser publicado em 2016. Mas é nos Classificados que o jornal sofre a maior perda, caindo das 32 páginas em 2012 para apenas 12 em 2016.

Tabela 2 Paginação de edições de A Tribuna na primeira quarta-feira de junho

Paginação	Noticiário	AT2	Imóveis	Classif.	Total
6.jun.2012	56	12	20	16	104
3.jun.2015	48	12	16	12	88
1.jun.2016	40	12	12	8	72

Nas edições de quarta-feira, A Tribuna perdeu 30% de paginação, entre 2012 e 2016: de 104 para 72 páginas. Os cadernos comerciais (Classificados e Imóveis) passaram de 36 para 20 páginas, somados. Mas, diferentemente do domingo, o noticiário foi bastante afetado nesse dia da semana, caindo de 56 páginas para 40.

Tabela 3 Paginação das edições de A Gazeta no primeiro domingo de junho

Paginação	Noticiário	C2	Rev.TV	Oportun.	Regionais	Classif.	Rev.AG	Total
3.jun.2012	64	12	12	12	12	28	44	184
7.jun.2015	56	12	12	-	-	12	32	124
5.jun.2016	48	8	-	-	-	8	32	96

Em A Gazeta, o número de páginas caiu praticamente pela metade, aos domingos. Os cortes atingiram principalmente os suplementos. Cadernos Regionais (voltados para municípios da região metropolitana, como Serra e Vila Velha) foram extintos. Assim como cadernos comerciais que circulavam aos domingos: Oportunidades (sobre mercado de trabalho e vagas de emprego) e Imóveis (parte integrante dos Classificados). Em 2016, a Revista da TV, tradicional aos domingos, também foi extinta.

O noticiário também foi reduzido, passando de 64 páginas, em 2012, para 48, em 2016. Sendo assim, o total de páginas do jornal caiu de 184 para 96.

Tabela 4 Paginação das edições de A Gazeta na primeira quarta-feira de junho

Paginação	Noticiário	Caderno 2	Motor	Classificados	Total
6.jun.2012	48	12	12	20	92
3.jun.2015	44	12	-	12	68
1.jun.2016	40	8	-	8	56

Às quartas-feiras, a perda de páginas chegou a 40%, caindo de 92 para 56, entre 2012 e 2016. No noticiário, a queda foi gradativa, passando de 48 para as atuais 40 páginas. Novamente, os cadernos comerciais foram afetados. O suplemento Motor, voltado ao mercado de veículos automotores, deixou de circular. E os Classificados estão com 12 páginas a menos em relação a 2012.

Sobre esse encolhimento, A Gazeta publicou uma explicação aos leitores na coluna Da Redação, do dia 26 de dezembro de 2015, fazendo referência à crise financeira por que passa o país, mas também reforçando o caráter multimídia do veículo. Assim, o jornal anunciava que algumas seções, como Coluna da Fé, Dona Encrenca e programação de cinema, passariam a ser publicadas apenas no seu site, Gazeta Online, e não mais no papel.

“Como em demais setores da economia, as empresas de comunicação também tiveram de se ajustar a este momento econômico. A Gazeta faz a partir desta edição algumas mudanças editoriais. (...) Mas o jornalismo na web ganha a importância e o engajamento que o mundo digital exige. Esse ajuste editorial fortalece a integração e o caráter multiplataforma do jornal, cuja atuação hoje vai muito além do papel, como se sabe”. (A GAZETA, nº 30.235, p.2)

Menos não é mais

Vender a ideia de que a transferência de conteúdo do papel para o online é algo benéfico para o leitor virou uma estratégia para os jornais. Em fevereiro de 2016, a Folha de S.Paulo anunciava, no caderno Veículos, uma novidade: “Folha amplia tabela com preços de veículos”. Por trás da manchete, porém, havia uma surpresa: essa tabela deixaria de circular no impresso e seria publicada apenas no site do jornal.

No editorial “Edições minguentes”, publicado em 14 de fevereiro de 2016, a ombudsman da Folha de S.Paulo, Vera Guimarães Martins, expôs críticas de leitores a esse “enxugamento” do jornal e abordou o dilema que se impõe à mídia impressa.

“Para o adepto do impresso, cada seção suprimida do papel resseca um jornal já enxuto e magnifica uma imagem de perda constante, que só se acumula. A exuberância quantitativa do site não compensa a impressão negativa de receber edições cada vez mais mirradas. Papel enche os olhos e faz volume. Bytes não (...) Resumindo o dilema: por mais que se cante que a migração para o digital será irreversível, é o jornal impresso que ainda se impõe no imaginário social. Perder espaço nele não é desidratar a marca e arriscar o futuro?”
(MARTINS, 2016, p.A10)

A redução não se limita à quantidade de papel, mas também se estende aos dias da semana. Alguns veículos não são mais “diários”, no sentido específico da palavra. Desde o fim de 2015, cresceu o número de jornais que optaram por deixar de circular aos domingos. Zero Hora (RS), Correio do Povo (RS), Diário Catarinense, Gazeta do Povo (PR) e Estado do Maranhão estão entre os que aderiram às chamadas “edições de fim de semana”, que

chegam aos pontos de venda nas manhãs de sábado, com conteúdo reforçado pelos suplementos outrora dominicais. As notícias factuais, ocorridas no sábado – como jogos de futebol, por exemplo -, ficam restritas aos sites e às versões digitais desses jornais.

Ao anunciar a mudança aos seus leitores⁷, o Zero Hora negou que o fim da edição de domingo tenha sido motivado pela necessidade de corte de custos e afirmou estar seguindo “as tendências dos maiores jornais do mundo”. Já a diretora de redação dos jornais do Grupo RBS, Marta Gleich, em entrevista ao site da Associação Nacional de Jornais (ANJ), destacou a necessidade de o veículo se adaptar aos anseios dos leitores.

“Sabemos que no fim de semana o leitor tem mais tempo para ler: ele quer aprofundamento, análise, contextualização, opinião. Acreditamos, também, que os jornais de fim de semana passam a ocupar, cada vez mais, um papel que hoje é das revistas semanais”⁸.

Mas a migração natural do papel para o digital não é tão fácil assim. Em vez de solução, essa transformação já se torna um problema. Não há ainda um modelo econômico eficiente para a difusão de notícias pela internet.

Como afirma o jornalista Ignacio Ramonet (2013), “nenhum dos modelos vigentes traz garantia de rentabilidade”. Assim, o risco de prejuízo financeiro passa a ser ainda maior para as empresas: “A imensa maioria dos meios digitais não é rentável. E o mesmo acontece com a mídia convencional (como a imprensa), cada vez menos lucrativa” (MORAES, RAMONET, SERRANO, 2013, p. 54).

Essa dificuldade financeira foi reconhecida por Vera Brandimarte, diretora de redação do jornal “Valor Econômico”, no Encontro Folha de Jornalismo, realizado em fevereiro de 2016, em São Paulo⁹. Apesar de as assinaturas digitais já representarem um terço do total e da perspectiva de passar de 50% em dois anos, o modelo ainda não é sustentável, de acordo com ela, porque a publicidade online não chega a 5% do total. “Mesmo com números tão expressivos no digital, quando a gente vê o que aconteceu com a receita publicitária, é de chorar”, disse Vera Brandimarte.

O corte também se estende aos profissionais nas redações. Na lógica da “globalização perversa” (SANTOS, 2012), os bons repórteres, fotógrafos e editores tornam-

⁷ Disponível em <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/02/conheca-a-superedicao-da-zh-de-fim-de-semana-4979464.html>. Acesso em 7 jul.2016

⁸ Disponível em <http://www.anj.org.br/2016/01/29/zero-hora-tera-edicao-impresa-de-fim-de-semana-e-nova-edicao-digital-no-domingo/>. Acesso em 7 jul.2016

⁹ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/02/1740981-encontro-folha-de-jornalismo-discute-desafios-da-profissao.shtml>. Acesso em 8 jul.2016

se as primeiras vítimas da necessidade de cortes de custos nas redações, por serem considerados caros. Um sistema mantido à base do sacrifício dos excluídos: uma legião de desempregados que ajuda as empresas a continuarem pagando baixos salários.

Esse enxugamento, tanto de profissionais como de páginas, gera preocupação entre os jornalistas que ainda restam nas redações, conforme relato de 2013 da então *ombudsman* da Folha de S.Paulo. Como definiu Suzana Singer, no editorial “Queridos, encolhi o jornal”, num mundo repleto de informações, em sites e redes sociais, os jornais, cada vez mais enxutos, têm obrigação de oferecer mais qualidade aos leitores, para não correrem o risco de se tornarem ainda mais irrelevantes.

“O dilema para os jornais é encontrar um novo ponto de equilíbrio. Se as pessoas têm pouco tempo para ler, vamos escrever menos, mas, se o jornal ficar fino e superficial demais, para que comprá-lo, já que há informação de graça na rede?” (SINGER, 2013, p.A6)

Jornais com transtorno bipolar

O cenário inóspito para os jornais foi abordado, há mais de 10 anos, por Carlos Eduardo Lins da Silva, no livro “Mil Dias: Seis Mil Depois”, no qual relata a experiência como um dos responsáveis pelo “Projeto Folha”, que transformou o jornal Folha de S.Paulo no mais lido do Brasil, durante os anos 90. “Se hoje há um veículo candidato ao extermínio, ele é o jornal diário impresso. Para afastá-lo da beira do abismo, é necessária uma extraordinária dose de ousadia e coragem para mudar” (SILVA, 2005).

Para Meyer (2007), a coragem para mudar passa por um maior investimento em qualidade, com bons jornalistas – justamente aqueles que estão sendo demitidos pelas empresas - e reportagens exclusivas. Não ser um mero repetidor daquilo que já foi noticiado por outras mídias, no dia anterior.

A informação se gasta cada vez mais rapidamente (WOLTON, 2010, p.52) e, diante de sua oferta tão abundante, “a habilidade de descobrir e transmitir a verdade tem relativamente menos valor, e a ênfase passa à capacidade de tornar o produto atraente e desejável para o consumidor final” (MEYER, 2007, p.242)

Necessidade reforçada pela *ombudsman* da Folha de S.Paulo, Vera Guimarães Martins, no editorial “Os desafios do jornal enxuto”, publicado em junho de 2015, em que apontava a insatisfação dos leitores com o jornal.

“Os textos estão cada vez mais curtos, e as reportagens se resumem ao arroz-com-feijão disponível na rede. As análises, antes obrigatórias nos temas mais importantes, praticamente sumiram após alguns poucos anos de experimentação” (MARTINS, 2015, p.A6)

Nos últimos anos, de fato, a maioria dos jornais brasileiros passou a recorrer a mais análises, opiniões, textos interpretativos e infográficos. Mas essa reformulação se resume aos chamados “grandes temas do dia”. Na maior parte do conteúdo, os veículos mantêm o velho padrão de sempre, republicando notícias que já estavam na internet no dia anterior.

Nesse aspecto, as capas expõem uma espécie de transtorno bipolar dos jornais, nos tempos atuais. A mídia impressa ora tem sido capaz de estar à frente dos demais veículos, com manchetes baseadas em notícias exclusivas, ora se torna obsoleta, reproduzindo assuntos já vistos no rádio, na TV e na web.

Essa situação pode ser comprovada numa análise das capas do jornal O Estado de S.Paulo, entre 1º e 30 de junho de 2016. Das 30 manchetes publicadas (veja a lista completa no anexo), 16 foram “recicladas”, ou seja, meras reproduções de notícias veiculadas por sites, telejornais e rádios durante todo o dia anterior. Outras 6 foram um pouco mais além, incluindo repercussões em torno de um tema também já conhecido.

Houve ainda 7 manchetes originadas de informações exclusivas obtidas por repórteres do Estadão. E uma grande reportagem, publicada no dia 12: “Sites pornográficos exibem fotos roubadas de menores”, com direito a selo de “exclusivo” na primeira página.

Como qualquer semelhança nem sempre é mera coincidência, entre as “manchetes recicladas” no Estadão, algumas foram cópias *ipsis litteris* de manchetes publicadas em sites de notícias na véspera. Exemplo disso ocorreu no dia 1º de junho de 2016, cujo título “PF indicia presidente do Bradesco e mais 9 na Zelotes” foi exatamente o mesmo do registrado pelo portal G1, às 15h50, do dia 31 de maio de 2015, cerca de 14 horas antes de o jornal paulista chegar aos pontos de venda.

Considerações finais: “menos ontem” e “mais amanhã”

Jornais como Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo, A Gazeta, entre outros, sempre foram nativos do papel. Nesse recipiente ou nessa “prisão original” (RAFFESTIN, 1993, p. 144), construíram sua identidade e sua credibilidade, tornando-se referências no território das notícias. No processo de reconstrução da própria identidade, a mídia impressa teve de

se reterritorializar e formar essas tessituras no espaço digital, em novos “territórios informacionais” (LEMOS, 2007). Nesse novo ambiente, agora tentam explorar o seu velho *status quo*, numa estratégia de sobrevivência também para as próprias marcas.

Ao tentar ser cada vez mais rápida, para adaptar-se à velocidade do território informacional da internet, a imprensa perde a sua essência no papel: “A velocidade da informação acaba por impedir o aprofundamento pelo conhecimento e pela confrontação” (WOLTON, 2010, p. 51).

É preciso lembrar que o leitor é também uma rede de conexões (LATOURE, 2012). Sendo assim, antes de estar com o jornal em suas mãos, esse sujeito que age já teve contato com as informações disponíveis, seja em portais, sites de notícias ou redes sociais. O que ele busca, na mídia impressa, é uma relação espaço-tempo diferente: menos o “ontem” e muito mais o “amanhã”.

Como também destaca Eduardo Viveiros de Castro, “cada pessoa pensa sozinha, mas sozinha em rede, como um nó só de uma singularidade enlaçada em uma rede cuja malha se espalha em diversas direções e se dobra em múltiplas dimensões”¹⁰. Certamente, nesse nó, também se enlaça uma rede de fontes de informações, que, preferencialmente, devem ser complementares entre si, e não repetições *ad infinitum*.

Lidar com o tempo tornou-se mais um desafio para os jornais, frente à concorrência de informações novas a cada instante nas mídias digitais. Como ser contemporâneo e não um morto-vivo? Uma forma pode ser recorrer à definição de Agamben (2009), numa análise sobre o estar e o não-estar-mais-na-moda.

“O tempo da moda está constitutivamente adiantado a si mesmo e, exatamente por isso, também sempre atrasado, tem sempre a forma de um limiar inapreensível entre um ‘ainda não’ e um ‘não mais’” (AGAMBEN, 2009, p.67).

Quem trabalha em jornal precisa entender isso. O tempo da mídia impressa tem de ser adiantado a si mesmo, e não atrasado. O que se percebe é que esse veículo só é vanguarda no momento da elaboração. À medida que as horas passam, vai ficando ultrapassado até se tornar obsoleto quando chega aos pontos de venda, no dia seguinte.

Numa comparação com a análise de Agamben sobre a moda, os jornais também estão entre o “ainda não” e o “não mais”, podendo ser acrescentado também o “muito tarde” ou, numa linguagem mais jovem e popular, o “já era”.

¹⁰ Entrevista à revista IHU On-Line, do Instituto Humanitas Unisinos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (RS). Disponível em <http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao161.pdf> Acesso em 7 jun.2016

A tentativa de os jornais se modernizarem por meio da web também esbarra em limitações técnicas. Suas versões digitais ainda são meros simulacros do papel: é o arcaico vestido de contemporâneo. Utilizada dessa forma, a internet, em vez de um elixir da juventude que ajude na sobrevivência dos jornais, torna-se, na verdade, a pá de cal sobre o túmulo dessa mídia morta-viva.

Diante dessa evolução das novas tecnologias e do estado letárgico dos jornais frente às inovações geradas, pode-se dizer que a questão levantada por Meyer - “Os jornais podem desaparecer?” - ganha um novo contexto atualmente, desta vez sem a interrogação: os jornais podem e até já começaram a desaparecer. Alguns por completo, entre eles os históricos Jornal do Brasil, Jornal da Tarde, Gazeta Mercantil, Jornal dos Sports e, mais recentemente, o tabloide inglês The Independent.

Os demais, como se percebe no cenário atual, estão sumindo aos poucos, quando reduzem o número de páginas ou deixam de circular em algum dia da semana. Some o papel, e somem juntos os leitores, seduzidos por outras mídias.

Situação que comprova uma análise pessimista, porém realista, feita por Ignacio Ramonet, ex-editor do Le Monde Diplomatique, há três anos, ao falar sobre o futuro do jornal impresso, num debate sobre as mudanças na mídia com o advento da internet, conforme relato do jornalista Luís Nassif¹¹.

“As novas gerações já aboliram o papel das suas leituras. E as que se formaram na era do papel gradativamente rumam para as plataformas digitais, imensamente superiores no plano tecnológico. (...) para os leitores mais qualificados, um universo de opiniões sem paralelo e sem a compartimentalização do papel impresso. Por todos esses fatores, em prazo relativamente curto será impossível a sobrevivência do jornal impresso. Todos irão para o meio digital”.

¹¹ Disponível em <http://jornalggn.com.br/noticia/o-fim-do-jornalismo-impresso-na-conversa-com-ramonet> Acesso em 7 jul.2016

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAMBEN, Giorgio. **O que é ser contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó (SC): Argos, 2009
- BRIGGS, Asa; BUKER, Peter. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à Internet. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 5.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação.** São Paulo: Paz e Terra, 2015
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** 11.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1997
- LATOUR, Bruno. **Reagregando o social:** uma introdução à teoria ator-rede. Salvador: EDUFBA-EDUSC, 2012
- MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007
- MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder:** da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.
- RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder.** São Paulo: Ática, 1993.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização:** do pensamento único à consciência universal. 22.ed. Rio de Janeiro: Record, 2012
- SILVA, Carlos Eduardo Lins. **Mil dias seis mil dias depois.** 2.ed. São Paulo. Publifolha, 2005
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998
- WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

Artigos e periódicos

A GAZETA. **2015, um ano difícil, um grande ano.** Vitória (ES), n.30.235, 26 dez.2015, p.2.

LEMOS, André. **Mídia locativa e territórios informacionais.** Disponível in:

http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf Acesso em 20 jun.2016.

MARTINS, Vera Guimarães. **Os desafios do jornal enxuto**. Folha de S.Paulo, São Paulo (SP), nº 31.476, 7 jun.2015, p.A6.

MARTINS, Vera Guimarães. **Edições minguantes**. Folha de S.Paulo, São Paulo (SP), nº 31.728, 14 fev.2016, p.A10.

SINGER, Suzana. **Queridos, encolhi o jornal**. Folha de S.Paulo, São Paulo, n. 30.706, 28 abr. 2013. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsman/106266-queridos-encolhi-o-jornal.shtml>. Acesso em 14 jun. 2016.

ANEXO

Análise das manchetes do jornal Estado de S.Paulo, de 1º a 30 de junho de 2016

1º de junho de 2016

Manchete - PF indícia presidente do Bradesco e mais 9 na Zelotes

Na internet (31 de maio, às 15h53): <http://g1.globo.com/politica/operacao-zelotes/noticia/2016/05/pf-indicia-presidente-do-bradesco-e-mais-9-na-operacao-zelotes.html>

2 de junho de 2016

Manchete - PIB cai 0,3% e economia do país volta ao nível de 2011

Na internet (1 de junho, às 9h): <http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/06/pib-do-brasil-cai-03-no-1-trimestre-de-2016.html>

3 de junho de 2016

Manchete - Dilma vai ao STF contra antecipação do impeachment

Na internet (2 de junho, às 14h42): <http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/06/comissao-do-impeachment-discute-cronograma-proposto-por-anastasia.html>

4 de junho de 2016

Manchete - Machado diz que Renan, Jucá e Sarney receberam R\$ 70 mi

Na internet (3 de junho, às 20h24): <http://oglobo.globo.com/brasil/machado-diz-que-pagou-mais-de-70-milhoes-renan-juca-sarney-19440263>

5 de junho de 2016 (Domingo)

Manchete - Delação atinge Dilma e base quer acelerar impeachment

Repercussão de reportagem da Revista IstoÉ

6 de junho de 2016

Manchete - Reajuste de servidor causa 1º atrito entre Temer e Fazenda

Repercussão de notícia do dia 4 de junho de 2016

http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/04/economia/1464992955_507128.html

7 de junho de 2016

Manchete - Temer congela nomeação em estatais e irrita aliados

Na internet (6 de junho, 16h): <http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/06/temer-manda-paralisar-nomeacoes-para-estatais-e-fundos-de-pensao.html>

Crise com a base foi repercutida pela Coluna do Estadão

8 de junho de 2016

Manchete - Planalto teme que pedido de prisão de Renan atrapalhe impeachment

Na Internet (7 de junho, às 7h32): <http://g1.globo.com/politica/operacao-lava-jato/noticia/2016/06/janot-pediu-prisao-de-renan-juca-e-sarney-diz-jornal.html>

Repercussão com foco no impeachment

9 de junho de 2016

Manchete - Senado articula acordo para barrar prisão de Jucá e Renan

Repercussão de notícia dos dias anteriores

10 de junho de 2016

Manchete - Mulher de Cunha vira ré; propina pagou luxo, diz MPF

Na internet (9 de junho, às 12h57): <http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/mulher-de-eduardo-cunha-vira-re-na-lava-jato-por-lavagem-de-dinheiro/>

11 de junho de 2016

Manchete - Janot pede ao Supremo que envie caso de Lula a Moro

Na internet (10 de junho, às 21h): <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral/janot-solicita-que-denuncia-contra-lula-e-delcidio-seja-enviada-a-moro,10000056553>

12 de junho de 2016 (Domingo)

Manchete - Sites pornográficos exibem fotos roubadas de menores (EXCLUSIVO)

Reportagem exclusiva

13 de junho de 2016

Manchete - Homem mata 50 em boate gay no maior ataque a tiros dos EUA

Na internet (12 de junho, 11h30): <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/06/policia-diz-que-ataque-em-boate-nos-eua-deixou-50-mortos.html>

14 de junho de 2016

Manchete - Fazenda quer teto de gastos públicos por até 20 anos

Informação exclusiva obtida pelo Estadão

15 de junho de 2016

Manchete - Processo de cassação de Cunha avança e juiz bloqueia seus bens

Na internet (14 de junho, às 17h53): <http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/06/14/cunha-resultado-conselho-de-etica.htm>
<http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/06/14/justica-no-parana-bloqueia-bens-de-cunha-e-de-sua-mulher.htm>

16 de junho de 2016

Manchete - Delator liga Temer a esquema de propina em empresa da Petrobras

Na internet (15 de junho, às 14h): <http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/as-revelacoes-de-sergio-machado/>

17 de junho de 2016

Manchete - Lava Jato derruba terceiro ministro e delações preocupam o governo

Repercussão da queda de Eduardo Alves, com informação da coluna Direto da Fonte

18 de junho de 2016

Manchete - Após acordo com Temer, Estado do Rio decreta calamidade

Na internet (17 de junho, às 20h52): <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/06/1782931-decreto-foi-acordado-com-temer-para-agilizar-liberacao-de-creditos-para-o-rj.shtml>

19 de junho de 2016 (Domingo)

Manchete - Lava Jato cobra delações sobre obras e aeroportos

Informação exclusiva obtida por repórteres do Estadão

20 de junho de 2016

Manchete - Delator diz que Odebrecht tinha banco para propina

Reportagem exclusiva do Estadão

21 de junho de 2016

Manchete - Com risco de falência, OI pede a maior recuperação da história

Na internet (20 de junho, às 18h14): <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/06/1783621-oi-pede-recuperacao-judicial-de-r-53-bilhoes.shtml>

22 de junho

Manchete - Fraude pode ter irrigado campanha de Campos, diz PF

Na internet (21 de junho, às 12h13): <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2016/06/grupo-criminoso-financiou-parte-da-campanha-de-2010-de-campos-diz-pf.html>

23 de junho de 2016

Manchete - Plano taxa agricultura para bancar previdência

Manchete do jornal Valor no dia 1º de fevereiro de 2016

24 de junho de 2016

Manchete - Reino Unido decide sair da EU

Na internet (24 de junho, 2h): <http://www.valor.com.br/internacional/4612877/reino-unido-decide-em-consulta-popular-deixar-uniao-europeia>

25 de junho de 2016

Manchete - Saída britânica abala economia e põe em risco bloco europeu

Repercussão de manchete do dia anterior, com análises

26 de junho de 2016 (Domingo)

Manchete - Vaccari e Dirceu querem que PT assuma a culpa por desvios

Reportagem exclusiva do Estadão

27 de junho de 2016

Manchete - Gasto Federal com servidor do Judiciário cresce 112%

Levantamento feito pelo Estadão Dados

28 de junho de 2016

Manchete - Delator diz ter pago R\$ 30 milhões a Jucá, Renan e Braga

Informação exclusiva do Estadão

29 de junho de 2016

Manchete - Fraude na Lei Rouanet dura 15 anos e paga até casamento

Na internet (28 de junho, às 8h10): <http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/lei-rouanet-pagou-ate-festa-de-casamento-aponta-boca-livre/>

30 de junho de 2016

Manchete - Pacote de bondades de Temer chega a R\$ 125 bi

Informação exclusiva do Estadão