

## **Análise cronológica dos aspectos socio-históricos dos jornais O Dezenove de Dezembro, Gazeta do Povo e O Estado do Paraná e as suas contribuições ao jornalismo brasileiro<sup>1</sup>**

João Victor MATOS<sup>2</sup>

Romário CIDRÃO<sup>3</sup>

Daniel BRANDI<sup>4</sup>

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE.

### **RESUMO**

O presente trabalho tem por objetivo analisar em ordem cronológica os aspectos socio-históricos dos jornais O Dezenove de Dezembro, Gazeta do Povo e O Estado do Paraná, de modo a identificar a instauração, linha editorial, obtenção de recursos para produção, coleta de informações, circulação, reflexos políticos da atuação, adequação sociocultural do conteúdo, e adaptação deles às mudanças tecnológicas. A revisão é fruto da proposta desenvolvida na disciplina de Jornalismo Brasileiro, administrada pelo docente Daniel Pereira Brandi, no curso de Jornalismo, do Departamento de Comunicação Social – DCOS, da Universidade Federal de Sergipe – UFS.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Brasileiro; Paraná; jornais impressos; história da mídia; história do jornalismo.

### **1. INTRODUÇÃO**

Frente à ampla circulação de informações existente no Brasil, parte-se do princípio de que os veículos locais e regionais são coadjuvantes dos meios de comunicação nacionais, estando eles interligados e na busca contínua por preencher lacunas territoriais e demográficas, conforme mostra a evolução dos aparatos radiofônicos e televisivos, a exemplo da Voz do Brasil e do grupo Globo, que gradativamente aumentaram a circulação nacional, se constituindo como referências na produção e captação de ideias e valores antes restritas a grupos minoritários e privilegiados. A revolução tecnológica e o seu crescente progresso são um desafio encarado pelos jornais impressos, visto que o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFS, e-mail: [jvictormts@gmail.com](mailto:jvictormts@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFS, e-mail: [mario\\_brazzi@outlook.com](mailto:mario_brazzi@outlook.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFS, e-mail: [danielbrandi@hotmail.com](mailto:danielbrandi@hotmail.com).

---

consumo está cada vez mais centrado nos meios digitais, sobretudo na Internet. A Folha de S. Paulo, por exemplo, 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 impresso, sendo ela o primeiro jornal no Brasil a ter maior circulação digital que impressa.<sup>5</sup>

Com os exemplos citados, é possível formular os seguintes problemas: como os impressos paranaenses O Dezenove de Dezembro, Gazeta do Povo e Estado do Paraná atuaram e atuam geográfica e demograficamente na coleta e distribuição da informação? Com quais princípios se estabelecem? Qual a ligação deles com os cenários político, econômico e cultural do seu povo? Como obtêm e mantêm os recursos necessários para sua produção? E o mais crucial à sobrevivência deles: como se adequam às novas tecnologias? Estão eles preparados às mudanças condicionadas pelo advento da Internet?

Refletir sobre tais questões suscita constatar se o jornalismo é de fato intrínseco ao “atual”, ao “novo”, e se a sua sobrevivência depende mais de recursos materiais que do público consumidor. Neste caso, destrinchar como os jornais aqui analisados conduziram e pautaram a realidade local de Curitiba ajuda a entender como se deram os processos institucionais, conforme os proprietários que por eles passaram. Além de descobrir quais os formatos e a identidade construída pelos seus donos aos veículos impressos.

No percurso desta análise, para a produção cronológica dos principais fatos mais marcantes nos jornais, recorreu-se a banco de imagens, revisão bibliográfica, vídeos, notícias, reportagens, sites governamentais e institucionais na busca por obter com maior precisão as informações aqui inseridas.

Quanto às avaliações feitas acerca da trajetória dos jornais, buscou-se perceber os contrastes entre um veículo e outro, como também as contribuições deixadas ao longo de suas trajetórias, quer em termos técnicos da produção jornalística, quer de conquistas sociais à população paranaense e conseqüentemente ao jornalismo brasileiro como um todo.

---

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

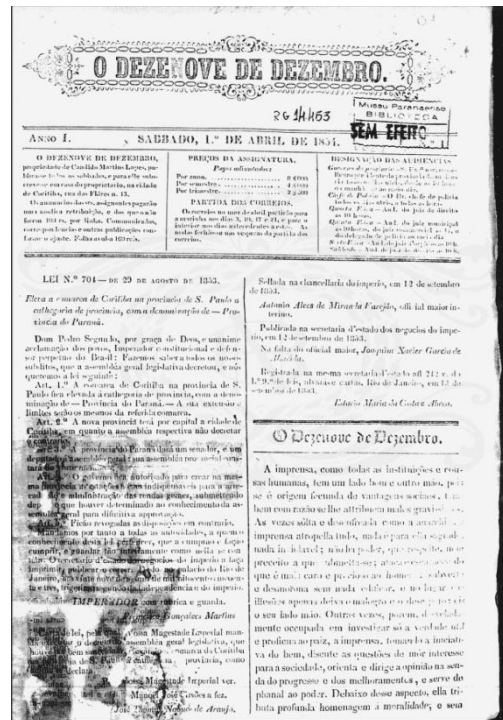
## 2. O DEZENOVE DE DEZEMBRO<sup>6</sup>

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. Para atingir esse objetivo, o Presidente da Província Zacarias Góis de Vasconcelos convidou Cândido Martins Lopes a fim de que este 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 objetivo desse periódico era, segundo o próprio artigo publicado em sua edição inaugural,

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 circunspeção 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.)



<sup>6</sup> O nome do jornal remete à criação da Província do Paraná, em 19 de dezembro de 1853. A imprensa nesse estado nasceu junto com o governo local e ajudou no desenvolvimento daquela sociedade.

“O Dezenove de Dezembro” acabou em 1890, um ano após a Proclamação da República. Jornal paranaense mais importante do Brasil Império, ele foi homenageado em seu centenário pelo jornal mais relevante do Brasil República, a “Gazeta do Povo”.

### 3. GAZETA DO POVO

Criado em 3 de fevereiro de 1919, o “Gazeta do Povo” completou 99 anos de existência em 2018 e é 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 do “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 ele 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 do “Gazeta” sempre foi considerada uma “escola de jornalismo”. Ali, havia uma “mesa livre para receber o rabisador 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 novos 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 o “Gazeta”



foi um grande aliado 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”<sup>7</sup>, as pessoas ficavam a noite embaixo da sacada do prédio onde era sediado o “Gazeta” para buscar 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 “um ponto de encontro de críticos e discutir a sociedade paranaense” (GAZETA, 2009). Esse poder da publicação despertou interesses de investidores, o que culminou na compra, em 1962, do jornal pelo Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM) - dono do “Gazeta” até hoje.

Em 2015, o “Gazeta do Povo” sofreu sua principal mudança até então. O jornal diário que circulava no formato *Standard*<sup>8</sup>, passou a ser impresso diariamente no formato *Berliner*<sup>9</sup>, 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 o “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)<sup>10</sup>, 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 o “Gazeta do Povo” se tornasse o segundo grande jornal brasileiro a migrar suas edições diárias para o mundo digital – o “Jornal do Brasil” fez

---

<sup>7</sup> A 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.

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

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

<sup>10</sup> A 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%).

isso em 2010 – e Curitiba fosse a primeira capital do país sem um jornal impresso diário de grande circulação.

#### 4. O ESTADO DO PARANÁ

O jornal 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 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 do “Gazeta do Povo”, enquanto o “Diário da Tarde” era controlado por outro grupo rival. Logo, percebe-se que estes veículos – em contraste aos primeiros analisados nesta pesquisa - nascem não com o intuito de servir diretamente ao povo, mas sim aos interesses de figuras oligárquicas da época, como políticos, chefes de estado, banqueiros e juristas, sendo todo o teor informativo voltado diretamente aos ideais defendidos pelos partidos apoiadores do jornal, assim como figuras provenientes da burguesia e muito interessadas na permanência do conservadorismo na época. “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 explica 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”, diante desse contexto propício ao desenvolvimento econômico da região, mesmo após a escassez no abastecimento do papel - resultado do cenário pós-guerra - busca fórmulas de ampliar a sua tiragem e circulação, e encontra no governo principal apoio no propósito de chegar a todo o estado à medida que avança rumo ao interior. E assim, conseguir alcançar maior cobertura regional dos acontecimentos. Alcance que possibilita à sociedade paranaense conhecer melhor do produto jornalístico e a faz mais conhecedora acerca dos eventos e hábitos pertinentes ao seu povo.

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.

Já no comando do veículo impresso, o secretário se utiliza da influência do jornal no intuito de alavancar sua candidatura ao governo. Assim, dentro do cargo o político passa a controlar a maior parte das verbas publicitárias do governo paranaense. Sendo o capital obtido fruto das doações de fazendeiros que almejavam um representante deles no governo. Estas outras relações evidenciam a continuidade do poderio por parte de figuras políticas nos meios de comunicação, o que fez – e ainda faz – a figura do Estado muito presente nos veículos, mesmos naqueles que se afirmam públicos, educativos e culturais, sendo as concessões e subsídios a eles dados conforme um interesse oligárquico e neutro às reais demandas sociais da população.

Mesmo por vezes se apoiando em discursos de hegemonia política, “O Estado do Paraná” – por ter de cumprir com a sua função social – se adequa ao contexto da Ditadura militar de 64, de modo 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. Na tentativa de se esquivar da censura, visto que na agência ficava um oficial da Polícia Federal como censor dos conteúdos, o jornal se utilizava de metáforas, criava manchetes, inseria fotos de políticos adversários em situações ridículas, etc. De modo que seguiu estratégias também muito utilizadas pelos compositores de músicas daquela fase, o que veio a contribuir bastante com o repertório de criações e obras nacionais.

Após mais de 45 anos de circulação ininterrupta sob o comando de Paulo Cruz Pimentel, em 09 de dezembro de 2011, o Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM) também dono do jornal Gazeta do Povo – conforme já explanado, compra “O Estado do Paraná”, que deixa de circular na sua versão impressa e adentra ao meio digital, tendo o seu nome alterado para “Paraná Online”, com o conteúdo inteiramente acessado através de plataformas digitais. Pimentel, em discurso proferido à sua saída do jornal, evidencia na fala aspectos que reafirmam ter sido a atuação do impresso muito ligada aos interesses políticos e econômicos, sendo – neste caso – a escolha editorial condizente com todo o seu repertório:

Durante mais de 50 anos, me dediquei à administração do jornal e agora estou encerrando essa fase, na imprensa e na política. Agora pretendo 'desaquecer a cucá' e me dedicar a outras atividades, como locação de imóveis e aplicações financeiras. Não posso negar que me entristece, mas eu tinha que buscar uma solução, prevenindo as dificuldades que poderiam ocorrer ainda. (PIMENTEL, 2011)

Em 2016, o GRPCOM muda o nome do site de “Paraná Online” para “Tribuna do Paraná”. E conforme a linha editorial do veículo, agora marcado pela reestruturação, tanto da direção como da plataforma, o conteúdo é mais direcionado à comunidade periférica,



tendo maior audiência das classes B e C. Sem muitas pautas voltadas tanto à política, e sim a assuntos mais do entretenimento, como o esporte e o mundo das celebridades destacado na página “institucional” do site. Sendo o noticiário policial uma das pautas mais buscadas pela possível recorrência e proximidade dos acontecimentos de marca factual para esta comunidade.

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 BC. 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)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a presente análise, e após traçado os perfis dos jornais, constata-se a existência de uma disparidade no rumo pelo qual o jornalismo se direciona, sendo as relações de poder decisivas na produção e distribuição do material. Conforme as observações aqui destacadas, para o contexto daquela época, o jornalismo aflorou de modo mais rítmico nos grandes centros urbanos, por neles haver mais fluxo de capital e público com maior formação, sendo o aumento do êxodo rural já nos anos 30 consequência da recém chegada Revolução Industrial no Brasil. Fenômeno histórico que propiciou a construção de ferrovias entre as regiões sul e sudeste, e por conseguinte fez aumentar a circulação de bens e serviços e com eles os impressos: avanços que possibilitaram maior alcance territorial e demográfico desses jornais no estado do Paraná.

Quanto à reestruturação do impresso para o digital, constata-se a frequente demanda de os veículos de comunicação se adaptarem às tecnologias que surgem, sendo elas cruciais ao desenvolvimento econômico da população. Esta que, por sua vez, espera daqueles a adequação do seu conteúdo às novas plataformas digitais, já que estão cada vez mais conectadas e dependentes dos aparatos tecnológicos.

O desaparecimento de um jornal pode ocorrer quando ele não mais atende às políticas locais, como no caso de “O Dezenove de Dezembro”. Enquanto outros sobrevivem pela rapidez com a qual entregam a informação ao público, gerando resultados positivos para o financeiro e a maior qualidade do jornal, como no caso do “Gazeta do Povo”, que mais se adequou às novas tecnologias, sobretudo a Internet, e que embora exista pelo princípio local, é também de alcance nacional, uma vez que a sua linha editorial e a relevante trajetória o torna um veículo pertinente ao público até hoje.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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: . 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/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-paginastipografadas-beaefc2diq53h5as1a6xpld8u>>. 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-beaefc2diq53h5as1a6xpld8u>>. 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-paranaajbxbabf90v4m9r0avjfnqz2> 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-administracaoavare-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.

Institucional. **Tribuna do Paraná**, 2018. Disponível em:  
<https://www.tribunapr.com.br/institucional/> Acesso em: 15 ago. 2018