

Del papel a la plataforma: periódicos centenarios brasileños ante la crisis digital y la plataformización del periodismo

*Paperetik plataformara: Brasilgo ehun urtetik gorako egunkariak krisi digitalaren
eta kazetaritzaren plataformizazioaren aurrean*

From paper to platform: Brazilian centennial newspapers facing the digital crisis
and the platformization of journalism

Victor Simões Zamberlan*, Juliano Maurício de Carvalho
Universidade Estadual Paulista

RESUMEN: Los medios de comunicación se encuentran ante una crisis estructural que afecta, de manera especial, al periodismo impreso. Este estudio exploratorio analiza la trayectoria de los doce periódicos centenarios del estado de São Paulo, Brasil, examinando las estrategias de adaptación adoptadas frente a las sucesivas transformaciones tecnológicas, que abarcan desde la prensa hasta el periodismo radiofónico, televisivo y, fundamentalmente, digital, y describiendo su situación actual. A pesar de su resiliencia y del capital simbólico e histórico construido en torno a la identidad local, estas organizaciones enfrentan el declive del modelo impreso y la necesidad de adaptación al ecosistema digital, en un contexto de transformación económica y tecnológica que desafía la sostenibilidad de las industrias culturales tradicionales. Se observa una transición hacia la plataformización del periodismo, con el auge de portales, webs especializadas y aplicaciones como respuestas estratégicas a ese escenario.

PALABRAS CLAVE: periódicos centenarios; plataformización; crisis de los medios; desiertos de noticias; industrias culturales.

LABURPENA: Komunikabideak egiturazko krisi baten aurrean daude, eta horrek bereziki eragiten dio kazetaritza inprimatuari. Azterketa esploratzaile honek Brasilgo São Paulo estatuko ehun urtetik gorako hamabi egunkariren ibilbidea aztertzen du, eraldaketa teknologikoen aurrean hartu dituzten egokitzapen estrategiak ikertuz, alegia, prentsatik irrati-kazetaritzara, telebistara eta, bereziki, kazetaritza digitalera arte, eta haien egungo egoera deskribatuz. Erresilientzia eta tokiko identitatearen inguruan eraikitako kapital sinboliko eta historikoa daukaten arren, erakunde horiek aurre egin behar diote inprimatutako ereduaren gainbeherari eta ekosistema digitalera egokitzeko beharrari, kultura-industria tradizionalen jasangarritasuna zalantzan jartzen duen eraldaketa ekonomiko eta teknologikoko testuinguru batean. Kazetaritzaren plataformizazioarako trantsizioa antzematen da, atari digitalen, webgune espezializatuen eta aplikazioen gorakadarekin, egoera horri emandako erantzun estrategiko gisa.

GAKO-HITZAK: ehun urtetik gorako egunkariak; plataformizazioa; komunikabideen krisia; albiste-basamortuak; kultura-industriak.

ABSTRACT: *The media sector faces a structural crisis that particularly affects print journalism. This exploratory study examines the trajectory of twelve centenary newspapers in the state of São Paulo, Brazil, analyzing the adaptation strategies adopted in response to successive technological transformations, spanning from print to radio, television, and, fundamentally, digital journalism, and describing their current situation. Despite their resilience and the symbolic and historical capital built around local identity, these outlets face the decline of the print model and the need to adapt to the digital ecosystem, within an economic and technological context that challenges the sustainability of traditional cultural industries. A shift toward the platformization of journalism is observed, marked by the rise of news portals, specialized websites, and applications as strategic responses to this scenario.*

KEYWORDS: *centennial newspapers; platformization; media crisis; news deserts; cultural industries.*

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Victor Simões Zamberlan. Universidade Estadual Paulista — v.zamberlan@unesp.br — <https://orcid.org/0000-0002-9666-288X>

Cómo citar / How to cite: Simões Zamberlan, Victor; Maurício de Carvalho, Juliano (2026). «Del papel a la plataforma: periódicos centenarios brasileños ante la crisis digital y la plataformización del periodismo»; *Zer*, 60, 78-92. (<https://doi.org/10.1387/zer.27717>).

Recibido: 24 de septiembre, 2025; aceptado: 16 de abril, 2026.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © UPV/EHU Press



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Introducción

El sector de los medios de comunicación se encuentra en crisis. La raíz histórica y mundial de este problema tiene su origen en los años 1980, cuando la informática y las redes de conexión vía internet comenzaron su expansión. El modelo de periodismo que predominó a lo largo del siglo xx llegó al siglo XXI en un contexto completamente alterado. Los modelos de mercantilización de la industria periodística fueron sistemáticamente modificados por la migración del mercado publicitario hacia nuevos ambientes digitales, incluyendo las redes sociales, al mismo tiempo que el capitalismo de plataformas hizo emerger las *Big Tech*, término utilizado para referirse a las grandes compañías de tecnología de la información, que reforzaron la concentración y la globalización de los negocios de los medios de comunicación (Beckett, 2024; Morozov, 2018; Simon, 2024).

La competición feroz, así como las disrupciones tecnológicas arruinaron el modelo de sustentabilidad vigente del periodismo, especialmente del periodismo impreso, conocido también como periódicos, matutinos o gacetas¹. Los fundamentos de la crisis y la erosión en el sector forman parte de un contexto complejo que incluye, entre otros factores, la desertificación de los medios de comunicación locales. No obstante, iniciativas emprendedoras locales y regionales del periodismo han demostrado resistencia al tsunami de la transformación digital en los negocios de los medios de comunicación. Aquí reside el desafío al cual se propone esta reflexión: problematizar las relaciones que puedan pronosticar la supervivencia de periódicos impresos centenarios en el estado de São Paulo (Brasil), en contraste con las realidades locales de los desiertos de noticia, e instar ponderaciones críticas sobre la resiliencia de la senectud de tales periódicos.

1. Estado de la cuestión

La historia del periódico impreso y la del propio periodismo son, hoy, inconfundibles. Sin embargo, esta no siempre fue una relación mutua. De acuerdo con *Ciro Marcondes Filho* (2009: 18), el periódico impreso tal y como lo conocemos surge, por lo menos, un siglo y medio antes del periodismo, con la *Gazette de France*, periódico francés de 1631. El periodismo, a su vez, tiene su inicio con la deconstrucción del poder establecido entre la Iglesia y la Universidad, según el autor. El conocimiento estuvo, hasta la invención de la imprenta por Gutenberg, bajo el control sacro, equilibrio de poder que se altera apenas en el siglo XVIII, justamente, con la producción cada vez más industrial del saber.

Más allá de las rupturas políticas, sociales y filosóficas en el contexto europeo, la ascensión de Napoleón Bonaparte al poder en Francia y la rivalidad con Inglaterra terminaron por incluir una serie de países en el conflicto, entre ellos Portugal y consecuentemente Brasil, que por aquel entonces ocupaba la categoría de colonia.

En noviembre de 1807, las tropas francesas atravesaron la frontera entre Portugal y España y avanzaron en dirección a Lisboa. El Príncipe Dom João, regente del reino desde 1792, [...], se decidió, en pocos días, por la transferencia de la Corte a Brasil. Entre el 25 y el 27 de noviembre de 1807, centenas de personas embarcaron en naves portuguesas rumbo a Brasil, bajo la protección de la flota inglesa. Todo un aparato burocrático vino a la colonia: ministros, consejeros, jueces de la Corte Suprema, funcionarios del Tesoro, altos cargos del ejército y de la marina, miembros del alto clero. También se incluía el tesoro real, los archivos del gobierno, una máquina impresora y varias bibliotecas que serían la base de la Biblioteca Nacional de Rio de Janeiro. (Fausto, 2006: 121)

¹ Publicación periódica, generalmente en formato tabloide, cuyas noticias y comentarios se tejen en torno a algún área especializada.

De acuerdo con Martins y Luca (2013), la actividad de impresión diaria en Brasil surge de forma sistemática solamente después de la llegada de la familia real portuguesa y de la instalación de la tipografía de la *Imprensa Régia*. La *Gazeta do Rio de Janeiro*, primer periódico brasileño, tenía la función de divulgar toda la información oficial del poder real; en contraposición, los periódicos privados con tirada regular solo aparecerían años más tarde, en 1811, cuando fue publicado en Bahía el periódico *Idade d'Ouro do Brasil*, por Manuel Antonio da Silva Serva (Carvalho, 1996: 1). En los primeros años, la prensa de Brasil estuvo marcada por la censura, ejercida por el poder civil y eclesial, que a lo largo del tiempo elaboraron listas con títulos y criterios para la interdicción de obras, tomando en consideración parámetros religiosos, políticos y morales (Martins & Luca, 2013).

Hasta el final del siglo XIX, la prensa periódica se desarrolló lentamente y la venta por separado de los periódicos dejó de ser realizada en las oficinas. Los periódicos, aun sirviendo a los adversarios, se hermanaban en la difusión de la ideología para el progreso. Surgieron las empresas periodísticas, sustituyendo, en los grandes centros urbanos, al periodismo artesanal. Los periódicos esencialmente opinativos proponían nuevos modelos editoriales cuyo énfasis era el artículo de fondo, el editorial, mientras que los diarios pregonaban una supuesta neutralidad y compromiso con la verdad. El aspecto documental fue priorizado y la ilustración y la fotografía pasaron a ser utilizadas. (Carvalho, 1996: 4)

Los periódicos empezaron a popularizarse en la segunda mitad del siglo XIX. En este contexto y en este momento de la historia, el estado de São Paulo pasa a tener un protagonismo cada vez mayor, aprovechando el *boom* económico obtenido con el avance del café en el siglo XIX y con la industrialización del estado en el siglo XX. De esta manera, esta región pasa a desempeñar el papel de centro demográfico, cultural, económico y político de Brasil.

En São Paulo, aprovechándose del momento, fueron desarrollados diversos periódicos impresos, pudiéndose presenciar, en el intervalo de los últimos cuarenta años, la marca centenaria de algunos de los vehículos del estado. Aun con el prestigio de mantenerse tanto tiempo en actividad, en los últimos años se ha podido observar un encogimiento del mercado del sector del periodismo impreso en Brasil, principalmente en São Paulo, que posee el mayor Producto Interno Bruto (PIB) de entre los estados brasileños y es el local con mayor potencial de audiencia, debido a la concentración demográfica de la región (Bianchi, 2018). El revés afectó incluso a los periódicos centenarios, que, en el contexto de disrupción del siglo XXI, no fueron capaces de mantenerse en actividad, cerrando sus puertas tras un periodo de más de cien años. Destacan en este ambiente la labor de PROJOR², junto con el *Observatório de Imprensa do Brasil*, que en los últimos cinco años han redactado el informe «Atlas de la Noticia: mapeando el periodismo local en Brasil», iniciativa que busca identificar las localidades de Brasil que no poseen organizaciones de prensa local.

2. Metodología

El presente artículo tiene como objetivo analizar la trayectoria de los periódicos impresos del estado de São Paulo que han superado la marca del centenario, examinando las estrategias de adaptación adoptadas frente a las sucesivas transformaciones tecnológicas y describiendo su situación actual en el contexto de la crisis estructural del sector y del avance de los desiertos de noticia en Brasil. Parte de la premisa de que la longevidad de estas organizaciones, construida sobre un capital simbólico e histórico vinculado a la identidad local, constituye un elemento clave para comprender su resiliencia ante la plataformización del periodismo y el declive del modelo impreso.

² El Projor (Instituto para el Desarrollo del Periodismo) es una entidad no gubernamental sin fines de lucro fundada en Brasil en 2002. Responsable de proyectos como el *Observatorio de la Prensa* y el *Atlas de la Noticia*, tiene como misión fortalecer el periodismo en su función pública y democrática.

La propuesta metodológica utilizada en este artículo tiene propiedades, por un lado, propias de estudio de caso, ya que identificada la necesidad de investigar los periódicos que ya alcanzaron la marca del centenario en el estado de São Paulo, será seguida de una descripción de la trayectoria histórica hasta los días actuales, así como consideraciones previas a la crisis del sector. El carácter exploratorio y descriptivo se compromete a trazar la secuencia de eventos de un fenómeno, describirlo e identificar conceptos clave de su ocurrencia (Yin, 2001: 22). En este sentido, se destacan las propiedades metodológicas del tipo de investigación documental, ya que la consulta en escritos como artículos, libros, informes, encuestas de otra naturaleza, documentos públicos, materiales publicados en periódicos y revistas, en formato impreso o digital, forman el material de consulta para la verificación y confirmación de los datos sobre cada periódico.

Una vez establecida la base metodológica de la investigación, se señalaron un total de doce periódicos del estado de São Paulo que, en algún momento de la historia, han superado la marca secular. Son los siguientes: *O Estado de S. Paulo* (1875), de São Paulo; *Tribuna do Norte* (1882), de Pindamonhangaba; *Diário de São Paulo* (1884), de São Paulo; *Diário do Rio Claro* (1886), de Rio Claro; *A Tribuna* (1894), de Santos; *A Mococa* (1896), de Mococa; *A Comarca* (1900), de Mogi Mirim; *Jornal de Piracicaba* (1900), Piracicaba; *Cruzeiro do Sul* (1903), de Sorocaba; *A Cidade* (1905), de Ribeirão Preto; *Comércio do Jahu* (1908), de Jaú; e *Diário do Povo* (1912), de Campinas.

Una vez señalados los títulos, se consultaron las actividades de los respectivos periódicos en plataformas digitales, como perfiles en redes sociales, sitios web propios y cualquier otra producción que pudiera indicar el mantenimiento de las actividades de prensa. La mayoría de los periódicos mantienen activas páginas conmemorativas en sus dominios, principalmente en las plataformas digitales. Cuando fue necesario, la investigación se ocupó de establecer contactos por teléfono, correo electrónico o *chat* que fueron identificados con el fin de actualizar los posibles datos no coincidentes.

3. Periódicos centenarios del Estado de São Paulo: una trayectoria

3.1. SIGLO XIX E INICIO DEL SIGLO XX: EL SURGIMIENTO

El estado de São Paulo concentra un conjunto de doce periódicos impresos que, en algún momento de su historia, han superado la marca del centenario. No es casual que esta concentración se haya producido precisamente en São Paulo: el avance económico impulsado por el ciclo del café en el siglo XIX y la posterior industrialización del estado en el siglo XX convirtieron la región en el centro demográfico, cultural y económico de Brasil, condiciones que favorecieron el surgimiento y la consolidación de una prensa local diversificada. Geográficamente, los títulos más longevos se aglutinan en las áreas leste y en el norte del estado (ver figura 1), mientras que las regiones al oeste y al sur carecen de representación centenaria. A continuación, se traza la trayectoria histórica de estos periódicos desde su surgimiento.

Del conjunto de los periódicos centenarios, *O Estado de S. Paulo*, antes *Província de São Paulo* y conocido popularmente como *O Estadão*, es el más longevo de todo el estado, habiendo surgido durante el periodo imperial de Brasil. Según Lene (2019: 37), el periódico concretizó así «la propuesta de creación de un diario republicano de la Convención Republicana de Itu, con el propósito de combatir la monarquía y la esclavitud». De acuerdo con la autora, el crecimiento del periódico fue concomitante al avance de la propia capital del estado, que pasó de ser una pequeña ciudad, al final del siglo XIX, a una metrópolis, décadas después, de modo que el progreso común reservó al periódico una influencia cada vez mayor sobre la ciudad y, consecuentemente, sobre la política del país, a medida que São Paulo crecía.

En las primeras décadas del siglo XX, *O Estado de S. Paulo* «divulgaba la ideología positivista “orden y progreso”: valoraba la ciencia y estimulaba el patriotismo, la instrucción cívica para el trabajo y la disciplina de las clases populares» (Almeida Guilherme, 2018: 205). Durante los más de cien años, destaca la articulación del periódico con otros sectores de la sociedad paulista, disconformes con el gobierno de Vargas y el apoyo al movimiento civil-militar que golpeó la democracia brasileña en 1964. Editorial-

mente, el periódico se posiciona a favor de mantener una línea de apoyo a la democracia representativa y a la economía de libre mercado (Pontes, n.d).



FIGURA 1

Municipios con periódicos impresos centenarios en algún momento de su historia

Fuente: elaboración propia.

La *Tribuna do Norte*, creada el 11 de junio de 1882 en Pindamonhangaba, en el Vale do Paraíba, es, en lo que respecta a longevidad, el segundo más antiguo del estado de São Paulo. En 2016, en su aniversario de 134 años, publicó en su página web el editorial «Historia: periódico *Tribuna do Norte* cumple 134 años», recuperando las palabras de su primer editorial, edición 1, año 1:

La aparición de un luchador más en la extensa arena del periodismo, donde se agiganta, se debate y se decide todos los temas que interesan a la sociedad, no constituirá por sí mismo un acontecimiento que merezca los aplausos del público; pero seguramente significa que hay quien esté dispuesto a servir a su país, y servir con sacrificio. (Carvalho, 2016)

Cuando surgió, al final del siglo XIX, el objetivo del periódico creado por João Marcondes de Roma Romeiro era el de «difundir las ideas abolicionistas entre los poderosos de la ciudad de Pindamonhangaba» (Assis, 2008: 19). Según el autor, años más tarde, el periódico también fue protagonista y celebró, junto al Partido Republicano, la Proclamación de la República en 1889, una vez que fue el núcleo difusor de tales ideas en el Vale do Paraíba. Siendo su marca registrada desde el inicio, el periódico siempre estuvo relacionado con organizaciones y reivindicaciones políticas regionales y nacionales y posee, actualmente, una tirada diaria de 1.500 ejemplares (Lene, 2019: 126).

En Rio Claro, situado en el interior del estado de São Paulo, surgió el *Diário do Rio Claro*, el 1 de septiembre de 1886, permaneciendo en actividad ininterrumpidamente hasta hoy (*Diário do Rio Claro*, 2018). Actualmente, el periódico elabora noticias, reportajes y entrevistas con personas de la ciudad y está subdividido en las siguientes secciones: «Brasil», «Ciudad», «Seguridad», «Política», «Deportes», «Cultura», «Opinión», «Especial» y «Necrología».

La ciudad portuaria de Santos es local de uno de los periódicos centenarios del estado, *A Tribuna*, fundado el 26 de marzo de 1894, con el nombre *A Tribuna do Povo*. De acuerdo con Alves (2007: 41-42), la evolución de los periódicos santistas fue concomitante al propio avance de la ciudad, que pasó de ser una villa de 4.700 habitantes, en 1823, a ser una ciudad moderna del siglo XXI, en gran medida debido a la importancia del puerto local para la exportación de café. De acuerdo con el autor, a pesar de declarar en portada que se consideraba un periódico políticamente neutral, independiente y libre, *A Tribuna* se enfrentó, según él de forma abierta y virulenta, al gobierno del entonces presidente Floriano Peixoto, hecho que ocasionó la censura del periódico (Alves, 2007: 53-54). Aún en el siglo XX, el periódico fue duramente criticado por abandonar la postura de defensa de los derechos de los trabajadores del puerto de Santos, en favor del apoyo al «polvo», término popular usado para referirse a la administración del puerto. Recientemente, Alves (2007: 60) considera que el periódico se enfoca en temas relacionados con la región de Santos, siendo actualmente subdividido en las siguientes secciones: «Últimas noticias», «Atualidades», «Ciencia y salud», «Oposiciones y empleo», «Economía», «Educación», «Curiosidades», «Mundo», «Naturaleza», «Policía», «Política», «Puerto y mar», «Reportaje de barrio», «Tribunal y turismo».

La ciudad de Mogi-Mirim, localizada en el interior del estado de São Paulo, también posee su propio periódico centenario, *A Comarca*, fundado el 5 de julio de 1900. Según Lene (2019: 149), los periódicos de la ciudad solían tener un corto periodo de actividad, pues dependían de financiadores vinculados principalmente a partidos o grupos políticos de la región. Además del desafío de la sustentabilidad financiera local de tales organizaciones, a principios del siglo XX, Mogi-Mirim no poseía acceso a la electricidad, situación que obligaba, por tanto, a que las tiradas de los periódicos fuesen hechas a mano. Desde el inicio, las páginas del noticiario están destinadas a las actividades comunitarias, la política, la administración pública, las noticias policiales, la vida social y el deporte (Lene, 2019: 50). Actualmente, el periódico se publica semanalmente, los sábados, con una tirada, en 2022, de 4 000 ejemplares.

En la ciudad de Piracicaba, el 4 de agosto de 1900, se fundó el *Jornal de Piracicaba*. Según Corrêa (2013: 73), en la época en la que surgió, Piracicaba era una villa tranquila y con una tímida economía, aunque ya contaba con agua corriente, sistema de alcantarillado, iluminación eléctrica y escuelas, permitiendo el establecimiento de los periódicos locales. El *Jornal de Piracicaba* nació en una época en la que la ciudad era conocida como la «Atenas paulista», debido a su proyección en el campo de las artes y a su avanzado desarrollo en la educación (Polacow; Mendez, 2007: 3). Hasta hoy, el enfoque del periódico se basa en la elaboración de noticias locales o regionales, subdivididas en las secciones de «Ciudad», «Blogs y columnas», «Deporte», «Fallecimientos», «Cultura», «Arraso+», «Editorial», que incluye temas como «Belleza», «Comida», «Empleo y comportamiento» y «Brasil y mundo».

El periódico *Cruzeiro do Sul* fue fundado el 12 de junio de 1903, en Sorocaba. Desde los años sesenta, su financiador principal es la Fundación Ubaldino do Amaral (FUA), organización sin ánimo de lucro que, según el propio periódico, es la responsable de la manutención de las actividades de la redacción hasta el día de hoy, pues, en caso contrario, tales actividades no serían posibles (*Cruzeiro do Sul*, 2019). En 2021, año en el que el periódico celebró 118 años de existencia ininterrumpida, fue publicado un editorial con las siguientes palabras:

O Cruzeiro ha estado al lado de las necesidades de la población, informando y exigiendo mejoras por parte de los más de 30 gobiernos municipales que han dirigido la ciudad durante este periodo. Sin embargo, el objetivo del periódico permanece inalterado: el bienestar de la población de Sorocaba y el desarrollo de la ciudad. (*Cruzeiro do Sul*, 2021)

Actualmente, el periódico mantiene una cobertura dirigida a la región de Sorocaba, siendo dividido en las siguientes secciones: «Sorocaba», «General», «Opinión», «Cultura», «Deporte», «Contenido de marca», «Suplementos» y «Certificados». En 2022, tuvo una tirada impresa de 8 508 unidades.

Ribeirão Preto también cuenta con un periódico centenario: *A Cidade*, fundado el 1 de enero de 1905. En sus inicios, la ciudad era pequeña y predominantemente rural. El compromiso del periódico

con la región quedó expresado desde su primer editorial, recordado en la edición conmemorativa por los 111 años: «al lado de las clases productoras del municipio, lucharemos por el mayor desarrollo de la Cosecha, del Comercio y de la Industria». En 2018, el periódico cesó su circulación impresa y migró definitivamente al formato digital, adoptando un nuevo nombre: *A Cidade On*.

En 1884, fue fundado en la ciudad de São Paulo el periódico *Diário Popular*, que después de 117 años de circulación pasaría a llamarse *Diário de São Paulo*. De acuerdo con Paula (2008: 42-48), el periódico nació como un instrumento político, luchando por el fin de la esclavitud en Brasil y por el modelo republicano. Sin embargo, décadas después de surgir, en los años setenta, el periódico logra transformarse, de hecho, en un periódico local y, años más tarde, entre 1988 y 1995, reúne todos los elementos de un periódico popular (Paula, 2008: 225-227). En sus últimos años en circulación, estuvo marcado por los constantes cambios de dueños, de identidad y de línea editorial, con un enfoque ora local, ora nacional, así como cambios en su público objetivo. Desde 2018, no hay registro de actividad.

En la ciudad de Mococa, en el interior del estado de São Paulo, fue inaugurado el periódico con el mismo nombre de la ciudad, *A Mococa*, el 11 de abril de 1896. Publicado semanalmente, cuenta con la elaboración de noticias, reportajes, entrevistas y artículos relacionados con esta población. Desde 2017, no hay registro de actividad.

En la ciudad de Jaú, a 300 kilómetros de distancia de la capital paulista, el 31 de julio de 1908 nació el *Comércio do Jahu*, escrito con la grafía de la época, que después pasó a llamarse *Comércio do Jaú*. Por sus más de cien años de existencia, el periódico ganó notoriedad con la cobertura de la Primera Guerra Mundial y, en sus inicios, estuvo relacionado con partidos políticos oficialistas de la región. En la edición de cien años del periódico, los editores reiteraron los objetivos de compromiso de la ciudad de Jaú, vinculados a los intereses de la población, el análisis de situaciones, la discusión de temas sociales y la alerta sobre las injusticias. Desde 2019, no hay registro de actividad.

El *Diário do Povo* fue fundado el 20 de enero de 1912, por Álvaro Ribeiro, en Campinas. A lo largo de sus cien años de actividad, el periódico reafirmó su compromiso férreo con todas las clases sociales de la ciudad, destacándose por la preocupación por cubrir el barrio y estando marcado por la cobertura de eventos importantes de la ciudad (Carmo-Roldão & Roldão, 2013: 3). Según los autores, ya en los años sesenta, el periódico se enfrentaba a dificultades estructurales, pues contaba con máquinas de impresión obsoletas. Además, en los años siguientes, pasó por una serie de nuevos dueños, lo que le restó protagonismo en la cobertura de noticias de la ciudad, en detrimento de nuevos rivales, algo que el *Diário do Povo* jamás recuperaría. Desde 2012, año de su centenario, no hay registro de actividad.

Así pues, de los doce periódicos centenarios del estado de São Paulo, cuatro ya no se encuentran en actividad: *A Mococa*, *Comércio do Jahu*, *Diário do Povo* y *Diário de São Paulo*. En el informe realizado por Lene (2019), de los cinco periódicos brasileños centenarios que han cesado su actividad, cuatro estaban en el estado de São Paulo. En otra ocasión, el periódico *A Cidade*, de Ribeirão Preto, paró su producción en formato impreso y actualmente publica apenas su versión digital. De esta forma, actualmente, el estado cuenta con siete periódicos centenarios impresos en actividad.

3.2. SIGLO XX: EL AVANCE DE LOS PERIÓDICOS Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En el siglo xx, el periodismo sufrió una profunda transformación. De forma general, el periodismo incorporó las nuevas tecnologías al proceso de producción y de divulgación de la noticia, que además de ser facilitada, fue, principalmente, acelerada, haciéndola inmediata.

En primer lugar, el periodismo vive su tercera fase (Marcondes Filho, 2009: 21), la era de los monopolios. La formación de estos grandes conglomerados se da, justamente, por el crecimiento y desarrollo de las empresas periodísticas durante este periodo. En este momento, la supervivencia de estas organizaciones «solamente estará amenazada por las guerras y por los gobiernos autoritarios de este periodo» (2009: 21).

Sin embargo, lo más importante de este siglo será el desarrollo después de la Gran Depresión americana —y como forma de reacción a otras crisis similares—, de la industria publicitaria y de relaciones públicas como nuevas formas de comunicación que compiten con el periodismo hasta desfigurarlo, tal y como pasará al final del siglo xx. (Marcondes Filho, 2009: 22)

Simultáneamente, según Pereima Neto (2014: 294), durante el siglo xx, las regiones y las ciudades brasileñas se desarrollaron de manera espontánea, recibiendo grandes flujos migratorios y expandiendo su actividad económica. En el estado, principalmente la ciudad de São Paulo pasó de ser una pequeña villa a mediados del siglo xix a la mayor metrópolis del país en el siglo xx. Antes de ser relegada, se transformó en la referencia económica, demográfica, cultural y social de Brasil (Bianchi, 2018). De acuerdo con Fausto (2006: 275–289), en aquel momento, el estado de São Paulo reunía las condiciones esenciales para su desarrollo, pues contaba con una élite social relativamente coordinada en el ámbito local y articulada con miembros de las instancias federales, era el centro por donde pasaban todas las mercancías que llegaban desde el puerto de Santos, era la región de las grandes cosechas de café —el producto más exportado de Brasil durante el inicio del siglo xx— y décadas después, con el dinero del sector del café, invirtió en el proceso de industrialización de los años treinta.

El paso del siglo xx al xxi estuvo marcado por las grandes inversiones en la expansión del parque gráfico, teniendo como resultado el aumento expresivo del número de periódicos. La introducción de la fotografía, el telégrafo, las nuevas máquinas de impresión (rotativas) y la composición (linotipo) permitirían la reducción de costos y agilizarían la producción considerablemente. Poco a poco, la prensa pasó de una fase artesanal a una industrial. (Azevedo, 2009: 89)

La llegada de la radio, aún a inicios de siglo, y la inauguración de las televisiones comerciales a mediados de los años cincuenta supusieron el establecimiento de nuevos competidores para los entonces absolutos medios impresos, que pasaron a disputar la atención del público y los presupuestos para publicidad con otros formatos periodísticos. Los nuevos nichos de competición dieron el impulso necesario para que algunas redacciones adaptaran sus respectivas marcas a formatos radiofónicos o audiovisuales, fuese invirtiendo en la continuidad de la marca ya consolidada en el mercado, fuese estableciendo acuerdos en el ámbito local o regional. Sin embargo, debido al surgimiento de internet a partir de los años noventa, la industria periodística tiene, por primera vez, un objetivo común: estar en los ambientes digitales y hacer disponible su contenido de forma *online*.

Del total de redacciones centenarias del estado, *O Estado de S. Paulo*, *A Tribuna*, *A Comarca*, *Cruzeiro do Sul*, *Diário do Rio Claro* y *Diário do Povo* poseen radios propias o forman parte de conglomerados de comunicación que las tienen o que han estado, en algún momento de su historia, vinculados a este formato. En lo que respecta a la televisión, el periódico *A Tribuna*, de Santos, es el único en actividad que forma parte de un grupo de comunicación que actúa en este mercado (Alves, 2007). En algún momento de su historia el *Diário do Povo*, de Campinas, también formó parte de un grupo de comunicación propietario de medios televisivos (Carmo-Roldão & Roldão, 2013).

Sin embargo, de manera diferente a los demás proyectos, las plataformas digitales se han transformado en un compromiso inaplazable para todos los periódicos, independientemente de su tamaño o categoría. Absolutamente todos los periódicos centenarios del estado de São Paulo han creado sus propias versiones digitales, sea con contenidos *online* exclusivos, sea con la continuidad del producto impreso (ver tabla 1).

Frente a su trayectoria en el siglo xxi, la radio ha sido ampliamente utilizada como una plataforma de producción y distribución periodística junto con los periódicos centenarios del estado. La masificación de los equipos disponibles aún en los años cuarenta, la capilaridad en las áreas distantes y la reducción de los costes de los equipos de producción y consumo, así como la valorización de las propias marcas de los periódicos son los elementos que explican parte de la popularidad de las cabeceras centenarias. Sin embargo, de forma diferente a la radio, toda la estructura de la televisión para la difusión y el consumo dependían de un mayor poder adquisitivo, ya que los equipos necesitaban constantes manutenciones, además de un

mayor número de técnicos y de periodistas, hecho que supuso que el mercado televisivo fuese más exclusivo. No obstante, internet transgredió el poder de decisión de las redacciones frente a la adhesión a determinado formato periodístico. La masificación y la velocidad superior a la de otros medios, entre los años noventa y el inicio del siglo XXI, la instantaneidad de la información y la baja inversión necesaria para la producción y el consumo, siendo a veces incluso gratuita, supusieron la convergencia del periodismo hacia este medio.

TABLA 1

Plataformas en las que los periódicos centenarios han estado presentes

Periódicos centenarios	Radio	Televisión	Internet
<i>O Estado de S. Paulo</i>	X		X
<i>Tribuna do Norte</i>			X
<i>Diário do Rio Claro</i>	X		X
<i>Diário de São Paulo</i>			X
<i>A Tribuna</i>	X	X	X
<i>A Mococa</i>			X
<i>A Comarca</i>	X		X
<i>Jornal de Piracicaba</i>			X
<i>Cruzeiro do Sul</i>	X		X
<i>A Cidade</i>			X
<i>Comércio do Jahu</i>			X
<i>Diário do Povo</i>	X	X	X

Fuente: elaboración propia.

3.3. SIGLO XXI: LA CRISIS

El avance de la digitalización de la sociedad, a finales del siglo XX e inicios del XXI, produjo cambios que transformaron profundamente el periodismo. En primer lugar, la introducción del ordenador y de la red conectada a internet en las redacciones aceleró toda la producción y difusión de la información, haciéndola instantánea, así como optimizó el almacenamiento de las memorias registradas por los periódicos, una vez que ahora ya no estarían guardadas en un medio físico, sino digital. En segundo lugar, los equipos *mobile* y los elementos como la portabilidad, la conexión a la red móvil, las pantallas táctiles, la geolocalización por GPS o la utilización de cámaras integradas se convirtieron en herramientas que aceleraron el trabajo periodístico y que facilitaron el consumo de noticias.

Por otro lado, el ambiente multimedia estableció nuevos desafíos para el periodismo. Primero, por la aparición de otras empresas rivales, fuera del sector periodístico. Las *Big Techs* se apropiaron de la fuente más importante para la sustentación de las empresas periodísticas en el pasado siglo: la publicidad.

Hay menos anunciantes que suelen responder por la mayor parte del presupuesto. Hay reducción en el número de equipos de periodistas y en la búsqueda de un modelo de negocio que sustente al periódico. Los distintos medios se concentran únicamente en una plataforma, internet, donde existe más audiencia y se busca, con dificultad, alcanzar las ganancias de antes. El futuro de los periódicos impresos continua incierto. (Brito, 2019: 189)

No obstante, ha habido cambios en el proceso de comunicación en internet. Antes, la comunicación era verticalizada, partía de los medios de prensa y llegaba al individuo. Ahora, con las redes sociales, el camino del mensaje es horizontal, por lo tanto, todos los actores son capaces de producir y de consumir información (Toffler, 1980).

Debido a la gran cantidad de cambios, el sustento económico de las empresas periodísticas ha sufrido un duro golpe. Las dificultades citadas son fruto, por un lado, del cambio en el modelo de financiación de la publicidad y, por otro, de la diseminación del contenido en múltiples plataformas, especialmente en las redes sociales (Kawashima, 2020).

Si bien, por un lado, Amaral (2017: 53) argumenta que parte de las causas para lo que se ha acordado llamar crisis del periodismo están contenidas en la pérdida de la vanguardia tecno-económica de los periódicos, es decir, en la disminución del presupuesto debido a la pérdida de las ganancias con la publicidad, en favor de otros sectores, y al surgimiento de compañías de la tecnología de la información nativas en las redes sociales y que rigen las innovaciones. Por otro lado, Rublescki (2010: 12-13) discurre sobre la crisis de identidad de los periódicos, surgida con la exclusión de los impresos de su función social, ya que antes eran mediadores de la información y ahora son apenas una voz entre tantísimas otras.

Del conjunto de periódicos impresos de São Paulo que han alcanzado los cien años, el 41,6% ya no existen, el 33,3% han cesado parcialmente sus actividades y el 8,3% han migrado definitivamente al medio digital. No obstante, los que se mantienen, registran una disminución de las tiradas y un aumento en el intervalo de periodización.

Así pues, además de la carrera por la adaptación al formato digital, existe un intento por parte de las organizaciones periodísticas de implementar modelos de sustentabilidad más asertivos, buscando alternativas de financiación colectiva, ayuda externa de organizaciones públicas o filantrópicas, modelos de membresía, venta de anuncios *online*, asesoría y producción de contenido a medida, entre otros.



FIGURA 2

Mapa de los municipios con periódicos impresos centenarios en actividad

Fuente: elaboración propia.

Consecuencia de las rápidas e intensas transformaciones vividas por los periódicos impresos durante las primeras décadas del siglo XXI, la actividad de las redacciones periodísticas de todo el país fue cesando sucesivamente. El encogimiento de la cobertura de la prensa local amenaza el derecho al acceso a la información por parte de la comunidad afectada por la desaparición de los periódicos.

El informe *Atlas da Notícia* ha desempeñado una importante función como red de supervisión de este fenómeno. El estudio enumera y clasifica las municipalidades del país en: desiertos de noticia, casi desiertos de noticia y no desiertos. Los primeros son «municipios sin medios periodísticos, es decir, sin una cobertura significativa de la prensa»; los segundos, aquellas regiones que poseen «apenas 1 o 2 medios periodísticos, siendo localidades que corren el riesgo de transformarse en desiertos»; y los no desiertos son locales que poseen tres o más medios de prensa (PROJOR, 2022).

Hasta 2020, año del inicio de la pandemia, Brasil registraba un avance en la desertificación de la noticia. De los municipios identificados en el primer informe, de 2017, el 35% eran desiertos de noticia, número que se elevó hasta el 50% en el segundo año y hasta el 62,9%, en 2019. En 2021, el número de desiertos de noticia bajó hasta el 58,9% de los territorios mapeados y en su informe más reciente, 2025, alcanzó el 44,9% de los municipios, abarcando a 20,6 millones de brasileños. De acuerdo con el último *Atlas da Notícia* (PROJOR, 2025), se ha identificado que la media poblacional corresponde a 9.870 habitantes en desiertos de noticia y a 21.800 habitantes en casi desiertos.

En 2025, con relación al ámbito impreso, periódicos y revistas, el municipio de São Paulo posee 136 medios de prensa, y 41 redacciones distintas han cesado su actividad desde 2011. Pindamonhangaba, cuenta con solamente 2 medios impresos, habiendo un tercero cesado su actividad desde 2011. En Santos son 16 y ninguno ha cesado su actividad. En Mogi Mirim existen 2 medios impresos activos y 1 inactivo. En Piracicaba, son 9 los que se encuentran en actividad y 2, que no. En Sorocaba, 6 continúan en funcionamiento y uno inactivo. En Rio Claro, hay 3 activos y 3 que no desde el año mencionado.

TABLA 2

Medios de prensa activos e inactivos en las ciudades con periódicos centenarios

Ciudad	Activos				Inactivos desde 2011			
	Online	Impreso	Radio	TV	Online	Impreso	Radio	TV
São Paulo	608	136	103	42	22	41	3	0
Pindamonhangaba	3	2	1	2	0	1	1	2
Santos	12	16	11	9	0	0	0	0
Mogi Mirim	0	2	4	1	0	1	0	0
Piracicaba	4	9	3	0	0	2	0	0
Sorocaba	3	6	5	3	0	1	0	0
Rio Claro	3	3	4	1	0	3	0	0

Fuente: *Atlas da Notícia*, 2025.

En síntesis, en los municipios que cuentan con periódicos centenarios, notamos que, desde 2011, han cesado su actividad 22 medios *online*, 48 impresos, 4 radio y 2 cadenas de televisión. Todavía se mantienen activas 633 compañías *online*, 174 impresas, 131 de radio y 58 de televisión, concentradas en estas ciudades (ver tabla 2).

Las marcas periodísticas que trabajaban con el formato impreso han sido las más afectadas. En Pindamonhangaba, Mogi Mirim y Rio Claro, hay registro de apenas otro impreso, por lo tanto, puede argu-

mentarse que son regiones de casi desierto de noticia en ese formato. Una hipótesis para la relevancia de los periódicos centenarios en esas localidades es la aproximación que han conquistado con la población local. La permanencia de estas marcas en estos municipios representa una estructura histórica con la cultura local de acceso a la información, construyendo, de esta manera, una noción de pertenencia.

Tomando en consideración el último informe del *Atlas da Notícia* (PROJOR, 2025), han sido identificados 2521 medios activos en el estado de São Paulo. De la muestra, son 969 organizaciones periodísticas *online*, el 38,4% de total, ante 34,9% en 2022, un valor superior a cualquier otro formato, seguido por el impreso, con 27%, ante los 31% en comparación con hace tres años. Sin embargo, el 62,7% de las compañías *online* están concentradas en un único municipio, la capital del estado.

A los desafíos, se suman los elevados costes de impresión y de distribución de los periódicos impresos, comprometiendo una parte importante de las ganancias y amenazando la sostenibilidad económica de estas organizaciones en momentos de incertidumbre, incluso de la propia sustentabilidad ambiental de la industria del papel. Alternativamente, la tecnología móvil de distribución vía internet despunta como la salida más rentable a la logística de distribución física centenaria (Brito, 2019; Kawamoto, 2014).

Por lo tanto, lo que observamos es que los municipios que cuentan con periódicos centenarios son todavía dependientes de las coberturas realizadas por los medios impresos y por las radios, los dos más presentes en la mayor parte de estos lugares. Sin embargo, a pesar de la migración hacia internet por parte del periodismo, el crecimiento de este formato en ciudades alejadas de la capital no posee aún una presencia predominante, reforzando el compromiso que los municipios deben establecer con los medios de prensa local, debido a la importancia de estas organizaciones para la cobertura de las noticias locales, elemento cultural del territorio y de la construcción de la memoria del municipio.

4. Conclusión

La historia de los periódicos impresos centenarios se confunde con la trayectoria de sus propias ciudades. Principalmente, además de la función de producción y de divulgación de la información local, regional o global, los periódicos son una herramienta de educación y de memoria, registran la historia diaria de los acontecimientos y, muchas veces, son los únicos archivos de documentación y de consulta de la memoria local.

En las últimas décadas, un total de doce periódicos del estado de São Paulo han cumplido los cien años de actividad. Fundadas a finales del siglo XIX o a inicios del XX, estas organizaciones han superado el periodo de las disputas políticas durante la monarquía y el inicio de la república, el periodo autoritario del *Estado Novo* (1937-1945) y el régimen civil-militar (1964-1985), y también han sido testigos del surgimiento de los nuevos medios de comunicación en Brasil, como la radio durante los años veinte del siglo XX y la televisión, en los años cincuenta. Pero han sido la popularización de internet y la digitalización de las redacciones y de la sociedad durante los años noventa, las que han alterado la trayectoria, hasta entonces consolidada, del periodismo en el último siglo.

Frente a esta situación, las empresas periodísticas han visto reducidas sus ganancias e incluso algunas han cesado su actividad, como ocurrió con cuatro de los periódicos centenarios citados. Consecuentemente, hemos visto la aceleración del proceso de los desiertos de noticia en varios municipios de Brasil, conforme destaca el informe *Atlas da Notícia*. Se ha acordado, por lo tanto, a partir de estos eventos, atribuir el estigma «crisis del periodismo».

Argumentamos, sin embargo, que, a pesar de los recortes acaecidos durante los últimos diez años en las localidades que cuentan con periódicos centenarios aún activos, no se puede hablar de una crisis de todo el sector periodístico, sino solo de los medios impresos. Empero, el «valor de portada», el nombre del periódico es un atributo de importancia cultural, social y económico para su mantenimiento y el de sus medios derivados, la radio, televisión e internet, además de la relación de pertenencia que la población

establece con el periódico. El vacío informacional dejado por los periódicos impresos ha sido ocupado por los medios ya existentes, como la radio y, principalmente, las ediciones *online*, que cubren, por lo menos en parte, la producción de contenidos locales. Aunque es necesario decir que la presencia de medios en Internet en ciudades distantes de la capital del estado sigue siendo tímida, lo cual refuerza la importancia de los otros medios, especialmente de las redacciones centenarias.

En los últimos años, se ha podido observar la reducción de la cobertura de los desiertos de noticia en Brasil, hecho que se atribuye a la pandemia, según el *Atlas da Notícia*. Por un lado, se ha reafirmado la necesidad del periodismo profesional para la producción de contenidos locales y de interés público de calidad. Sin embargo, todavía es pronto para decir si este recorte de los desiertos de noticia será duradero o si tales eventos responderán positivamente al ambiente de los medios impresos, despertando el compromiso del público para mantener los medios locales y, eventualmente, aportando salidas financieras como el financiamiento colectivo, por ejemplo.

En cualquier caso, las apuestas estratégicas de todas las cabeceras centenarias apuntan unánimemente hacia la plataformización de los contenidos. De momento, el formato digital del periodismo de estas organizaciones se distribuye entre webs especializadas, perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram, X y LinkedIn, o incluso aplicaciones propias, en parte de su producción o, frecuentemente, en su única disponibilidad.

Como parte de una nueva onda expansiva, hemos visto a estas redacciones adaptarse a la era de la inteligencia artificial. Sigue habiendo temores sobre la automatización del periodismo, el deterioro de la calidad del trabajo a medida que se extienden los contenidos falsificados de alta precisión y el uso ético de los periodistas. Las grandes redacciones, como *O Estado de S. Paulo*, se han anticipado al debate sobre la legislación brasileña en materia de inteligencia artificial y ya han promulgado normas internas y un manual de buenas prácticas para asimilar esta tecnología, pero sigue habiendo dudas sobre la contribución de esta a la sostenibilidad periodística.

Finalmente, las consecuencias de la crisis de la industria periodística no solamente ocurren en Brasil. También en otros países, el impacto de la digitalización del contenido y de la migración de la monetización mediante la publicidad han forzado a la búsqueda, por parte de las redacciones, de otras formas de sustentabilidad para el funcionamiento de la actividad periodística.

El periodismo impreso y centenario lleva consigo valores que se destacan en la actividad periodística. Además de dar las noticias sobre el día a día de las ciudades, traen consigo un capital simbólico que se difunde en la cultura local y es interiorizado en la construcción de la identidad local. El periodismo como narrador de los eventos diarios contribuye a la documentación y al registro, instrumentaliza iniciativas educativas para promover la lectura y el estímulo al pensamiento crítico. En cada palabra, título, línea final, en cualquier formato —*standard*, tabloide, berliner—, y, en cada foto o testimonio publicado en los periódicos, hay un sentido de memoria social del pueblo brasileño. En este espíritu, en el contexto de las crisis relacionadas con la democracia, la permanencia de estas gacetas centenarias es un acto de resiliencia en defensa del interés público.

Distribución de trabajo y orden de autoría

Juliano Maurício de Carvalho: Elaboración del estado de la cuestión; redacción del marco teórico; diseño metodológico —objetivos, hipótesis, muestra, método, etc.—; análisis empírico o trabajo de campo; procesamiento de resultado; redacción de conclusiones y discusión; revisión y supervisión general del trabajo. Victor Simões Zamberlan: Documentación y búsqueda de referencias; elaboración del estado de la cuestión; redacción del marco teórico; análisis empírico o trabajo de campo; procesamiento de resultado; redacción de conclusiones y discusión; organización del material y maquetación.

Organismo financiador

Este trabajo fue realizado con el apoyo de la Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiación 001.

Referencias bibliográficas

- Almeida Guilherme, C. A. S. (2018). A imprensa como ator político-ideológico: O caso do jornal O Estado de S. Paulo. *Revista Dimensões*, 40, 199-223. <https://doi.org/10.23871/dimensoes-n40-17905>
- Alves, A. (2007). A imprensa na cidade de Santos: 1849-1930. *Revista Projeto História*, 35, 39-62.
- Amaral, L. V. C. (2017). *A Crise dos Jornais Impressos e o Capital Social: Diálogos pela Perspectiva da Complexidade* [dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina]. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/177866/347158.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Assis, F. de (2008). Opinião, informação e ideologia nos editoriais da Tribuna do Norte. *Revista Janus*, 5(8), 15-31.
- Azevedo, D. (2009). A Evolução Técnica e as Transformações Gráficas nos Jornais Brasileiros. *Revista Mediação*, 10(09), 81-97.
- Beckett, C. (2024). What have we learnt about generative AI and journalism. *Polis*. <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2024/06/12/what-have-we-learnt-about-generative-ai-and-journalism/>
- Bianchi, S. S. (2018). São Paulo e suas transformações urbanas. *Revista Veredas*, 1(1), 83-97.
- Brito, H. L. (2019). Capital simbólico, tradição e tecnologias: Jornais centenários do Brasil em busca de um novo modelo de negócio. *Revista Rizoma*, 6(2), 174-195. <https://doi.org/10.17058/rzm.v6i2.12559>
- Carmo-Roldão, I. C., & Roldão, C. G. (2013). *Diário do Povo (1912-2012): Depois de 100 anos Campinas-SP perde seu mais antigo jornal. Anais do 9 Encontro Nacional de História da Mídia*, 1-15. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-impressa/diario-do-povo-1912-2012-depois-de-100-anos-campinas-sp-perde-seu-mais-antigo-jornal>
- Carvalho, A. F. (2016). História: Jornal Tribuna do Norte completa 134 anos. *Tribuna do Norte*. <http://jornaltribunadonorte.net/noticias/jornal-tribuna-do-norte-completa-134-anos/>
- Carvalho, K. de (1996). Imprensa e Informação no Brasil, século XIX. *Revista Ciência da Informação*, 25(3), 1-6. <https://doi.org/10.18225/ci.inf.v25i3.643>
- Corrêa, E. L. P. (2013). *Mídia regional e discurso ambiental: Um estudo sobre o Jornal de Piracicaba* [Tese (Doutorado) - Escola Superior de Agricultura «Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo]. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/91/91131/tde-12112013-100916/en.php>
- Cruzeiro do Sul (2019). Cruzeiro do Sul completa 116 anos de compromisso com a notícia e o leitor. *Cruzeiro do Sul*. <https://www.jornalcruzeiro.com.br/sorocaba/cruzeiro-do-sul-completa-116-anos-de-compromisso-com-a-noticia-e-o-leitor/>
- Cruzeiro do Sul (2021). Jornal Cruzeiro do Sul comemora 118 anos de compromisso com Sorocaba. *Cruzeiro do Sul*. <https://www.jornalcruzeiro.com.br/sorocaba/noticias/2021/06/674059-jornal-cruzeiro-do-sul-comemora-118-anos-de-compromisso-com-sorocaba.html>
- Diário do Rio Claro (2018). Sobre o Diário [Jornalístico]. *Diário do Rio Claro*. <https://www.j1diario.com.br/sobre-o-diario/>
- Fausto, B. (2006). História do Brasil (12.^a ed.). *Edusp*. <https://mizanzuk.files.wordpress.com/2018/02/boris-fausto-historia-do-brasil.pdf>

- Filho, C. M. (2009). *Ser Jornalista: O desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. Paulus.
- Kawamoto, M. (2014). O impresso sobreviverá. *Observatório da Imprensa*. https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed818_o_impreso_sobrevivera/
- Kawashima, N. (2020). Changing business models in the media industries. *Media Industries Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0007.105>
- Lene, H. (2019). *Jornais Centenários do Brasil*. Editora LabCom. https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/202001071558-201906_jornaiscentbrasil_hlene.pdf
- Martins, A. L., & Luca, T. R. de. (2013). *História da Imprensa no Brasil* (2.^a ed.). Editora Contexto.
- Morozov, E. (2018). *As Big Tech a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: UBU Editora.
- Paula, L. A. de (2008). *As sete mortes do Diário Popular: 117 anos de um jornal à procura de identidade* [dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo]. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-27042009-114312/publico/5297140.pdf>
- Pereima Neto, J. B. (2014). XXI: o século das cidades no Brasil. En G. C. F. Montoro, A. P. B. Paschoini, M. A. S. Leite, S. M. Guidolin, M. L. de O. Falcón, W. de A. Magalhães, & H. M. M. Lastres (Eds.), *Um olhar territorial para o desenvolvimento: Sul* (pp. 270-309). Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. <http://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/3681>
- Polacow, P. O., & Mendez, R. B. (2007). Fortunato Losso Netto, diretor do Jornal de Piracicaba. *Anais do V Congresso Nacional de História da Mídia*, 1-15. <http://intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0087-1.pdf>
- Pontes, J. A. V. (n.d). *Resumo Histórico. O Estado de São Paulo*. <https://www.estadao.com.br/historico/print/resumo.htm>
- PROJOR (2022). *Atlas da Notícia (Mapeamento 4.0; Atlas da Notícia: mapeando o Jornalismo Local no Brasil)*. PROJOR. <https://www.atlas.jor.br/>
- PROJOR (2025). *Atlas da Notícia (Mapeamento 7.0; Atlas da Notícia: mapeando o Jornalismo Local no Brasil)*. PROJOR. <https://www.atlas.jor.br/>
- Rublescki, A. (2010). *A Crise de Identidade dos Jornais Impressos*. 1-13. <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/r20-0042-1.pdf>
- Simon, F. M. (2024). Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena. *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php/
- Toffler, Alvin. *The Third Wave. William Morrow and Company*. https://ia801200.us.archive.org/9/items/TheThirdWave-Toffler/The-Third-Wave_-_Toffler.pdf
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de Caso: Planejamento e métodos* (D. Grassi, trad.). Bookman. https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin.pdf