

---

## **Internet e custos: o fim da circulação dos jornais impressos na Paraíba<sup>1</sup>**

Silvana Torquato Fernandes<sup>2</sup>

Claudeci Ribeiro da Silva<sup>3</sup>

### **Resumo**

O jornalismo vem passando por significativas mudanças e centenas de diários impressos que não acompanharam as exigências do mercado para conquistar o leitor, diante da oferta de informações com o advento das novas tecnologias, fecharam às portas desempregando jornalistas em todo o mundo e também no Estado da Paraíba. Por isso, o objetivo do presente artigo é fazer uma discussão sobre o fim da circulação dos jornais impressos: Diário da Borborema, O Norte e o Jornal da Paraíba, fontes impressas que documentavam a nossa história. Para a elaboração do artigo, realizamos uma pesquisa na internet, entrevistas com historiadores e jornalistas pelas redes sociais. Observamos que a circulação dos jornais chegou ao fim devido aos altos custos, a fuga dos leitores para as mídias digitais e a crise econômica.

**Palavras-chave:** Jornal Impresso; fonte histórica; fechamento; edições digitais.

### **A crise dos jornais impressos no Brasil e no Estado**

O jornalismo impresso é o meio de comunicação de massa mais antigo e sua evolução deixou marcas na sociedade, desde a revolução da prensa gráfica de Gutenberg até os dias de hoje, com a revolução da comunicação na internet. Mas, essa fonte documental impressa para a história vem perdendo espaço no mercado da comunicação e muitos empresários estão optando por encerrar as edições impressas dos jornais.

A previsão em relação ao tempo de vida dos jornais impressos parece que caminha a passos largos porque vivemos um momento crítico caracterizado pelo declínio do produto midiático de papel e o fortalecimento do produto midiático digital. As projeções para o fim do jornal impresso são as seguintes: nos Estados Unidos o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Mestre em História (UFCG). Professora da Faculdade Reinaldo Ramos (Cesrei). E-mail: silvanatorquato@gmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Literatura e Interculturalidade (MLI), na Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: claudeciribeiro094@gmail.com

encerramento da circulação deve ocorrer neste ano de 2017, Inglaterra no ano de 2019, Canadá e Noruega em 2020 e Brasil no ano de 2027 (apud MELECH, 2012).

Essa realidade atinge jornais de todos os países, inclusive os centenários. O mais antigo jornal em circulação ininterrupta na América Latina – com 189 anos – o Jornal do Commercio do Grupo Diários Associados, circulou pela última vez no dia 29 de abril de 2016. Sua edição online e o impresso Diário Mercantil, que faziam parte do mesmo grupo, também tiveram suas atividades encerradas. Sediadas em São Cristóvão, as publicações tinham aproximadamente 24 profissionais na redação. Na época, o diretor-presidente do Jornal do Commercio, Mauricio Dinepi<sup>4</sup>, revelou que o fechamento dos periódicos mostrou a dimensão da crise econômica no País.

Somos mais uma vítima engolida pela crise que assola o nosso país. Quando precisávamos que a economia renascesse, ela afundou. Os governos em crise pararam de anunciar no jornal e outros não pagaram os anúncios já publicados. Não há anunciante, lamentou (DINEPI, 2016)

Outro diário que não sobreviveu à concorrência da internet foi o Jornal do Brasil (JB), do Rio de Janeiro. Fundado no ano de 1891, o Jornal do Brasil impresso foi às ruas pela última vez em 31 de agosto de 2010 mantendo apenas a versão digital. Na época, o concorrente O Globo, publicou que o Jornal do Brasil tinha uma dívida no valor de R\$ 100 milhões e que sua circulação vinha caindo nos últimos anos, o que agravou ainda mais sua situação financeira. Neste caso, o abandono dos formatos tradicionais seria mais uma medida drástica para reduzir seus custos operacionais do jornal.

O Jornal do Brasil foi o primeiro periódico brasileiro a chegar à internet no ano de 1996, época que a web ainda dava seus primeiros passos. Podemos citar ainda o Estado de São Paulo, O Globo, o Estado de Minas, Zero Hora, entre outros na década de 1990. O Zero Hora desde o mês de fevereiro do ano passado tem uma única edição aos finais de semana que agrupa os jornais impressos de sábado e domingo entregues aos assinantes aos sábados pela manhã. A renovação incluiu o lançamento de novos produtos. Entre eles, o caderno DOC com reportagens especiais, entrevistas e colunistas, e o caderno Fíndi, que reúne notícias sobre entretenimento, a programação cultural e uma nova seção infantil.

---

<sup>4</sup> As declarações estão disponíveis na reportagem publicada no dia 29 de abril de 2016 no seguinte endereço <http://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2016-04-28/jornal-do-commercio-fecha-as-portas.html>

No Estado da Paraíba, o Diário da Borborema (DB) deixou de circular no dia 1º de fevereiro de 2012, após 54 anos de existência. A justificativa conforme nota publicada na primeira página da última edição foi a reestruturação das atividades empresariais na Paraíba, dando mais ênfase a mídia eletrônica. Hoje o que resta é apenas o acervo jornalístico do Diário da Borborema, que está em regime de comodato por um período de 30 anos, com a Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). São mais de 17 mil edições disponíveis para pesquisa da comunidade universitária e a comunidade em geral.

Na mesma data do ano de 2012, a direção dos Diários Associados anunciou o encerramento da edição impressa do jornal O Norte, com 104 anos de serviços prestados ao Estado. O Norte foi fundado pelos irmãos Oscar Soares e Orris Eugênio Soares em João Pessoa, no dia 7 de maio de 1908 e na época, a capital paraibana se chamava Parahyba. O Jornal o Norte foi criado dentro de padrões jornalísticos modernos para aquela época, com ótima qualidade gráfica e textual, revolucionando a imprensa da Paraíba naquele ano. Os jornais Diários da Borborema e o Norte não seguiram com o conteúdo digital na internet.

O Diário da Borborema<sup>5</sup> tinha como principal concorrente o Jornal da Paraíba (JP), fundado em 5 de setembro de 1971 e que circulou com a versão impressa até o dia 10 de abril de 2016, migrando o conteúdo para o formato digital. O Jornal da Paraíba impresso fazia parte do grupo Rede Paraíba de Comunicação, responsável também pela TVs Cabo Branco e Paraíba, afiliadas da Rede Globo.

Em nota, a Rede Paraíba informou que a decisão de interromper a circulação impressa seguiu uma tendência mundial, resultado do crescimento das plataformas digitais. Mas, também está relacionada ao agravamento da atual crise brasileira, que atinge o setor produtivo em seus mais diversos segmentos. Foram quase 45 anos em circulação no Estado.

O único jornal comercial em circulação no Estado – o Correio da Paraíba – também sinaliza que está em crise e desde o dia 1º de fevereiro de 2016 não circula mais às segundas-feiras. O Sistema Correio vem utilizando as redes sociais como ferramentas para o jornalismo e tem um portal com o mesmo nome (Portal Correio), mas os

---

<sup>5</sup> O jornal campinense Diário da Borborema foi fundado pelo paraibano Assis Chateaubriand que, natural da cidade de Umbuzeiro-PB, viveu boa parte da sua juventude em Campina Grande. Sua primeira edição foi publicada em 2 de outubro de 1957 e contou com seis cadernos.

conteúdos no impresso e digital são diferentes. O jornal foi fundado em 5 de agosto de 1953 e possui redações nas cidades de João Pessoa e Campina Grande.

A migração do suporte de papel para a internet, de acordo com Sant’Anna (2008), retira um enorme fardo dos ombros das empresas de comunicação porque os gastos com a impressão e distribuição dos jornais correspondem, em média, a um terço dos seus custos. No entanto, a outra ponta, a da receita, é uma incógnita. O autor acrescenta que os meios de informação da internet ainda estão aprendendo a ganhar dinheiro com suas operações, assim como o mercado publicitário experimenta esses novos meios, embora a cada ano a internet conquiste mais e mais recursos de mídia.

### **As configurações do jornalismo do impresso ao digital**

Mielniczuk (2003) divide em três momentos a transposição do impresso para o digital: Na primeira geração os jornais on-line publicavam na internet parte do conteúdo da versão em papel que chegava às bancas e a atualização acontecia apenas uma vez ao dia. O modelo do jornal impresso permaneceu na segunda geração, mas passou-se a utilizar algumas ferramentas da rede como links e hipertextos.

Somente na terceira geração é que a atualização dos webjornais passou a ser um processo contínuo. Foi a partir deste momento que as ferramentas da internet passaram a ser mais exploradas nos sites jornalísticos e os leitores viram surgir recursos multimídia e de interatividade como chats, enquetes e fóruns de discussões. Nessa geração tenta-se utilizar os recursos disponíveis na rede:

Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam: recursos em multimídia, com sons e animações, que enriquece a narrativa; recursos de interatividade com chats com a participação de personagens públicas, enquetes, fóruns de discussões; opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; a utilização do hipertexto não apenas como recurso de organização das informações da edição, mas também como uma possibilidade na narrativa jornalística de fatos; atualização contínua no webjornal e não apenas na seção ‘últimas notícias’ (MIELNICZUK, 2003, p.50)

Na Paraíba os jornais Diário da Borborema e o Norte acompanharam a primeira geração com parte do conteúdo dos impressos na internet, mas os empresários dos últimos jornais citados optaram em não investir no conteúdo digital com uma produção específica e encerraram as edições.

O Jornal da Paraíba acompanhou as mudanças e inaugurou um portal no ano de 2011, sendo que a consolidação de uma redação para o meio online com a contratação de editores e repórteres só aconteceu no ano de 2014. A editora do Jornal da Paraíba Online, Socorro e Silva, explicou que a produção do online segue a mesma adotada antes do fim do impresso: o repórter é pautado, apura e constrói o texto, além de fazer matérias especiais para os feriados e o final de semana. Os releases que chegam à redação são tratados e complementados.

De acordo com Socorro e Silva o jornal online perdeu em fotografias porque não tem mais esse profissional (fotógrafos especializados) na equipe, porém à produção diária ficou mais rápida após o fechamento da versão impressa porque “não temos mais a comodidade do portal já amanhecer com as notícias produzidas para o impresso”, frisou. As fotografias são feitas pelos próprios repórteres e estagiários com aparelhos celulares e máquinas profissionais. O JP Online também aproveita fotografias dos internautas.

Conforme exposto, os últimos anos foram de revolução para o jornalismo, mas falar das novas configurações do jornalismo e do fim dos diários impressos é falar também do papel das redes sociais digitais, do imediatismo e da interatividade nesse novo cenário de tecnologia ao nosso alcance. Todos esses recursos são facilitadores na troca de informações entre a redação e os leitores, que através de comentários e intervenções contribuem para a construção das pautas sobre os mais diversos assuntos do cotidiano.

Então, podemos dizer que a internet é uma ferramenta que rompe com as formas tradicionais de comunicação, ou nas palavras de LIMA (2009), a cibercultura permite ao indivíduo ser o protagonista e não apenas ver o protagonista agindo sem que possamos fazer nada para alterar o rumo da história. Em relação o uso das redes sociais digitais no portal do Jornal da Paraíba, a editora explica que:

O uso das redes sociais foi intensificado com mais publicações e o retorno passou a ser uma das métricas usadas para repercussão das matérias. Também foi criado um projeto específico de impulsionamento através das redes sociais e passamos a monitorar aos *Trending Topics*<sup>6</sup> tanto do Facebook quando do

---

<sup>6</sup> A tradução ao pé-da-letra de *Trending Topic* (TT) é tópico em tendência. Mas o termo usado na versão em português, "Assuntos do Momento", explica melhor o conceito. Quando alguém diz que tal assunto é TT da semana, isto quer dizer que o número de tuítes com uma hashtag ou palavra(s) relacionada(s) a este tópico tem sido disseminada por um vasto número de pessoas num determinado período. Quando isso acontece, o assunto entra para um ranking do Twitter de assuntos mais populares e se torna um trending topic. Disponível no <http://tecnologia.ig.com.br/o+que+sao+e+como+funcionam+os+trending+topics/n1597175643026.html>

---

Twitter e passamos a usar as palavras chaves nos títulos e subtítulos, além de artes específicas para as redes (SOCORRO E SILVA, 2017)

Para Recuero (2009) as redes sociais online são uma representação de atores sociais e das suas conexões. Os atores são pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede e suas conexões as interações ou laços sociais. Uma rede é assim, uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. Ela acrescenta que as redes sociais permitem mais conexão entre os atores sociais, o que significa um aumento da *visibilidade social* desses nós.

A visibilidade é construída enquanto um valor porque proporciona que os nós sejam mais visíveis na rede. Com isso, um determinado nó pode ampliar os valores que são obtidos através dessas conexões, tais como o suporte social e as informações. Quanto mais conectado está o nó, maiores as chances dele de que ele receba determinados tipos de informação que estão circulando na rede e de obter suporte social quando solicitar (RECUERO, 2009, p.108)

Com as mudanças, o ator social adquire o poder de disseminar o conteúdo produzido pelo veículo de comunicação. É ele quem detém maior poder neste processo, porque ele produz plenamente em uma cultura participativa e hiperconectada, vendo e interagindo com os acontecimentos e conteúdos simultaneamente.

### **Memória e identidade comprometida**

É fato que a tecnologia e a expansão do fluxo de informações cada vez mais transformam a sociedade e seus hábitos. A internet permite acesso à informação muito mais rápido porque existem aparelhos projetados para acomodar nossas necessidades de acesso a conteúdos dependendo de onde nós estamos, principalmente com o advento das tecnologias móveis, ou seja, as informações chegam antes do jornal impresso.

Mas, alguns especialistas acompanham com receio essa evolução porque independente da linha editorial os jornais impressos se configuram como fontes essenciais para pesquisas históricas, tendo em vista, que abordam o cotidiano da sociedade de uma determinada época e tudo fica impresso em suas páginas.

Na opinião do historiador e professor da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Bruno Gaudêncio, a memória será comprometida no futuro, devido à ausência

de fontes impressas que possam materializar a "realidade" do passado porque a oralidade não é suficiente para reconstituição do passado. “Vivemos um momento de links, hipertextos, mas que se perdem no universo amplo e múltiplo”, ressaltou. O historiador frisou ainda que vivemos numa época de muita liquidez nas relações sociais e nas instituições.

O historiador e professor da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Antonio Clarindo, faz um alerta sobre os perigos somente de termos materiais digitais. “É que eles podem DESAPARECER ou SEREM ALTERADOS, mudando o registro do que aconteceu ou foi escolhido para ser registrado. Este é um grande problema para nós historiadores, a alteração dos registros do passado”, finalizou Clarindo.

Segundo Antônio Clarindo, o fim dos jornais impressos é algo irreversível até pela questão ecológica, pois em breve não teremos mais papel para tanto material gráfico, inclusive as tintas e corantes. Ele reforça que as gerações com 25 anos hoje já estão acostumados a ler no meio digital e logo que os mais velhos desapareçam os jornais impressos serão obsoletos. Com bem alerta Franciscato (2009, p. 204), “os jornais têm sido, entre os suportes mediáticos tradicionais, aquele que mais diretamente vem tendo suas características desafiadas pelas novas tecnologias da comunicação”. Acrescenta:

Isso porque, mesmo absorvendo as tecnologias digitais em seus processos de produção, a preservação do papel como suporte e do sistema de impressão como técnica de registro impõem a essas meio limitações operacionais que impedem a incorporação completa das potencialidades dos ambientes digitais (FRANCISCATO, 2009, p. 204)

No entanto, alguns jornalistas ainda acreditam na sobrevivência dos jornais impressos. A jornalista Fernanda Souza, umas das entrevistadas para o artigo, disse que os Diários Associados sempre funcionaram como uma escola para os jornalistas. Ela considerou uma perda da identidade jornalística o fim do Diário da Borborema, sem falar nos aspectos de empregabilidade. Fernanda Souza acompanhou da mesma forma o encerramento do Jornal da Paraíba, porém acredita na sobrevivência dos jornais impressos:

Acredito que claro, há uma crise grande e que pode até se agravar mais, mas que passará em médio e longo prazo. O argumento de que a internet oferece as notícias factuais em tempo real e o jornal tornou-se caduco, com notícia atrasada que ninguém quer mais ler, fora outros fatores desfavoráveis ao

impresso, não deveria se sustentar porque se tratam de duas linguagens diferentes. Atribuo ao momento de “indefinição” em que um veículo invade o espaço do outro, toda esta crise, mas se o jornal souber se reinventar com aprofundamento, criatividade, tenho certeza de que ele poderá sobreviver e manter seu lugar ao sol no campo das comunicações (SOUZA, 2017).

Na opinião do jornalista e professor da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Gilson Souto Maior, havia uma necessidade por parte dos dirigentes e dos próprios jornalistas dos impressos fechados em observar os avanços tecnológicos, e com isso, repensar um novo formato e procurar ir ao encontro dos anseios dos nossos novos leitores, hoje vivendo um estilo diferente de se comunicar. “Leitores, portanto existem. O que está faltando são cabeças que pensem e procurem dar algo diferente a esse novo público”, frisou.

É notório que o jornalismo está sendo transformado pela tecnologia e por um novo contexto social. Para entender essa transformação é preciso compreender dois fenômenos apresentados por Correia (2010): a convergência e a descentralização da produção.

A convergência vem mostrar novas plataformas para a circulação do produto, novos modos de fazer com que essa etapa, compreendida através de seu envio, seu processamento no meio social e seu retorno, seja efetivamente realizada, e saber o posicionamento profissional frente a essa nova realidade. A descentralização propõe a apropriação do produto jornalístico pelo público para que esse seja parte atuante dos mecanismos de circulação, modificando ou não o conteúdo em si, mas sempre se manifestando para a propagação desse conteúdo. (CORREIA, 2010, p.58)

Diante desse cenário os jornais impressos precisam encontrar o seu papel no mundo contemporâneo da mídia porque a atuação de novas plataformas se apresenta como uma tendência irreversível no mercado jornalístico. Outro ponto é que existem leitores de impressos como apontou o professor Gilson Souto Maior e os jornais (notícia impressa em papel) e a internet são meios complementares.

A informação é reforçada com os dados, que mostram os jornais impressos, como os meios de comunicação mais confiáveis, mesmo diante do crescente acesso a internet e com a crise dos impressos, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 da Secretaria de Comunicação da Presidência da República. Os dados divulgados são os seguintes: 59% confiam muito ou sempre, contra 40% que confiam pouco ou nunca nos jornais impressos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As tecnologias digitais abrem novas alternativas para os jornais impressos, seja no sentido de sua convergência com outros meios de comunicação, seja na incorporação dessas ferramentas para a produção e comercialização do jornal. No entanto, os empresários ainda precisam fazer investimentos e muitos estão optando pelo conteúdo digital para evitar despesas nesse cenário de crise econômica no País.

É preciso inovar fazendo das novas tecnologias um aliado, a exemplo do que vem ocorrendo com o radiojornalismo e o telejornalismo em todo o mundo. Os jornais impressos também precisam reavaliar e readequar seu papel no mercado da comunicação porque a informação chega, ao nosso alcance, cada vez mais instantânea com um simples aparelho de celular.

Sant’anna (2008) ressalta que a interatividade na internet possibilita uma troca sem precedentes entre as redações e os leitores, que podem contribuir com pautas, informações e *feedback* sobre o produto do trabalho jornalístico. Igualmente, no campo comercial, os anunciantes passam, potencialmente a ter, por meio dessa interatividade uma gama espetacular de informações sobre o seu público e também de *feedback* sobre as campanhas publicitárias, permitindo uma constante afinação de suas estratégias.

Mas, no Estado da Paraíba está claro que os empresários da comunicação não aproveitaram as ferramentas da internet para o conteúdo impresso e decidiram encerrar a circulação dos jornais no Estado (Diário da Borborema, O Norte e Jornal da Paraíba). A exceção é o Sistema Correio da Paraíba que mantém o seu jornal impresso em circulação no Estado. Nesse período de fechamento também não surgiu nenhum grupo para lançar um novo impresso na Paraíba porque não se fala mais em “salvação” para os jornais na plataforma tradicional e a aposta dos empresários é no conteúdo digital, incluindo os blogs.

Não temos dúvidas que os portais de notícias vão substituir o jornal impresso na Paraíba. No entanto, é preciso adquirir mais credibilidade porque a internet oferece as condições para que a notícia seja explorada de todas as formas. Não há limite de espaço nem de formatos, ou seja, também pode oferecer um texto interpretativo e analítico com possíveis repercussões na vida de cada um, a exemplo do jornal impresso.

## Referências bibliográficas

- CORREIA, Bem-Hur. **A circulação da informação jornalística no ciberespaço: conceitos e proposta de classificação de estruturas**. In: Produção e colaboração no Jornalismo Digital. CarlaSchwingel/Carlos A. Zanotti (Org.). Florianópolis: Insular, 2010
- CLARINDO, Antônio. **Depoimento**. 12 de junho de 2016. Entrevista concedida a Claudeci Ribeiro
- DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma reeleitura**. São Paulo: Summus, 1986
- FRANCISCATO, Carlos. **Jornal**. In: **Dicionário da Comunicação**. Ciro Marcondes Filho (org.). São Paulo: Paulus, 2009
- GAUDÊNCIO, Bruno. **Depoimento**. 16 de maio de 2016. Entrevista concedida a Claudeci Ribeiro
- LIMA, A.S. **Da cultura da mídia à cibercultura: as representações do eu nas tramas do ciberespaço**. In: III Encontro de Pesquisa em Comunicação e Cidadania. Goiânia, 2009
- MELECH, Edgard Cesar. **Morte do jornal de papel e novas tecnologias digitais: desafios e perspectivas**, IN: Comunicação & Mercado/UNIGRAN - Dourados - MS, vol. 01, n. 02 – edição especial, p. 56-64, novembro de 2012
- MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003
- MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003
- PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA 2016. Disponível em: <http://www.pesquisademidia.gov.br/>. Acesso em: 28 de abril de 2017
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura)
- SANT’ANNA FILHO, Lourival de. **O jornal na sociedade da informação: como a ‘Folha’, o ‘Globo’ e o ‘Estado’ respondem às inovações tecnológicas, à queda de leitura e à concorrência com novos meios**. 2007. Dissertação de Mestrado da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo –SP. Disponível no endereço: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde22072009183602/pt>
- SOCORRO E SILVA, Maria. **Depoimento**. 10 de fevereiro de 2017. Entrevista concedida a Claudeci Ribeiro
- SOUZA, Fernanda. **Depoimento**. 15 de março de 2017. Entrevista concedida a Claudeci Ribeiro
- SOUTO MAIOR, Gilson. **Depoimento**. 27 de julho de 2016. Entrevista concedida a Claudeci Ribeiro