

Um gigante em crise: os jovens e o jornal impresso¹

Mariana Cristina MOURO²

Mariane Xavier DUARTE³

Benedito Dielcio MOREIRA⁴

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT.

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo compreender qual o interesse dos jovens pelo jornal impresso e se para os jovens a mídia impressa está realmente em sua fase terminal. Para a elaboração deste texto, utilizamos referenciais teóricos sobre a história e trajetória do jornal, o processo da era da informação, a relação dos jovens e os jornais e os estudos sobre o jornal na educação. Analisamos também os resultados de uma questão relacionada ao meio impresso, na qual os jovens respondentes elegeram quais os meios de comunicação não fariam falta para eles. Os resultados apontam que a mídia impressa não é descartável para a maioria dos jovens entrevistados.

Palavras-chave: Juventude; Jovens e as Tecnologias; Jornalismo; Jornal impresso.

Introdução

Este trabalho nasce no grupo de pesquisa “Comunicação, Infância e Juventude”, da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), cuja discussão está centrada na relação dos jovens com as mídias. A pesquisa atual do grupo busca compreender como as mídias tradicionais e digitais coexistem no universo escolar e como as novas tecnologias podem se tornar aliadas no processo colaborativo de ensino/aprendizagem.

Para a elaboração deste texto, analisamos os resultados de uma questão relacionada ao meio impresso, contida em um amplo questionário sobre consumo midiático, aplicado junto aos alunos do ensino Fundamental e Médio de sete escolas que participam do projeto “Educomunicação, Ciência e Novos Saberes: um estudo do trabalho colaborativo em narrativas transmídias”. Considerando as diferentes ações empresarias e jornalísticas, empreendidas para revitalizar e prolongar o interesse dos leitores pelo jornalismo impresso, o nosso objetivo neste texto é discutir como a juventude está inserida nesse processo, e se de fato para os jovens o jornal é um meio de comunicação obsoleto.

O jornal impresso, por décadas, foi o meio de comunicação predominante, reunindo eficácia e credibilidade na publicação de informações. Porém, com o avanço de outras

¹ Trabalho apresentado no DT – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciência da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

² Estudante de Graduação 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFMT, email: mmouro23@gmail.com

³ Estudante de Graduação 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFMT, email: marianexadu@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Prof.Dr.Benedito Dielcio Moreira, email: dielciomoreira@yahoo.com.br

tecnologias de informação, notadamente as audiovisuais, houve um desinteresse pelas mídias impressas, principalmente por parte dos jovens, o que tornou o jornal um meio de comunicação não tão usual como era antes. Essa visão do jornalismo impresso como um meio sob pressão das novas mídias, motivou o setor a buscar um novo caminho, como este apresentado por Ribeiro *et al.*:

As mudanças que ocorreram nas últimas décadas, com o desenvolvimento do rádio e da televisão, levaram o jornal a se ajustar a estes novos tempos. Como o jornal era, até então, a principal fonte de informação para a sociedade, o advento dos meios eletrônicos exigiu dos jornais a adoção de uma série de ajustes, como por exemplo, a publicação de fotos grandes e coloridas, sendo que anteriormente todas as imagens eram em preto e branco. Os jornalistas adotam também uma linguagem mais popular e criam novas sessões, dando espaço aos esportes e ao humor. Essas medidas modernizaram os jornais e impulsionaram o jornalismo impresso. (RIBEIRO *et al.*, 2015, p.4).

A História do Jornal Impresso: do nascimento

O pesquisador Otto Groth foi quem mais atuou para constituir o jornalismo como ciência. Ele é um dos responsáveis por estabelecer os fundamentos epistemológicos para uma Ciência dos jornais. Groth diferenciava um conjunto de práticas e características essenciais dos jornais: a periodicidade, a atualidade, a universalidade e a publicidade (MEDITSCH; SPONHOLZ, 2011, p.11). O pesquisador brasileiro, Luiz Beltrão (1960, p.38), acrescenta ainda a estas características a "promoção" (do bem comum) e "interpretação" (juízo jornalístico). Juntas estas características, distinguem o jornal de outras produções com a finalidade informacional.

Não é recente o anseio humano de se comunicar através de mídias para um grande número de pessoas. O jornalismo impresso, pioneiro na comunicação de massa, tem sua origem nos boletins oficiais das civilizações antigas, quando informações eram esculpidas em metal, madeira ou rocha e afixadas nas paredes, como foi o Acta Diurna. Este foi o meio pelo qual o imperador Romano, Júlio César, optou para levar informações oficiais ao povo sobre os principais acontecimentos sociais, religiosos e políticos (ANJ, 2016).

No entanto, o jornal impresso como o conhecemos hoje só foi possível pela criação revolucionária, no século XV, da prensa gráfica. Próximo a 1450, Johan Gutemberg de Mainz cria a prensa gráfica. Bekemball diz:

A invenção de Gutemberg foi uma das maiores e mais importantes da humanidade e a mais importante de sua época, que mudou todo um comportamento da humanidade, um renascimento sociocultural. Proporcionou uma mudança não só de comportamento com relação à comunicação, onde a produção em massa conseguiu

atingir mais pessoas, permitindo grande disseminação de informação, mas mudanças em comportamentos sociais, políticos, culturais como na luta contra a Inquisição. (BEKEMBALL, 2012, p.142)

O papel do jornal na sociedade sempre foi de destaque, como independência editorial, defesa de interesses e apontamento de denúncias, publicando diferentes olhares sobre os fatos. Vidal (2013, p.5) descreve que “[...] após a Revolução Industrial, o público de leitores nas grandes cidades aumentou e o jornal passou a ser produzido em maior escala, tomando assim um ar mais profissional e menos literário, com linguagem e padrões de escrita mais acessível”.

No Brasil, o primeiro jornal foi impresso em 1808. Até então era proibida a publicação de livros, panfletos e até mesmo jornais. Somente com a chegada da Corte Portuguesa foi autorizada a publicação de periódicos na antiga colônia. A *Gazeta do Rio de Janeiro* (FREITAS, 2006, p.56) o primeiro jornal feito no país, era destinado à doutrinação a favor da realeza.

Poucas décadas depois, mais uma inovação técnica transforma a imprensa escrita. O telégrafo, a partir de 1844, modificou o tempo de produção das notícias, possibilitando que as informações fossem transmitidas com maior rapidez, diminuindo as distâncias entre os fatos e o receptor. O emprego de novas tecnologias de informação na composição do jornal foi imprescindível para a sua consolidação. “É neste século, XIX, que o jornal vive seu auge, sendo a principal mídia fornecedora de informação” (BEKEMBALL, 2012, p.143).

A História do Jornal Impresso: da instalação das crises

A competição no campo das mídias exigiu, ao longo do tempo, que o clássico jornal reavaliasse seu papel como a principal fonte de informações. Atualmente a queda mundial no consumo de jornais tem sua causa mais plausível no aumento do acesso à internet e do uso de smartphones. Corroboram com a atual crise não só as novas tecnologias como também as transformações culturais, os tipos de mensagens e os processos de comunicacionais aplicados. Vejamos quais foram os principais embates dos jornais com as mídias em sua trajetória até então.

Nos anos de 1920 surge o Rádio. O pensamento que predominava era que a partir dali se daria o fim do jornal impresso. Como o papel iria concorrer com um aparelho de linguagem oral, móvel, acessível e instantâneo? Além de ter maior penetração pelo sentido aguçado da audição, e ainda capaz de levar informações em tempo real a lugares distantes simultaneamente?

As vantagens oferecidas pelo rádio alertaram as editoras de jornais impressos quanto à necessidade de renovação. Muitos dos estudiosos da época garantiam que o jornal não conseguiria sobreviver ao surgimento desta nova tecnologia, porém não demorou muito e alguns anos após outro meio revolucionário chegaria para balançar ainda mais as plataformas dos jornais, a televisão (BEKEMBALL, 2012, p.143).

Com o surgimento da televisão, novamente ganha força o sentimento de que os jornais e também o rádio seriam suplantados, por conta do grande entusiasmo gerado com a nova tecnologia televisiva. O dilema dos jornais era como driblar um meio instantâneo e com grande apelo visual (imagem e som). A utilização das cores na TV, por exemplo, segundo Santi (2014, p. 8) forçou a inserção da impressão colorida nos jornais no final dos anos 1950 e começo de 1960, com a utilização do procedimento offset e fotocomposição, modernizando a impressão.

Década após década, as inovações tecnológicas no campo das mídias sempre causaram impactos decisivos no jornal impresso. Entre os anos de 1980 e 1990 as máquinas de escrever deram espaço aos computadores: “O jornal havia se transformado em um meio eletrônico. Depois, com a revolução dos softwares e com a redução dos custos da tecnologia, se viu o aumento da capacidade de armazenamento de informação e a digitalização das imagens” (SANTI, 2014, p. 8). Nasce então a imprensa digital.

Essas crises obrigaram o jornal a penetrar a crosta aparente dos fenômenos e especificar com profundidade os fatos, modificando até mesmo os gêneros adotados. O jornal impresso passou por diversas transformações durante a sua trajetória e até agora superou a todas. Mas nenhuma das crises anteriores é comparável com a atual. Somente no Brasil oito importantes jornais encerraram sua versão impressa entre 2009 e 2015: Gazeta Mercantil, Jornal do Brasil, O Estado do Paraná, Jornal da Tarde, Diário do Povo, Diário do Comércio, O Sul e Brasil Econômico⁵.

Com a internet, segundo Bekemball (2012, p. 148), “[...] As informações tendem a se tornarem cada vez mais específicas e, com a ajuda das novas tecnologias, tende a chegar cada vez mais perto de seu público-alvo”. E ainda:

As mídias tradicionais não suprem esta necessidade de leitura seletiva e específica que as pessoas têm, e mais especificamente os canais abertos e grandes jornais. Como mídias de massa, esses veículos tendem a ser heterogêneo abordando assuntos de interesses medianos que alcancem a maior parte de leitores possíveis. (BEKEMBALL, 2012, p.148).

⁵ Informações disponíveis no endereço <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/07/15/brasil-perdeu-oito-jornais-em-6-anos.html>

Mesmo com todas essas mudanças, como diz Bekemball (2012, p.143), “os jornais ainda representam um importante papel na transmissão de notícias em todo o mundo, as novas tecnologias surgem, mas as grandes editoras sempre encontram novas formas de driblarem essas novas ameaças, que vai de mudança nas cores aos formatos”.

A era da informação

Parte da sociedade está quase sempre conectada às mídias através de celulares, tablets, computadores e outros aparelhos que proporcionam essa conexão. O meio digital, com as explosões de informações, responde a inúmeros anseios do ser humano. Nos dias atuais, não é necessário esperar muito para ter uma resposta, como era, por exemplo, no século passado em que as pessoas se comunicavam através de cartas, informantes ou outra forma mais lenta. O indivíduo moderno tornou-se imediatista. Hoje está muito fácil se comunicar: mensagens são enviadas via SMS (em inglês: Short Message Service), e-mail, Whatsapp; ligações por voz são feitas por diferentes plataformas, entre outras formas de comunicação. E tudo isso de forma instantânea, na hora.

Conhecida como a era da informação, este período é de extrema importância e de mudanças. Neste cenário, o cidadão não é somente um mero expectador, mas também faz parte desse composto de informações, já que também transmite o que está acontecendo, ao tempo em que está sempre atento ao que se passa no mundo. Segundo Castells (apud Santi) “[...] a informação e o conhecimento foram sempre, por definição, elementos essenciais nos processos do descobrimento científico e da mudança técnica [...]”.

A condição de receptor e emissor de informação leva o homem atual a viver o tempo todo conectado às redes e às pessoas. Esta vivência em comunidade requer a posse de informação, seja ela qual for. Assim, estar informado se torna parte da corriqueira vida social, como uma necessidade básica do ser humano. Nesta era, se discute fortemente o papel do jornalista, assim como o que ele fará para permanecer em sua função nesse período onde todos são autônomos em sua busca pela informação. “Observa-se, portanto, que a revolução das tecnologias da informação está gerando rupturas radicais e provocando drásticas transformações, o que na opinião de Castells materializa um novo sistema social – a sociedade em rede” (SANTI, 2014, p. 3).

Encontra-se, então, um novo desafio para os jornais e para a prática do jornalismo. Enquanto veículo de comunicação e informação, o jornal impresso está em busca de um novo

caminho para manter-se nessas mudanças e transformações. O jornalismo impresso se encontra desafiado a sobreviver a tais mudanças.

Para onde caminham jornal

A era da informação engloba também a convergência midiática, que se dá a partir de várias mídias que se interligam, possibilitando o acesso a diferentes redes sociais, a um programa de TV, um texto, tudo isso em diferentes plataformas e tecnologias. É a partir desse tempo, também, que a comunicação está ainda mais presente na vida, pela facilidade de acesso e difusão de conteúdo. Santi apresenta a convergência das mídias como aliada da informação. Mostra também que nessa fase de transformação o jornalismo deve se atentar a essas mudanças na cultura de consumo de informações.

A convergência exige fundamentalmente que as empresas repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições estas que moldam tanto as decisões de produção quanto de distribuição de conteúdos jornalísticos. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos, da geração digital, são ativos; se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde se mandava que ficassem, os novos consumidores são migratórios demonstrando uma declinante lealdade às redes e aos meios de comunicação; se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os da geração digital são conectados socialmente. Assim, parece natural que as empresas jornalísticas estejam tentando “expandir” seus mercados potenciais por meio de movimentos de conteúdo canalizados por diferentes sistemas de distribuição; com “sinergia” para aproveitar ao máximo as oportunidades econômicas que esta expansão possibilita; e com “franquia” para se adequar ao empenho coordenado em imprimir uma marca e um mercado a conteúdos híbridos informo-ficcionais. (SANTI, 2014, p.6).

Nestes novos tempos de convergência é possível, então, considerar não só as mudanças nas plataformas midiáticas, mas, como lembra Santi, os consumidores de informação também mudam, tornam-se mais ativos. E quando se fala em consumidor ativo, significa que com as diversas possibilidades de acesso à informação e entretenimento em várias áreas, o consumidor não fica mais esperando que esses conteúdos cheguem até eles. Ao contrário, buscam incessantemente cada vez mais informações, e a todo o momento do dia.

O jornalismo impresso se encontra diante de uma mudança drástica, nesta fase de novos meios de informação e de tecnologias que se convergem. Transmitir informações simultaneamente em vários canais e, ao mesmo tempo, interagir com os seus telespectadores já é uma realidade para as emissoras de televisão. No entanto, no que diz respeito aos jornais, as versões digital e impressa ainda não alcançaram o modelo ideal de sinergia.

Os jovens e os jornais

Em meio a um mundo repleto de informações, o jovem se depara com diversos meios para acessá-las e de forma muito dinâmica. A possibilidade de o jovem contar histórias ou até mesmo alterá-las faz com que alguns veículos de comunicação sejam esquecidos ou colocados como mídia obsoleta. O jornal impresso parece neste momento estar perdendo esta batalha, e a discussão em torno deste tema é grande. Ao se tratar do universo juvenil, a discussão parece já estar encerrada, uma vez que há certo consenso de que de fato os jovens não leem e nem cultuam o meio impresso.

Apesar disso, é inegável a importância do jornal como veículo informativo. Ao reunir em um só espaço informações, investigação, interpretação e análise, o jornal impresso ainda se mostra um veículo vital para a leitura da realidade, pelo menos a leitura segundo a versão dos jornalistas, editorialistas e analistas. A questão é que se o jovem antes do universo digital não era considerado um público relevante para a mídia impressa, como também não era leitor deste meio, agora no mundo da Internet ele se distancia cada vez mais. Durante um tempo, muitos dos grandes jornais brasileiros buscaram como forma de conquista do público jovem apresentar na escola a importância da leitura de jornais, como mostra Vieira:

Incentivar o aluno a ler e aprender, adquirir mais conhecimento sobre a cidade, o país e o mundo; dar modelos de escrita para que o aluno escreva mais e melhor; formar cidadãos críticos e participantes no processo social, político e cultural são algumas das contribuições citadas por alunos e professores sobre a utilização do jornal em sala de aula. (VIEIRA, p.1).

Em seu artigo, *O jornal e a formação da cidadania no ensino fundamental e médio*⁶, Regina Vieira apresenta a importância de o jovem relacionar-se com o jornal, apontando os pontos em que professores e alunos podem enriquecer o aprendizado. Ocorre que o tempo passou, a internet chegou e a tese de jornal impresso na sala de aula deu lugar a outras mídias, a vídeos, áudios e hipertextos, por exemplo.

O Jornal na Educação

Podemos retomar algumas premissas que marcaram a tese de jornal na educação não somente como forma de revisão, mas também de questionamento. O jornal é contribuinte na

⁶ VIEIRA, Regina da Luz. O jornal e a formação da cidadania no ensino fundamental e médio. Departamento de Comunicação Social, Universidade de Taubaté.

educação. Na citação acima, de Vieira, é possível ver em quais momentos esse veículo contribuiu ou pode ainda contribuir na construção de cidadania, a partir do uso do texto jornalístico em sala de aula. A função do jornal em sala de aula é de extrema importância, pois o jornal aborda temas gerais do cotidiano, conhecimentos esses que fazem parte do dia a dia da população e dos alunos. “O jornal serve para criar uma metodologia capaz de integrar corpo docente e corpo discente e a própria comunidade, bem como o conteúdo programático das diversas disciplinas e ainda a interdisciplinaridade” (VIEIRA, p.3).

O processo de criação e aprendizagem também pode ser aprimorado com o uso do jornal em sala de aula. Os alunos podem ter este meio como fonte de informação e constatação de fatos, podendo usá-lo também como referencial bibliográfico:

Este movimento pela inserção do jornal e da revista na sala de aula, como prática pedagógica, ganhou força no início da década de 1990 e ainda hoje continua conquistando novos adeptos, como é o caso da revista Carta Capital, que lançou em outubro de 2005 sua versão pedagógica. Ao anunciar sua inserção no mundo da escola, essa versão da revista passa a disputar um importante espaço atuando diretamente no processo educativo na formação de professores e alunos sobre os acontecimentos da realidade. (CALDAS, 2006, p.120).

Em seu artigo, Caldas exemplifica que quando o meio impresso se introduz na educação, estava-se tentando salvá-lo do esquecimento. Esse processo de transformação está presente em alguns modelos de materiais impressos, como o descrito acima, com a transformação de um veículo que antes era somente informativo em viés educacional, ou seja, não tem responsabilidade direta com o teor educativo, no entanto há esse comprometimento real. Sobre isso, afirma Vieira: “O uso do jornal, portanto, contribui para que o estudante seja capaz de inferir sobre as leituras feitas, de modo não mecanizado, desenvolvendo a habilidade de interpretar o que lê” (VIEIRA, p.3). Conforme a autora, o jornal é um edificador do crescimento intelectual dos alunos em sala de aula, podendo ajudá-lo a torna-se crítico, a interpretar de forma argumentativa e a estabelecer uma conexão com a leitura.

O jornal segundo os jovens de sete escolas

Conforme já dito anteriormente, um amplo questionário sobre consumo midiático foi aplicado a 349 estudantes, de sete diferentes escolas, participantes do projeto “Educomunicação, Ciência e Outros Saberes”, projeto este cuja ideia central é compreender o envolvimento dos jovens com as tecnologias midiáticas e como essas mídias poderiam auxiliar no processo de ensino/aprendizagem. Uma das perguntas do questionário solicitava ao respondente que ele assinalasse os meios de comunicação que não fizessem falta para ele,

podendo marcar até três itens. Dentre esses itens estavam: rádio, televisão, internet, jornal impresso, jornal online, revista impressa, revista online, celular e tablet.

Resolvemos neste trabalho nos dedicar exclusivamente às respostas a esta questão, mesmo porque o lugar comum hoje é que o jornal está decadente e não desperta mais nenhum interesse nos jovens. Sabemos que o jornal impresso ainda tem o seu grau de relevância na sociedade, ainda que seja em valor reduzido. Mas este valor reduzido envolve o público jovem, que, aliás, nunca foi público de fato de um jornal?

As instituições de ensino são escolas estaduais de Ensino Fundamental e Médio. Os 349 estudantes envolvidos no projeto estão, em sua grande maioria, cursando o 9º ano do Fundamental e o 1º e 2º do Ensino Médio. Ao serem questionados sobre qual meio de comunicação não faria falta no seu cotidiano, muitos estudantes apontaram o jornal impresso e a revista impressa. Em uma das escolas urbanas, dos 53 respondentes, 30 assinalaram que o jornal impresso não faria falta, e 25 marcaram a revista impressa. Outra escola, também urbana, com 29 respondentes, 14 marcaram o jornal impresso e 19 a revista impressa. Em resumo, mais da metade dos estudantes destas duas escolas consideram que tanto o jornal impresso quanto a revista são meios desnecessários.

Dos 81 respondentes de outra escola urbana, em um município considerado de porte médio no Estado, com mais de 200 mil habitantes, 33 dispensam o meio jornal e 27 a revista impressa. Neste momento vale a pena registrar que o acesso ao universo digital não eliminou o interesse de mais da metade deste público de escolas urbanas pela mídia impressa. Destas três escolas, em uma delas os alunos produziram um jornal. A experiência de escrever, editar um jornal e observar como o público, formado por pais, professores e membros da comunidade, entregava-se à leitura, marcaram os jovens desta escola.

Entre as sete escolas, quatro estão localizadas em áreas rurais de três pequenos municípios. Em uma das escolas, dos 38 alunos respondentes 13 assinalaram o jornal impresso como o meio de comunicação que não faria falta, e outros 13 assinalaram a revista impressa. Neste pequeno município não existe jornal impresso diário ou semanário. No entanto, um pequeno periódico, já fora de circulação e feito de forma artesanal, povoa o imaginário local pela postura combativa adotada em suas páginas.

Em outro município, dos 62 estudantes de uma escola distante 20 km da sede, 26 responderam que o jornal impresso, e 24 a revista impressa, são meios desnecessários. Nesta região, de densa religiosidade, é comum a circulação de jornais com informações religiosas. Já em outra escola do campo, fortemente influenciada pelo trânsito de automóveis e

caminhões, dos 36 respondentes, 14 estudantes escolheram o jornal e 16 a revista como veículos dispensáveis. Na região pantaneira, dos 50 respondentes, 26 marcaram o jornal impresso e 22 a revista como meios desnecessários.

Considerações Finais

Dos 186 respondentes das escolas do campo, apenas 79 dispensam o meio jornal, entendem que o veículo é desnecessário. Nas escolas urbanas não é muito diferente. Dos 163 respondentes, 77 desconsideram o meio jornal. Apesar de estarmos tratando de respostas a uma única questão, o que estes números colocam, diante da crise que assombra os meios impressos, é que a existência de nichos pode ser um fator favorável à circulação de veículos mais comprometidos com o local. Um estudo qualitativo mais aprofundado com os jovens que participam do projeto pode ajudar a compreender porque a maioria dos alunos não descartou a importância desta mídia, apesar não utilizá-la, como sabemos.

Em nossa experiência nestas escolas, apesar do encantamento com as novas tecnologias e a presença decisiva das redes sociais na vida dos alunos, a mídia impressa não é uma carta fora do baralho. Ao contrário, pelo entusiasmo com que cinco escolas se lançaram para produzir o seu jornal e o resultado deste trabalho refletido na satisfação dos alunos, dos pais e dos professores, parece apontar que o que está em crise, neste momento, é menos o meio impresso e mais o modo como ele está sendo produzido editorialmente.

O jovem estudante, que ao longo da história da mídia impressa pouca importância teve como leitor e ou consumidor, continua ainda à margem, uma vez que este veículo quando fala de temas envolvendo jovens, não se dirige ao jovem leitor, mas ao seu porta-voz: pais, professores, autoridades da infância e adolescência, entre outros. Se o jovem não se vê nos jornais, quem hoje lhe assegura este espaço, autonomia e independência, são as mídias digitais, notadamente as redes sociais.

Referências Bibliográficas

Associação Nacional de Jornalistas (ANJ). **Jornais: Breve história.** Disponível em: <http://www.anj.org.br/jornais-breve-historia-2/>. Acesso em 05 abr. 2016.

BEKEMBALL, José F. *et al.* **Crise no Jornal Impresso: Análise de como as mudanças nos hábitos de leitura tem influenciado.** São José dos Pinhais, PR, Conhecimento Interativo, v.6, n. 2, p.141-151, jul./dez. 2012.

BELTRÃO, Luiz. ***Iniciação à Filosofia do Jornalismo***. Rio de Janeiro: Editora Agir, 1960. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/E-books/005.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2016.

CALDAS, Graça. **MÍDIA, Escola e leitura crítica do mundo**. Campinas, 2006.

FREITAS, Maria Helena. **Considerações acerca dos primeiros periódicos científicos brasileiros**. Ci. Inf., Brasília, v. 35, n. 3, p. 54-66, set./dez. 2006.

MEDITSCH, Eduardo; SPONHOLZ, Liriam. Bases para uma Teoria do Jornalismo 2.0. In: GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamento da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 9-24.

RIBEIRO, Bruna Maciel. *et al.* **As primeiras páginas de jornais impressos revelam a invisibilidades dos jovens**. Mato Grosso, 2015. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/regional/resumos/R46-0023-1.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2015.

SANTI, Vilso Junior. **A Sociedade em rede, a geração digital e a crise na imprensa: Para onde caminha o jornalismo**. Revista Interamericana de Comunicação Midiática. Vol. 13, n. 26, 2014.

VIDAL, Antônio Gomes. **O jornal e a convergência digital: Direcionamentos para um novo modelo de gestão**. Dissertação de Mestrado em Gestão Empresarial da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, 2013.

VIEIRA, Regina da Luz. **O jornal e a formação da cidadania no ensino fundamental e médio**. Departamento de Comunicação Social, Universidade de Taubaté.