

MATTOS, Sérgio. Correio-Estado da Bahia. In: PEREIRA, Clarissa Josgrilberg; GURGEL, Eduardo Amaral; MARQUES DE MELO, José ; ALVARENGA, Ricardo Costa; LAURINDO, Rosiméri (Orgs.). *Jornalismo Comparado – Um dia na imprensa brasileira*. Blumenau: Editora da FURB, 2016, pp. 43-54 (ISBN 9788571142442)

CORREIO* – ESTADO DA BAHIA

Sérgio Mattos¹

IDENTIFICAÇÃO

Título do jornal: *Correio** (razão social: Empresa Baiana de Jornalismo S.A.)

Endereço: Rua Aristides Novis, 123 – Federação. Salvador-Bahia- CEP 40210-630

www.correio24horas.com.br

Data de fundação: 20 de dezembro de 1978

Tiragem diária (atestada pelo IVC): 59.145 exemplares incluindo venda em banca e assinaturas (dados do IVC dezembro de 2014- circulação paga)

Acessos via internet: (média diária) – De acordo com IVC WEB referente a outubro de 2014, o Correio24h teve 27.451.532 acessos, se constituindo no jornal detentor da maior quantidade de acessos no estado da Bahia e na região Nordeste do país.

¹ Sérgio Mattos é jornalista diplomado, Mestre e Doutor em Comunicação pela Universidade do Texas, Austin, Estados Unidos, e professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

Tiragem dominical: 55.097 exemplares (de acordo com IVC de janeiro de 2014). Vale observar que segundo dados do mesmo relatório do IVC o dia de domingo registrou a menor tiragem do Correio em relação aos demais dias da semana. O dia mais forte é segunda-feira quando naquele mês foi registrado tiragens médias de 94.908 exemplares (ANJ, 2011,2012, 2013,2014; CORREIO24h, 2011).

Acessos via internet: média semanal: não informado. No entanto, foi a partir de junho de 2014 que o jornal Correio começou a venda de assinaturas digitais com preços competitivos, R\$ 9,90 por mês. Para garantir a liderança nas edições digitais a empresa replica integralmente todos os seus cadernos e suplementos, via assinatura ou exemplar avulso, nas plataformas iOS e Android por meio da instalação do aplicativo do próprio jornal. Os exemplares do Correio também estão disponíveis para compra avulsa nos aplicativos dos parceiros O Jornaleiro, Nuvem do Jornaleiro, IBA Jornais, PressReader. O jornal manteve o acesso gratuito, somente ao caderno principal da edição do dia, que é feito pelo portal Correio 24horas, mas somente com cadastro e login. A assinatura digital do Correio permite o acesso completo aos recursos dos aplicativos móveis do jornal Correio e do portal de notícias Correio 24 Horas.

Outros veículos mantidos pela empresa editora/Grupo Rede Bahia: Grupo Rede Bahia, composto por 14 empresas: seis emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo, um jornal diário (Correio), quatro rádios FMs, dois portais e uma produtora de eventos que atuam nos segmentos de mídia, produzindo conteúdo (cultura e informação) , entretenimento que são distribuídos para mais de 12 milhões de pessoas. A Rede Bahia é atua nos segmentos de Mídia, Conteúdo & Entretenimento. O grupo se constitui como o maior grupo de comunicação do Norte e Nordeste e um dos maiores do país, atuando ainda na área de Desenvolvimento de Novos Negócios e no setor de Construção

Civil. As empresas de comunicação do grupo Rede Bahia são: TV Bahia(em Salvador), TV Oeste(em Barreiras), TV Sudoeste(em Vitória da Conquista), TV São Francisco (em Juazeiro), TV Santa Cruz (em Itabuna), TV Subaé(em Feira de Santana), jornal Correio, Globo FM , Bahia FM, CBN Salvador, Bahia FM Sul, iBahia (Portal de Internet), iContent (Produtora) e a Gráfica Santa Helena.

Diretor (proprietário): Grupo Rede Bahia é administrado por um **Conselho de Acionistas e diretorias executivas**. O conselho é integrado por: Antonio Carlos Magalhães Junior (Presidente), Luís Eduardo Magalhães Filho, Renata de Magalhães Correia, Arnaldo Gusmão, Antonio Carlos Coutinho Nogueira e José Bonifácio Coutinho Nogueira Filho. O Diretor Executivo de Televisão é João Gomes; o Diretor Executivo de Rádios e Entretenimento é Paulo Sobral; o Diretor Executivo de Gestão é Mauricio Fonseca; a Diretor Executivo de Gestão); o Diretor Executivo do Correio é Luiz Albuquerque.

Editor/Diretor de Redação: Sérgio Costa.

Colunistas principais: (nas edições de terça feira -analisada):Jairo Costa Junior, Graciela Alvarez, Miriam Leitão, Flávio Oliveira, Telma Alvarenga, Oscar Quiroga, Hagamenon Brito, Darino Sena.

(De acordo com anúncios promocionais do próprio jornal, o Correio tem um colunista para cada assunto. Nas demais edições podem ser encontrados outros colunistas que se alternam nos dias da semana a exemplo de : Herbem Gramacho,Cesar Romero,Hugo Brito, Elio Gaspari, Linda Bezerra, Aninha Franco, Nelson Varón Cadena, Antonio Meira, Armando Avena, Giacomo Mancini, Darino Sena, Cesar Romero, Victor Uchoa, Rachel Vita, Aninha Franco, entre outros).

Colaboradores permanentes: Todos os colunistas citados

Lema/Slogan: “O que a Bahia quer saber”

BREVE HISTÓRICO do *CORREIO:**

O jornal diário *Correio da Bahia* foi fundado em 20 de dezembro de 1978 por um grupo alinhado ao e sob a liderança do então ex-governador Antonio Carlos Magalhães, tendo sido o primeiro dos veículos de comunicação que hoje integram o grupo Rede Bahia, que é considerado, em 2015, como sendo o maior grupo de comunicação do Norte e Nordeste do país. Fundado como jornal de tamanho standard, que trazia em suas edições vários cadernos, a partir do dia 27 de agosto de 2008 mudou radicalmente sua apresentação gráfica e editorial, passando a circular com edições 100% coloridas no formato berliner, com uma mancha gráfica por página de 190cm/col, distribuída em cinco colunas de 4,5cm por 38 cm de altura, com paginação contínua. Nessa reforma, os dirigentes resolveram também simplificar o nome e o jornal passou a se denominar apenas *Correio**(com um asterisco) (CORREIO24h, 2015).

A partir de então, com uma proposta editorial inovadora, além de uma gestão administrativa e de marketing mais ousada, o jornal passou a competir pela liderança do mercado, antes ocupado pelo jornal *A Tarde* há várias décadas. O objetivo perseguido foi alcançado no ano de 2012, quando com uma média de 62.070 exemplares vendidos, assumiu a liderança de maior jornal da região Nordeste e o 16º maior do Brasil em circulação.

Para atingir o objetivo, além de ter reduzido o formato e de apresentar um novo conceito de jornalismo que segue uma tendência do jornalismo mundial, o *Correio** também passou a ser vendido por menos de R\$ 1,00 (um real) nos dias de semana, prática seguida por jornais de cunho mais popular, além de fazer várias promoções

casadas com CDs de artistas baianos. O jornal começou sua arrancada para assumir a liderança do mercado vendendo o exemplar por R\$0,50 (cinquenta centavos de real). Em 2015, o preço de venda do exemplar ao consumidor está estipulado em R\$ 0,75 de segunda a sábado e R\$ 1,50 aos domingos.

De acordo com informações do site institucional do grupo “a estratégia do *Correio** faz com que o site www.correio24h.com.br tenha o mesmo rigor editorial, mas em uma plataforma digital. Mais que isso, o site traz ainda complementos de matérias, conteúdo atualizado em tempo real, reportagens exclusivas, blogs e uma plataforma multimídia em sinergia com os conteúdos do jornal impresso.”

O jornal, que circula com uma média entre 36 e 60 páginas de conteúdo informativo/anúncios e mais um caderno de classificados, distribui os assuntos por seções identificadas como: **24h** (Bahia, Brasil, Economia, Mundo, Variedades, Esporte - seção menor), **Mais, Vida, Esportes**- seção maior, além das seções anexas tais como **AcheAqui**-classificados diários, **Imóveis** (dominical), **Entretenimento** (dominical), **Correio Autos** (sábados) e **Correio Esporte** (segundas-feiras).

MORFOLOGIA DO EXEMPLAR ESTUDADO

O Exemplar do *Correio** do dia 17 de março de 2015, analisado neste trabalho, circulou com 36 páginas de conteúdo informativo e anúncios e mais o caderno de classificados com 20 páginas, ou seja, um exemplar com 56 páginas formato berliner. Após a identificação das categorias comunicacionais do conteúdo (Informação, propaganda, Instrução e Entretenimento) a parte referente a Propaganda foi isolada e trabalhou-se inicialmente com o material identificado como Informação. O material jornalístico contabilizou um total de 147 (cento e quarenta e sete) Unidades de

Informação (UI), na concepção holística esboçada por Violette Morin, que foi então classificado quanto aos gêneros jornalísticos (Informativo, Interpretativo, Opinativo, Diversional e Utilitário) e quanto aos seus respectivos formatos (COSTA, 2010; MARQUES DE MELO, 1970; 1972; 2003).

O resultado desse levantamento nos levou a encontrar os seguintes resultados expressos nos quadros a seguir.

QUADRO 1
UNIDADES DE INFORMAÇÃO QUANTO
AO GÊNERO E FORMATOS

GÊNERO	Formato			
	Nota	Notícia	Reportagem	Entrevista
Informativo	74	39	8	-
Diversional	03	02	-	-

Gênero	Formato						
Opinativo	Editorial	Comentário	Artigo	Resenha	Coluna	Caricatura	Carta
	-	-	01	-	08	-	03

Gênero	Formato					
Interpretativo	Dossiê	Enquete	Análise	Perfil	Cronologia	Infográfico
	-	-	-	-	-	-

					-	02
--	--	--	--	--	---	----

Gênero	Formato				
Utilitário	Indicador	Cotação	Roteiro	Serviço	Obituário
	03	01	02(cinema e TV)	-	01

QUADRO 2

UNIDADES DE INFORMAÇÃO QUANTO

AO CONTEÚDO TEMÁTICO(*)

1.Geral	03
2.Local, cidade, metropole	01
3.Interior, municípios, região	02
4.Global, mundial, internacional	04
5.Esportes (incluindo o internacional)	17
6.Polícia	07
7.Política	11
8.Economia	13
9.Cultura, artes, literatura	69
10.Saúde , Corpo, nutrição	01
11.Trabalho, emprego, sindicato	02
12.Lazer, férias, turism	08
13.Mulher, beleza, moda	01
14.Homem, poder, carro	-
15.Meio ambiente,clima, natureza	04
16.raça, preconceito, conflito	01
17.Religião, Igrejas, Misticismo	-
18.Cidadania, movimentos sociais, direitos humanos	01

19. Infância, família, escola	-
20. Ritos de passagem, festas, vidas cotidianas	02
Total de Unidades de Informação	147
Total fotografias/infográficos da edição fotografias	56

(*) Não está incluído aqui a primeira página destinada a chamadas.

QUADRO 3

QUANTIDADE DE ANÚNCIOS PUBLICADOS

NA EDIÇÃO DE 17 DE MARÇO DE 2015

Quantidade de anúncios destacados*	68
Mancha gráfica correspondente	1.504cm/col
Caderno de classificados/total de páginas	20
Mancha gráfica (cad. Classificados)	3.800cm/col
Mancha gráfica total de anúncios	5.304cm/col
Quantidade de anúncios da própria Rede Bahia	07

* A quantidade aqui expressa é o total de anúncios individuais sem considerar o tamanho de cada um (se de um bloco ou se de página inteira). Estão incluídos também os anúncios da própria Rede Bahia e de suas promoções

QUADRO 4

DECOMPOSIÇÃO DA MANCHA GRÁFICA

DA EDIÇÃO DE 17 DE MARÇO DE 2015

Total de páginas da edição	56
Total de páginas de informação jornalística	36
Mancha gráfica total da edição de 56 páginas	10.640 cm/col.
Mancha gráfica ocupada por publicidades e mais o caderno de classificados	5.304 cm/col.
Mancha gráfica de Informação jornalística	5.336 cm/col.

SEMANTIZAÇÃO CONJUNTURAL

O dia 17 de março de 2015 se caracterizou como o dia em que os jornais diários do país avaliaram o impacto das manifestações populares que ocorreram na sexta feira, dia 13, pró-Dilma, e no domingo, dia 15, que levaram milhares de pessoas às ruas para

protestar devido à corrupção instalada no país, que acabou protagonizando movimentos paralelos identificados como sendo de grupos que queriam uma espécie de “terceiro turno” das eleições presidenciais de 2014, bradando slogans tais como “Fora Dilma” ou “Fica Dilma”, destinados a promover ou evitar um possível *impeachment* da presidente da República. Essas manifestações acabaram por transformar as edições dos jornais do dia 17 de março de 2015 numa edição atípica por registrar e analisar o quadro da política nacional com uma tendência de crescimento e mobilização das forças de oposição ao governo Dilma Roussef.

Tais manifestações também ocorreram em Salvador e tiveram uma ampla cobertura do jornal *Correio** em sua edição de segunda-feira dia 16. Na edição do dia 17 de março, objeto desse estudo, a repercussão e a produção de conteúdo local ficou restrita à publicação de um artigo, de caráter editorial, assinado pelo diretor de redação, à veiculação de uma carta de leitor sobre o assunto e a duas notas na coluna política. Mesmo assim, o *Correio** dedicou às manifestações de domingo, como decorrência da crise política/econômica, em sua edição do dia 17, o equivalente a mais de três páginas inteiras (611 cm/col), com um total de 20 Unidades de Informação de gêneros e formatos diferentes e de conteúdo temático específico.

ANÁLISE QUALITATIVA DO COMPORTAMENTO EDITORIAL

Logo na primeira página, o *Correio** evidencia a importância da crise política nacional ao destacar em manchete um questionamento: “Que País é esse?”, seguido de uma chamada, de 45 palavras em corpo destacado, indicando as páginas 16 e 17 dedicadas à Operação Lava Jato com denúncias do Ministério Público contra 27 novos envolvidos no escândalo, destacando Renato Duque, ex-diretor da Petrobras, e João

Vaccari Neto, tesoureiro do PT. A importância da crise política nacional, continua presente em quatro das outras cinco chamadas de primeira página, evidenciando a preocupação editorial com a temática. Das quatro chamadas de títulos (sem texto), duas são para matérias jornalísticas complementares à da manchete, ou seja: “Tesoureiro sabia que doação vinha de propina, diz MP”(na pag.17) e “Casa de Duque tem sala secreta com obras de arte”(na pag. 17). As outras duas chamadas referentes à crise são para matérias da página 10 onde a crise também é tratada com ênfase: “Dilma: Corrupção é uma senhora idosa no país” e “Após protestos, governo fala em ser humilde”. A única chamada de primeira página que não trata da crise de governabilidade e de movimentos de corrupção e protesto refere-se ao assassinato de um bailarino baiano negro. Assim sendo, a mancha gráfica da primeira página foi ocupada por 135 cm/col. destinada à crise política/econômica nacional.

Apesar de o *Correio** não publicar sistematicamente um editorial, o diretor de redação e editor do jornal, jornalista Sérgio Costa, publicou um artigo opinativo, na página 2 da edição do dia 17 de março, com características de editorial, assinado por ele mesmo intitulado “O pós 15 de março”, no qual traça críticas àqueles que “tentam desqualificar os manifestantes contra o governo e relativizar o peso dos protestos. Como se houvesse superioridade moral nas manifestações da sexta-feira de número 13 sobre os protestos do 15 de março”. Aproveita também para desmitificar que o movimento de domingo 15 tenha sido promovido pela elite branca, citando frase do humorista Helio De La Peña para sintetizar o caráter plural das manifestações: “tinha elite branca de todas as cores e ricos de todas as classes sociais protestando contra o governo”(COSTA, 2015).

Como argumentos para os seus pontos de vista, o articulista usou também um desabado do senador petista baiano Walter Pinheiro de que Dilma não ganhou as

eleições com ampla margem de folga para ficar analisando se os manifestantes eram da classe baixa, da média ou da alta, pois o que importa é que “o meu governo não consegue falar com a sociedade”. Diante do desabafo do senador, o jornalista teceu inúmeras críticas, afirmando que o “o governo não consegue se comunicar com a sociedade porque perdeu a autocrítica tão cara à esquerda”,

O jornalista Sérgio Costa aproveitou também para lembrar que os protestos começaram uma semana antes, com o panelaço ocorrido no domingo anterior, dia 8, quando do pronunciamento da presidente Dilma Rousseff no dia dedicado à Mulher, afirmando que “o Planalto fingiu que não ouviu e a militância caiu matando”. Sobre a manifestação do dia 15, ele ainda diz:

Uma rua diferente viu-se domingo: mais madura, com muito cabelos brancos e indignação de sobra com a corrupção. Os caras-pintadas amadureceram, não dá para ignorar. Como bem lembrou Pinheiro, seu partido não ganhou a última eleição com uma margem tão folgada que lhe permita se fingir de surdo(COSTA, 2015).

Depois de fazer um resumo da crise de governabilidade, da má gestão, das ameaças da inflação e dos escândalos que afetam a popularidade da presidente, o articulista conclui afirmando que

Se o governo não conseguir dar respostas que lhe garantam um mínimo de controle da situação até as novas eleições, corre o risco de ouvir, a cada dia mais alto e bom som, a palavrana que Dona Dilma ousou pronunciar contra si. Ontem, a presidente e o governo falaram em humildade. Acusaram o golpe das ruas (COSTA,2015).

Ainda na página 2 foi publicada, na seção Cartas de leitores, uma que abordava a crise sob o título de “Recado para a classe política”!, referindo-se às manifestações do domingo dia 17. A julgar pelo pouco espaço de tempo que o jornal teve entre recebê-la, no próprio domingo ou na segunda, e a decisão de publicá-la, na edição de terça, pode-se inferir que houve a intenção editorial de aproveitá-la logo nessa edição que

concentrou foco na crise política, repercutindo as manifestações mesmo que em nível nacional.

A coluna “Satélite- os bastidores da política baiana”, na página 4, dedica duas das seis notas publicadas na edição do dia 17 para tratar da operação Lava Jato com o envolvimento do ex-deputado baiano Luiz Argolo e outra nota repercutindo da entrevista desabafo do senador Walter Pinheiro concedida à *Folha de S. Paulo* sobre a crise política.

Na página 8, dedicada à economia, todas as notícias e notas publicadas giram em torno dos problemas econômicos, ajuste fiscal inflação e rombos no projeto Minha Casa. Até a coluna/artigo de Miriam Leitão publicada simultaneamente com *O Globo*, com o título “A mensagem não chegou”, aborda a crise a partir das manifestações de domingo, dia 17, destacando no parágrafo inicial:

Há um erro que o governo não pode cometer e está cometendo: subestimar a dimensão das manifestações contra a presidente Dilma Russeff. No próprio domingo, dois ministros bateram cabeça. Ontem, a presidente falou sobre democracia para receber as palmas dos seus. Depois, em entrevista rápida, nada declarou que demonstrasse ter entendido o que está se passando no país (LEITÃO, 2015).

Miriam Leitão usa todo o espaço de sua coluna de dois blocos de alto abaixo da página para apontar erros do governo e tecer críticas diretas à presidente. No parágrafo final ela aborda as duas manifestações a do dia 13, a favor, e a do dia 15 contra Dilma afirmando:

Na sexta-feira, manifestantes foram às ruas para apoiar o governo. Alguns carregavam cartazes em que chamavam de “traição” as medidas que o governo tem tomado na economia. Ela tem que explicar aos seus eleitores que essas medidas são para corrigir os erros do primeiro mandato. Segundo a Datafolha, 63% dos que se manifestavam a favor do governo disseram que Dilma sabia dos escândalos da Petrobras. A massa muito maior que foi domingo para as ruas protestou contra o governo Dilma e a corrupção. Dilma teria muito a dizer se enfrentasse a questão. Mas disse que “a corrupção não nasceu hoje. É uma

senhora bastante idosa”. O problema é este, a velha senhora nunca pareceu tão forte, atuante e artilosa. E ela é inaceitável. Foi este o recado das ruas (LEITÃO, 2015).

Na página 10, dedicada a assuntos nacionais, quatro das cinco matérias tratam da crise política. A manchete da página reproduz a entrevista, em forma de matéria jornalística, concedida por Dilma, na segunda feira, dia 16, pós manifestação, na qual ela tenta mostrar que a corrupção não foi criada pelo PT, mas que é uma senhora idosa. A segunda matéria trata da reunião ministerial, um dia após as manifestações do domingo quando os ministros disseram que o governo precisava dialogar mais e ter mais humildade. A terceira matéria anuncia que “Cunha vai arquivar pedidos de impeachment”. A quarta, “Líder da oposição: Promessas recicladas”, na qual Alvaro Dias, líder da oposição no Senado, critica a reação do governo às manifestações. A quinta notícia não trata da crise, mas da condenação de Levy Fidelix, ex-candidato à Presidência, devido a declarações homofóbicas.

As páginas 16 e 17, dedicadas à política nacional, são ocupadas por uma reportagem, “PT na mira da Lava Jato” e quatro notícias completares ao tema. Duas notícias estão na página 16 e as outras duas na página 17: “Lobista atuou no esquema de Carlinhos Cachoeira” , “CPI da Petrobras pede a juiz que libere Duque para depor”, “Vaccari sabia que doações eram a título de propina, dia procurador” e “PF apreende 131 obras de arte escondidas em sala secreta”. Nesta mesma página tem uma nota que apresenta um balanço da operação Lavo Jato com números em destaque.

Quadro 5

REPERCUSSÃO DAS MANIFESTAÇÕES E DA CRISE

POLÍTICA NO *CORREIO - GÊNERO E FORMATO**

Gênero	Procedência das Unidades de				Total parcial da mancha gráfica em centímetros de coluna
	Informação				
quanto ao formato	Local	Mancha Gráfica	Nacional		
	Mancha gráfica				
Nota	02	25cm/col	04	48 cm/col	73 cm/col.
Notícia	-	-	09	224 cm/col	224 cm/col
Reportagem	-	-	02	175 cm/col	175 cm/col
Gênero	Procedência das Unidades de				Total parcial da mancha gráfica em centímetros de coluna
	Informação				
quanto ao formato	Local	Mancha gráfica	Nacional		
	Mancha gráfica				
Artigo	01	60 cm/col	-	-	60 cm/col
Coluna			01	72cm/col.	72 cm/col
Carta	01	07 cm/col	-	-	07 cm/col.
Total geral da mancha gráfica editorial destinada à crise e manifestações em centímetros de coluna					611 cm/col

Consideração finais

Passados 50 anos da análise comparativa de três jornais brasileiros (MELO, 1970), o professor José Marques de Melo convidou pesquisadores de vários estados no intuito de replicar o estudo realizado em 1966, numa dimensão ampliada incluindo jornais diários de maior circulação nas principais cidades brasileiras. A pesquisa original analisava a cobertura, a composição e os gêneros jornalísticos do dia 17 de março de 1966 de três jornais que cobriam uma metrópole regional, estadual e federal. Os periódicos escolhidos à época foram o *Jornal do Brasil* (RJ), o *Jornal do Commercio* (PE) e o *Correio da Paraíba* (PB).

Na pesquisa original, realizada em 1966, constatou-se que os jornais analisados destacavam naquele dia específico uma “normalidade” institucional. O estudo comparativo final do comportamento da imprensa da atualidade deverá apresentar um quadro geral completamente diferente do estudo original, tendo em vista o cenário político atípico, com manifestações contra o governo de Dilma Rousseff, que foram objeto de cobertura de todos os jornais.

Na atualidade, o jornal *Correio** é o maior jornal em circulação no estado da Bahia e exatamente por isso foi o selecionado como objeto desse estudo, classificado dentre os selecionados como jornal de prestígio. A edição do *Correio**, do dia 17 de março de 2015, a exemplo dos demais, foi analisada de acordo com as orientações metodológicas adotadas pelo projeto de pesquisa “Um Dia na Imprensa Brasileira – Estudo de Jornalismo Comparado”, promovido pela Cátedra/UNESCO/UMESP de Comunicação, em parceria com o ICINFORM/UNICAP.

Em síntese, a análise da edição do dia 17 de março de 2015 do *Correio**, em formato berliner, circulou com 56 páginas, sendo 36 delas com conteúdo informativo e o restante com material publicitário. O estudo da edição contabilizou um total de 147 Unidades de Informação jornalística, sendo que o gênero informativo (nos formatos de nota, notícia e reportagem), representa mais de 80 % do material publicado.

Apesar do cenário político e o peso da hierarquização da informação jornalística, quando se analisa o quantitativo do conteúdo temático publicado, se constata que Política ocupa o quarto lugar entre as Unidades de Informação publicadas, com apenas 11 matérias. Vale destacar ainda que o *Correio** destinou à cobertura da crise política e das manifestações contra o governo pouco mais do que três páginas dessa edição, considerando o total da mancha gráfica destinada ao assunto, um total de 611 cm/col. O ranking temático é dominado por matérias que abordam Cultura, Artes e Literatura, em primeiro lugar, com um total de 69 unidades. Em segundo lugar aparece a temática Esporte, com 17 unidades, e, em terceiro lugar, Economia, com 13 unidades. Estes quatro temas representam juntos quase 75% de todas as unidades de informação publicadas nessa edição.

Referências

ANJ. Maiores jornais do Brasil, 2013. Disponível em: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil> Acesso em 25/04/2015.

Breve histórico do Correio da Bahia. Disponível em: <HTTP://www.enquadrandoacolinasagrada.blospot.comn.br/2011/06/breve.historico-do-correio-da-bahia.html> Acesso em 25/04/2015.

CORREIO*. Salvador, edição do dia 17 de março de 2017.

Correio lidera circulação no estado da Bahia, segundo IVC, 2011. Disponível em [HTTP://www.anj.org.br/correio-lidera-circulacao-no-estado-da-bahia-segundo-ivc](http://www.anj.org.br/correio-lidera-circulacao-no-estado-da-bahia-segundo-ivc) Acesso em 25/04/2015.

Correio é o jornal que mais cresce no Brasil, aponta IVC. Disponível em: [HTTP://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/correio-e-o-jornal-que-mais-cresce-no-brasil-aponta-ivc](http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/correio-e-o-jornal-que-mais-cresce-no-brasil-aponta-ivc) Acesso em 24/04/2015.

COSTA, Lailton Alves. Gêneros jornalísticos. In: Francisco de Assis; José Marques de Melo (Orgs.). *Gêneros Jornalísticos no Brasil*. São Paulo: Universidade Metodista, 2010, p. 43-84.

COSTA, Sérgio. O pós 15 de março. *Correio**, 17 de março de 2015, p.2.

LEITÃO, Mirim. A Mensagem não chegou. Salvador, *Correio**, 17 de março de 2015, p.8.

MARQUES DE MELO, JOSÉ. *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*. Petrópolis: Vozes, 1970.

MARQUES DE MELO, José. *Estudos de Jornalismo Comparado*. São Paulo: Pioneira, 1972.

MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo Opinativo: Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

PORTAL COMUNIQUE-SE. Ações fazem Correio crescer 286% em circulação. São Paulo, 13/01.2014. Disponível em: [HTTP://www.portalcomunique-se.com.br/index.php/comunicacao/73570-acoes-fazem-correio-crescer-286-em-circulacao](http://www.portalcomunique-se.com.br/index.php/comunicacao/73570-acoes-fazem-correio-crescer-286-em-circulacao). Acesso em 25/04/2015.

www.anj.org.br

www.correio24h.com.br/institucional