
Reflexão acerca dos jornais O Dezenove de Dezembro, O Estado do Paraná e a Gazeta do Povo: mudanças na história que são decisivas à sobrevivência do jornalismo¹

Romário CIDRÃO²

João Victor MATOS³

Daniel BRANDI⁴

Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, SE

Resumo

O objetivo desta pesquisa é refletir acerca dos processos sócio-históricos que marcaram os jornais O Dezenove de Dezembro, O Estado do Paraná e a Gazeta do Povo, tendo em vista as suas contribuições à imprensa e à sociedade. Com o levantamento bibliográfico, pretende-se identificar quais interferências históricas forçaram esses veículos a passarem por mudanças, como as que implicaram na migração da Gazeta do Povo do formato impresso para o digital, modelo de negócio decisivo à sobrevivência do jornalismo contemporâneo. A inserção de O Dezenove serve como subsídio para o conhecimento do início da imprensa paranaense. A pesquisa é fruto da disciplina de Jornalismo Brasileiro, ministrada pelo Professor Daniel Brandi, da Universidade Federal de Sergipe.

Palavras-chave: Jornalismo Brasileiro; história do jornalismo; Paraná

Introdução

O jornalismo persiste graças às reinvenções, e com o advento da Internet na década de 90, a demanda por reajustes aumentou. O consumo antes apenas do formato impresso foi sendo gradualmente transferido para o digital, mudança que condiciona os veículos a formularem estratégias perante o público consumidor do conteúdo jornalístico nas plataformas digitais. No Brasil os meios de comunicação com maior hegemonia, como é o caso do Grupo Globo, resistiram ao formato digital no seu começo, mas não demorou muito para criarem alternativas, bem como sofreram forte influência das interações que ocorrem nas redes sociais, onde fazem o uso de narrativas e a utilização de recursos que são próprios desse ambiente. Essa nova forma de produção resulta no jornalismo em rede:

¹Trabalho apresentado no GP Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo do DCOS-UFS, email: marcidrao@gmail.com

³Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo do DCOS-UFS, email: jvictormts@gmail.com

⁴Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do DCOS-UFS, email: danielbrandi@hotmail.com

Jornalismo em rede se refere a um conceito estrutural não apenas dentro de uma forma de jornalismo (por exemplo impresso ou online), mas para os modos de conexão emergentes dentro de toda a esfera de trabalho jornalístico. A tecnologia digital aumenta as opções de captação, as maneiras de produção e disseminação da notícia, mas não somente no âmbito online, mas para toda plataforma jornalística que opere em uma sociedade em rede. (SALIBA apud SOBRINHO 2016, p.25).

A Folha de S. Paulo foi o primeiro jornal no país a ter maior circulação digital que impressa: em agosto de 2016 registrava 161,8 mil dos seus consumidores online, ou seja 51%, enquanto os outros 49% correspondiam aos 154,7 mil que ainda estavam no impresso⁵. Esses dados reforçam a importância de se pensar o jornalismo contemporâneo. A presente análise dos jornais O Dezenove de Dezembro, O Estado do Paraná e Gazeta do Povo mostra como o cenário tecnológico e político implica em reajustes, quer para a imprensa, quer para os hábitos do público leitor.

Nos três veículos pesquisados nota-se que a imprensa esteve muito condicionada aos interesses políticos. Em que veículos são criados para servirem como mecanismos de ascensão e construção das relações de poderes, sendo os interesses colocados à frente das demandas sociais, conforme será verificado. Os eventos, contados em ordem cronológica, auxiliam na compreensão do tempo percorrido pelos jornais analisados.

O Dezenove de Dezembro

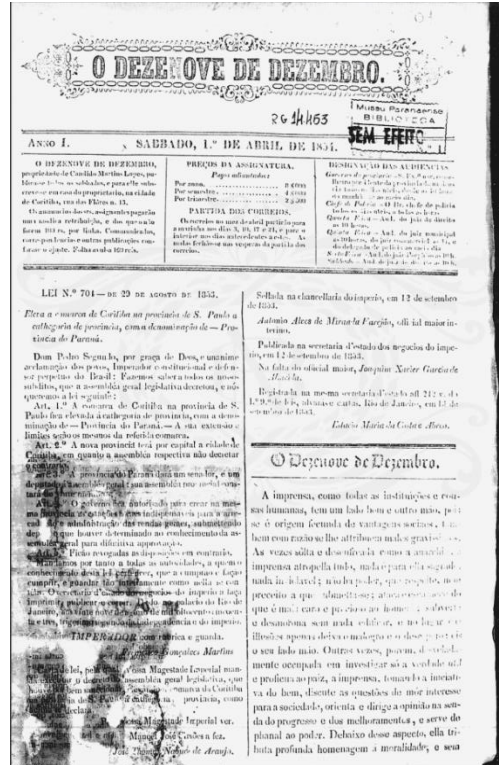
Até a criação da Província do Paraná, em 19 de dezembro de 1853, todas as notícias referentes ao governo eram divulgadas pelos impressos vindos de São Paulo. Periódicos como “Paulista Official” e o “O Governista”, sendo este último órgão oficial do governo provincial paulista, chegavam a Curitiba informando decisões do governo que interessavam diretamente aos seus habitantes.

Com a criação da Província, os paranaenses mudaram radicalmente sua ordenação político-social. Curitiba, que até então nada mais era que uma simples aldeia, transformou-se em Capital provincial e centro do poder local. Em decorrência disso, a sociedade agora precisava de uma publicação própria que tivesse condições de atingir o vasto território comunicando as novidades que interferiam no cotidiano de todos.

⁵ De acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), publicados no site da Folha de S. Paulo. Ver Referências Bibliográficas.

O Presidente da Província, Zacarias Góis de Vasconcelos, convidou Cândido Martins Lopes para que ele montasse no Paraná sua oficina tipográfica, até então instalada em Niterói.

Pilotto conta que “foi uma aventura transportar via marítima, até Antonina, o material e, depois, trazê-lo em lombo de burro, pela estrada do Itupava, a Curitiba.” (PILOTTO, 1976, p. 7). Instalado na capital, Lopes inaugurou a “Typographia Paranaense” e em 1º de abril de 1854 publicou o primeiro volume de O Dezenove de Dezembro, único jornal paranaense em circulação pelos próximos três



anos. O impresso nasceu censurado pelo Estado que o utilizava como seu porta voz, assim não fazia menção às questões políticas que fossem de maior interesse à sociedade da época, se afastando de críticas e debates concernentes ao contexto local, como se verifica no artigo publicado na página inaugural, em que insere o jornal insere como propósito:

informar o público do procedimento do governo da província e das diversas autoridades dela, mediante a publicação de seus atos oficiais, apontar e discutir com a devida circunspecção as medidas que mais consentâneas forem ao engrandecimento da província, aceitando nesse sentido, para dar à luz da imprensa, escritos e informações de quem quer que esteja no caso de lh'os ministrar, abstendo-se completamente de questões políticas. (PILOTTO, 1976, p.8.)

Posteriormente o jornal foi vendido e durante a sua existência passou por várias mãos, em 1890, foi fechado pelo último dono e também sofreu com a censura decorrente da República recém instaurada.

Gazeta do Povo

Criada em 3 de fevereiro de 1919, a Gazeta do Povo completou 100 anos de existência em 2019, sendo o mais longo jornal do estado do Paraná. Fundado pelos bacharéis em Direito Benjamin Lins e De Plácido e Silva, o jornal se definia como um periódico destinado “à defesa dos interesses gerais da sociedade, a chamar a atenção de

todos e de cada um para os assuntos que direta ou indiretamente nos interessam.” (PILOTTO, 1976, p. 46). A primeira edição da Gazeta tinha apenas seis páginas, nenhuma fotografia e metade do seu espaço era preenchido por publicidade – o que justificaria o subtítulo “Diário Independente”, já que ela não recebia subsídios de partidos políticos. As notícias chegavam à redação por meio de telégrafo e por telegramas.

A principal contribuição desse jornal para a imprensa brasileira foi, sem dúvida, a criação e o desenvolvimento de novas técnicas narrativas. Pilotto (1976) conta que a redação da Gazeta sempre foi considerada uma “escola de

jornalismo”. Ali, havia uma “mesa livre para receber o rabiscador de notícias sociais”, onde jornalistas recebiam “ensaístas, desde os serenos tradicionais até os de novas técnicas literárias, em que se incluíam os autores da poesia futurista.” (PILOTTO, 1976, p. 46).

Essa ideologia criativa e o desejo de criar produtos culminou com a publicação, em 1923, do primeiro almanaque a circular no estado do Paraná. Nele eram encontradas atualidades, ilustrações, esportes, literatura e outras dezenas de temas variados que agradavam todos os públicos. Além disso, ainda no século XX a Gazeta foi uma grande aliada da ciência e da literatura. Lá eram impressos livros e revistas, como “Pautas Ferroviárias”, de Eugênio da Gama e “Sonatinas Morosas”, de Rodrigo Júnior.

Tamanha era a influência desse Jornal na vida dos paranaenses que, em 1930, no desenrolar da “Revolução de 30”⁶, as pessoas ficavam à noite embaixo da sacada do prédio onde era sediada a Gazeta na busca por notícias dos acontecimentos no Rio de Janeiro, então capital do Brasil. Era comum que as notícias fossem coladas em uma pedra de mármore em frente ao prédio, conhecida como “Pedra da Gazeta”. Quando havia maior urgência, os jornalistas gritavam as novidades do alto do imóvel. A ideia era criar no local



⁶A Revolução de 30 é considerada por historiadores um golpe civil-militar. Na ocasião, Getúlio Vargas assumiu a Presidência da República do Brasil depondo o então presidente Washington Luís.

“um ponto de encontro de críticos e discutir a sociedade paranaense” (GAZETA, 2009). Esse poder da publicação despertou interesses de investidores, e em 1962, o jornal foi comprado pelos sócios Edmundo Lemanski e Francisco Cunha Pereira Filho, àquela época líderes do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM)⁷ - dono da Gazeta até hoje.

Em 2015, a Gazeta do Povo sofreu sua principal mudança até então. O jornal diário que circulava no formato *Standard*⁸ passou a ser impresso diariamente no formato *Berliner*⁹, com até 48 páginas. Aos finais de semana uma edição única para o sábado e domingo passou a ser impressa, contendo cerca de 88 páginas. Foi no primeiro semestre de 2017, sobretudo, que a Gazeta tomou a decisão mais radical de sua história. Desde junho daquele ano, o jornal impresso diário não é mais publicado, apenas um especial com um resumo da semana é circulado nas sextas-feiras. Baseado em dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC)¹⁰ que indicam uma preferência do público em consumir notícias por meio de plataformas digitais, a direção do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM) concentrou os recursos financeiros em conteúdo para dispositivos móveis. A partir de então, jornalistas podem publicar e editar conteúdo diretamente pelo *smartphone* e os leitores têm acesso a material específico para essa plataforma, seguindo uma tendência global conhecida como *mobile first*. Essa decisão fez com que a Gazeta do Povo se tornasse o segundo grande jornal brasileiro a migrar suas edições diárias para o mundo digital – o Jornal do Brasil fez isso em 2010 – e Curitiba fosse a primeira capital do país sem um jornal impresso diário de grande circulação.

O Estado do Paraná

O Estado do Paraná, fundado em 17 de julho de 1951, pelos então sócios Afonso Alves de Camargo e Aristides Merhy – advogado e empresário, respectivamente - tem “*Demite-se o gabinete de Gaspari*” como a sua primeira manchete de capa. Localizado na rua Barão do Rio Branco, Curitiba, o jornal surge no propósito de sustentar o então

⁷essa noção de grupo de comunicação só se dará claramente a partir da década de 70.

⁸*Standard* é o formato físico de jornal mais comum no Brasil, com dimensões de 600 por 750 mm.

⁹*Berliner* é o formato de jornal com as dimensões de 315 por 470 mm.

¹⁰A circulação paga média da Gazeta do Povo entre 2016 e 2017 caiu no impresso (29.660 edições diárias em março de 2016 contra 25.380 em fevereiro de 2017, queda de 14,4%), enquanto no digital subiu progressivamente (de 2.695 para 14.462 no mesmo período, crescimento de 436%).

governador do estado, Bento Munhoz da Rocha. Uma vez que ele sofria com a oposição dos demais jornais em circulação na capital.

Dentre os impressos que exprimiam discursos pejorativos à imagem do governador e por consequência ao jornal O Estado do Paraná, estava “O Dia”, propriedade do político Moysés Lupion, inimigo declarado de Bento da Rocha, e que detinha também 50% do capital da Gazeta do Povo, enquanto o Diário da Tarde era controlado por outro grupo rival. A partir daí, verifica-se que o surgimento de O Estado,



assim como o do O Dezenove, é consequência do interesse político dos que já detinham capital, e que fizeram uso do impresso por ser um formato adequado à recepção dos leitores da época, já que os mecanismos tecnológicos atuais eram ainda impensados para a produção da informação. Naquela época a maior parte dos veículos que se consolidaram enquanto jornalísticos tinham proprietários sem formação na área, e que se apropriaram da influência da imprensa visando a própria ascensão. Com isso, a produção girava em torno principalmente dos interesses de políticos, chefes de estado, banqueiros e juristas.

O Estado do Paraná, desde o seu nascimento, não se preocupou em esconder os motivos pelos quais surgiu, e evidencia o seu propósito na comemoração de 50 anos do impresso, em que na edição se lê: “fundado para dar sustentação ao governador Munhoz da Rocha Neto (...)” (O ESTADO DO PARANÁ, terça-feira, 17 de julho de 2001, suplemento especial 50 anos, p.5). No contexto ideológico, as mídias atuantes existem por se adaptarem ao cenário em que estão sendo a priori o político e econômico cruciais na delimitação das informações a serem veiculadas, conforme explana Sodré (2002):

Nos estados da Federação brasileira, as emissoras de TV, rádios e jornais de maior audiência são totalmente controlados pelas oligarquias, o que obriga as candidaturas políticas a passarem pelo crivo dos interesses dominantes e da imagem compatível com a mídia. (SODRÉ, 2002)

Logo no início da década de 1950, Curitiba tinha cerca de 180 mil habitantes e sofria intensas alterações demográficas com o grande fluxo de imigrantes provindos das

nações muito atingidas pelo impacto da II Guerra Mundial. Novas etnias adentravam no estado, sobretudo grupos da Polônia e da Ucrânia, estes integrantes do Bloco Soviético. O Paraná também passou por avanços fortemente econômicos com a conquista das terras roxas na região Norte pelas lavouras de café devido à exportação cada vez mais crescente, sendo as geadas sazonais também notícias de grande interesse econômico aos exportadores do grão.

O Estado do Paraná, mediante o contexto propício ao desenvolvimento econômico da região, mesmo após a escassez no abastecimento do papel - resultado do cenário



pós-guerra - busca meios para ampliar a tiragem e a circulação, encontrando no governo principal apoio para chegar a todo o estado, e assim avança rumo ao interior. O propósito era conseguir alcançar maior cobertura regional dos acontecimentos. Alcance que possibilita à sociedade paranaense conhecer melhor a produção jornalística e a faz mais próxima dos eventos importantes no estado.

No início da década de 1960, o jornal passa por uma forte crise e os sócios – após desentendimentos na linha editorial e vários meses negociando – decidem vender o jornal O Estado do Paraná ao então secretário de agricultura do estado, Paulo Cruz Pimentel. Com o comando do veículo impresso, o ex-secretário se utiliza da influência do jornal no intuito de alavancar sua candidatura a governador do estado. Já dentro do cargo o político passa a controlar a maior parte das verbas publicitárias do governo paranaense. O capital obtido era fruto das doações de fazendeiros que almejavam um representante deles no governo. Estas novas relações demonstram a continuação dos interesses políticos nos jornais impressos, o que fez – e ainda faz – o estado interferir diretamente na linha editorial, principalmente nos veículos públicos, que são utilizados para publicização da imagem do governo, quando os princípios éticos requerem as urgências da população.

Mesmo por vezes apoiado em discursos com caráter hegemônico, O Estado do Paraná – tendo que cumprir com a sua responsabilidade social – se adequa à censura do Regime Militar de 64, em que Pimentel, eleito para o mandato 1966-1970, segue

investindo no jornal impresso e em outros veículos de comunicação. Como resultado dos seus investimentos, nasce a TV Iguaçu, canal 4, e pouco antes é comprada a Rádio Guairacá, líder em audiência em Curitiba na época. Pimentel também tinha como inimigo político Ney Braga (militar, ex-governador e ex-ministro do governo Geisel). Foi justamente no governo Geisel que a TV Iguaçu, principal braço econômico do Grupo, perdeu a concessão da Rede Globo no Paraná. A concessão foi para a TV adquirida em 1969 pelos donos da Gazeta do Povo.

O Estado do Paraná, na tentativa de se esquivar da censura, visto que na agência ficava um oficial da Polícia Federal como censor dos conteúdos, fazia uso de metáforas, criava manchetes, inseria fotos de políticos adversários em situações ridículas, etc. Seguindo assim estratégias também muito utilizadas por escritores e artistas daquele período, rearranjos que contribuíram com o amplo repertório presentes nas obras e para a memória nacional.

Após 60 anos de circulação contínua no comando de Pimentel, O Estado é comprado em 2011 pelo Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM) também dono da Gazeta do Povo – conforme já citado. O veículo também já produzia conteúdo no formato digital desde 1998, no portal Paraná Online, definido pelo Grupo como um “grande portal de notícias, tinha em seu DNA o compromisso de levar aos paranaenses e demais brasileiros o jeito “da nossa terra” de contar boas histórias e manter o leitor bem informado, 24 horas por dia” (TRIBUNA, 2019). Pimentel também possuía um outro jornal nas versões impressa e digital chamado Tribuna do Paraná. O GRPCOM, no mesmo ano em que compra os veículos do ex-secretário, decide manter apenas este último jornal na sua versão digital e extingue o portal Paraná Online. Pouco antes, Pimentel reforçou a necessidade de se pensar conforme as tendências contemporâneas no campo da imprensa, ao tomar para si, durante entrevista, como decisiva a adequação dela para o formato digital:

O mundo evoluiu, a comunicação evoluiu mais ainda. A mídia impressa se tornou superada, porque o tempo da notícia divulgada pela mídia impressa chega com muito atraso ao leitor. A notícia divulgada pela linha online chega rapidamente ao leitor e pode ser atualizada a qualquer instante. É praticamente instantânea em todas as partes do mundo. Como a mídia impressa vai competir com esse sistema tão rápido de transmissão da notícia? Não há nenhuma possibilidade. E o custo se torna cada vez mais elevado. O jornal impresso depende da chapa, da tinta, do papel, do barbante, do empacotamento, do transporte. Isso tudo está ficando no passado. O presente é a transmissão da notícia rapidamente, com todas as facilidades, com fotos, gráficos e charges em qualidade excepcional e riqueza de detalhes, além da possibilidade de atingir um público maior. Nós temos, por exemplo, um índice alto de acessos

do nosso site, o Paraná Online (www.paranaonline.com.br), no Japão, de paranaenses que lá trabalham e que têm interesse em receber notícias da sua gente, de seu Estado. (PIMENTEL, 2011)

Na capital, vale admitir a existência ainda hoje de dois veículos impressos diários que podem ser considerados de grande circulação, como Metro (gratuito) e Bem Paraná (antigo Jornal do Estado). Com as mudanças, o GRPCOM direciona o conteúdo produzido na Tribuna à comunidade periférica, tendo maior audiência das classes B e C. Com assuntos mais direcionados ao entretenimento, e menos à política. Sendo os assuntos sobre o esporte e o mundo das celebridades destacados na página institucional do site. O noticiário policial também é uma das pautas mais buscadas justo pela demanda da comunidade por assuntos próximos ao contexto local em que vivem, conforme detalha o veículo:

Coragem, independência, opinião e irreverência com seriedade representam a força da Tribuna, que tem uma história de mais de cinco décadas de sucesso. O jornal, que circula de segunda a sábado em Curitiba e Região Metropolitana, é referência no mundo do esporte, em especial o futebol e o foco na segurança pública também é destaque. Com preço acessível, o jornal é vendido em bancas, revistarias e nos principais cruzamentos da cidade. Utilizando textos curtos, com uma linguagem objetiva e frases fortes, a Tribuna atinge, principalmente, as classes B e C. O conteúdo esportivo e o noticiário policial atraem o público masculino e as notícias do mundo das celebridades conquistam o público feminino. A Tribuna valoriza a proximidade com a comunidade. Para ampliar ainda mais a presença nos bairros da capital paranaense e região metropolitana, a equipe sempre está circulando nos bairros em busca de fatos, curiosidades e personagens que fazem a diferença na comunidade em que vivem. No dia 9 de dezembro de 2011, a Tribuna passou a integrar o Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM). Isso representa novas soluções para o mercado e proporciona um alcance maior para o leitor deste veículo já consolidado no estado. (INSTITUCIONAL, 2018)

Considerações finais

Conclui-se com a presente análise que a atuação da imprensa é intrínseca às mudanças históricas. Sendo a influência dos veículos atrelada não só aos equipamentos que permitem a disseminação da informação, mas também com as relações de poder das quais se mantém. É imprescindível a reflexão acerca da contribuição dos impressos ao jornalismo brasileiro, mais indispensável ainda é pensar novos modelos que permitam a continuidade da imprensa. No seu começo, o jornalismo paranaense afluía nos centros urbanos, em razão do fluxo de um público com maior capital, como empresários e políticos que detinham de mais recursos para a implantação e veiculação de conteúdos. Com o êxodo rural em consequência da Revolução Industrial a metrópole passou a ser cada vez mais um cenário propício à fabricação de notícias. Não demorou muito para que

novos veículos surgissem com maior alcance territorial e demográfico, levando informações pertinentes do litoral ao interior do Paraná.

Quanto à reestruturação do impresso para o digital, verifica-se a crescente demanda dos veículos pela adequação a esse novo ambiente. A inserção deles no espaço digital potencializa a informação para além do local, a exemplo da Gazeta do Povo que produz conteúdo com assuntos de interesse nacional, em decorrência da amplitude possível nas plataformas online. No digital a mensuração da audiência com tiragens é substituída por mecanismos próprios da Internet. Onde é comum aferir a disseminação da informação e a influência dos veículos pelo número de *views* nas redes sociais onde se projetam, também por meio dos *trending topics* ou ainda com o *Google Analytics*. Sendo primordial compreender o funcionamento dessas ferramentas para o uso mais adequado no formato online.

O fim de um jornal pode ser consequência do cenário político do qual faz parte, tendo sido O Dezenove de Dezembro condizente com a época provincial. Já outros existem pela fluidez com a qual entregam a informação ao público, devendo estar ajustados às tecnologias próprias do seu tempo. E que possibilitam gerar um maior retorno ao financeiro do veículo e ao aprimoramento do conteúdo publicado. O Estado Paraná, outrora impresso, é um demonstrativo de que o formato está condicionado às mudanças temporais, estas que o fez migrar para o digital como “Paraná Online” e depois “Tribuna do Paraná”, alteração que reforça a necessidade da atenção dos veículos às novas possibilidades de narrativas.

Deste modo, o futuro é reservado aos que ousam explorar o potencial do ambiente digital, sendo este espaço agora crucial à sobrevivência dos veículos, já que a demanda por informações é cada vez mais presente nas plataformas online. Tal exploração permite não só a construção de novas narrativas, mas também contribuem economicamente para o veículo, conforme reflete Robert Srou (1998, p. 27) que “as organizações não mais ocupam lugares específicos e tendem a tornarem-se virtuais, porque é mais fácil e mais barato transportar a informação do que as pessoas, através das tecnologias do teleprocessamento e da computação”.

Referências Bibliográficas

O videojornalismo no jornal O Globo, 2016. Disponível em:
<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/6414/1/TSobrinho.pdf>
Acesso em: 15 ago. 2018

FOLHA é o 1º jornal brasileiro a ter circulação digital maior do que a impressa. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 set. 2016. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/09/1816633-folha-e-o-1-jornal-do-pais-a-ter-circulacao-digital-maior-do-que-a-impressa.shtml>.
Acesso em: 15 ago. 2018.

PILOTTO, Osvaldo. **Cem Anos de Imprensa no Paraná**. Curitiba: Estante Paranista, 1976. 74 p.

GAZETA do Povo circula seu último jornal diário impresso. **Meio e Mensagem**, 2017. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2017/05/31/gazeta-do-povo-circula-seu-ultimo-jornal-diario-impresso.html>.
Acesso em: 15 ago. 2018.

NOVENTA anos de história. 2009. **Gazeta do Povo**. Disponível em:
<https://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/noventa-anos-de-historia-beaefbfbxubyxka4q07fqg85q>.
Acesso em: 15 ago. 2018.

UMA história em páginas tipografadas. **Gazeta do Povo**, 2009. Disponível em:
<https://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/uma-historia-em-paginas-tipografadas-beaefc2diq53h5as1a6xp1d8u>.
Acesso em: 15 ago. 2018.

NO meio do caminho, uma pedra. **Gazeta do Povo**, 2009. Disponível em:
<https://www.gazetadopovo.com.br/especiais/90-anos/independencia/uma-historia-em-paginas-tipografadas-beaefc2diq53h5as1a6xp1d8u>.
Acesso em: 15 ago. 2018.

FILHA, Elza Aparecida de Oliveira. **Apontamentos sobre a história de dois jornais curitibanos "Gazeta do Povo" e "O Estado do Paraná"**. Curitiba, Paraná: Unibrasil, 2004. 86-101 p. v. 2.

Sodré, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis, Vozes. 2013

Institucional. **Gazeta do Povo**, 2018. Disponível em:
<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/grpcom-anuncia-compra-da-tribuna-do-parana-ajbxbabbf90v4m9r0avjfnqz2>
Acesso em: 15 ago. 2018

Paulo Cruz Pimentel (2016) Administração – Avaré – São Paulo. **Memórias Paraná**, 2016.
Disponível em: <http://memoriasparana.com.br/paulo-cruz-pimentel-2016-administracao-avare-sao-paulo/>

Acesso em: 15 ago. 2018

HÁ 55 anos nasceu o senhor Jornal. **Tribuna PR**, 2006. Disponível em:
<https://www.tribunapr.com.br/noticias/parana/ha-55-anos-nasceu-o-senhor-jornal/>

Acesso em: 15 ago. 2018

PARANÁ online agora é Tribuna do Paraná. **Tribuna do Paraná**. 2011. Disponível em: <https://www.tribunapr.com.br/parana-online/>

Acesso em: 25 jul. 2019

O Estado do Paraná em tempo real. **Tribuna do Paraná**. 2011. Disponível em:
<https://www.tribunapr.com.br/noticias/parana/o-estado-do-parana-em-tempo-real/>

Acesso em: 25 jul. 2019

Institucional. **Tribuna do Paraná**, 2018. Disponível em:
<https://www.tribunapr.com.br/institucional/>

Acesso em: 25 jul. 2019

SROUR, R. **Poder, cultura e ética nas organizações**. São Paulo: Editora Campus, 1998.