



A imprensa mineira contemporânea: entre o grande jornalismo institucional e o jornalismo popular¹

CUNHA, Violeta Assumpção²

LIMA, Ana Gabriela Oliveira³

CAETANO, Paulo Henrique (orientador)⁴

Resumo: O trabalho trata da questão do surgimento dos jornais populares em Minas Gerais no momento em que é percebido um declínio considerável no papel da grande imprensa mineira em relação à imprensa nacional. Parte da pesquisa financiada pela FAPEMIG intitulada “Os impasses da consolidação de uma grande imprensa em Minas Gerais”, esse artigo procura estabelecer bases argumentativas para todo o grupo envolvido na pesquisa sobre o surgimento e a morfologia dos jornais *Super Notícia* e *Aqui*. No primeiro momento, são apresentadas questões que situam a imprensa mineira em relação à imprensa brasileira. Depois passa-se ao caso da transição, em Minas Gerais, de um jornalismo de grande imprensa ao jornalismo popular de formato tablóide, movimento que aponta para o surgimento de um novo perfil de leitores no estado e no Brasil.

Palavras-chave: Grande imprensa; jornalismo popular; *Estado de Minas*; *Super Notícia*; *Aqui*.

¹ Trabalho enviado para publicação no Intercom Sudeste 2011, dentre as sessões do Intercom Júnior, quanto ao tema Jornalismo. O artigo é parte integrante da pesquisa “Os impasses na consolidação de uma grande imprensa em Minas Gerais”, coordenada pelo professor Dr. Guilherme Jorge de Rezende, do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). A pesquisa é financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais e conta com a participação dos professores Jairo Faria Mendes, Luiz Ademir de Oliveira e Paulo Henrique Caetano (orientador do artigo), além das autoras bolsistas de graduação Ana Gabriela Oliveira Lima e Violeta Assumpção da Cunha. É necessário mencionar a importante contribuição de todo o grupo de pesquisa na realização deste artigo, pelo fornecimento de dados e informações e pela leitura crítica.

² Violeta Assumpção da Cunha, bolsista de pesquisa pela FAPEMIG, é graduanda do 5º período de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal de São João del-Rei (violetacunha@gmail.com).

³ Ana Gabriela Oliveira Lima, bolsista de pesquisa pela FAPEMIG, é graduanda do 5º período de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal de São João del-Rei (gabriela.olima@yahoo.com.br).

⁴ Paulo Henrique Caetano, orientador do artigo, é professor e pesquisador dos cursos de Comunicação Social – Jornalismo e Letras da Universidade Federal de São João del-Rei (phcaetano@ufsj.edu.br).



Introdução

Conforme dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) de 2010, que mede a circulação dos periódicos no país, mesmo diante da concorrência com a internet, os jornais impressos diários mantêm o seu público: a *Folha de S. Paulo* vende em torno de 294 mil jornais/dia, *O Globo* fica um pouco abaixo com 262 mil exemplares/dia e *O Estado de S. Paulo*, 236 mil jornais/dia. Um dado surpreendente e que interessa a nossa pesquisa é a vendagem do jornal tablóide *Super Notícias*, do grupo Sempre Editora, de Minas Gerais, que superou a *Folha de S. Paulo* e, em 2010, chegou ao primeiro lugar, com 295 mil exemplares/dia. Um dos intuitos gerais da pesquisa da qual este artigo é parte é investigar se em Minas Gerais é possível afirmar que existe uma grande imprensa, pois, mesmo tendo um periódico no primeiro lugar no ranking dos impressos, alguns critérios para tal classificação devem ser observados. *O Estado de Minas*, que é o jornal mais tradicional do estado e que tem a maior abrangência territorial, vende em torno de 78 mil exemplares/dia apenas e não preenche totalmente os oito critérios discutidos a seguir.

Parte das reflexões de uma pesquisa financiada pela Fapemig, intitulada “Os impasses na consolidação de uma imprensa profissional em Minas Gerais”, este artigo propõe apenas uma análise preliminar da emergência do jornalismo popular e estabelecer uma diferenciação entre este e o jornalismo de grande imprensa. Para tal, parte-se de oito indicadores consolidados no grupo da pesquisa acima mencionada, sistematizados em Oliveira e Caetano (no prelo), para subsidiar as análises e contribuir para outros estudos voltados para a mídia impressa: 1) periodicidade diária, (2) vinculação ao Instituto Verificador de Circulação (IVC), (3) editorias consolidadas, (4) estrutura noticiosa de abrangência nacional, (5) poder de agendamento, (6) anunciantes de abrangência nacional, (7) circulação nacional e (8) posicionamento empresarial.



Alguns dos critérios acima serão tomados para uma análise primária, que partirá do *Estado e Minas* e conduzirá aos jornais populares *Super Notícia* e *Aqui*, considerando parcialmente sua morfologia e seu conteúdo. O artigo procura, num tom exploratório, lançar bases para a construção de conceitos mais consistentes, que possam colaborar na análise da imprensa mineira, principalmente no que se refere ao jornalismo popular, tão estigmatizado no escopo acadêmico mas que traz importantes questões para a mídia contemporânea.

No que segue, a imprensa mineira será comparada à de outros estados, estabelecendo uma premissa de análise, que a tem em posição desprivilegiada no país, principalmente se for considerado o critério (5) acima, o poder de agendamento. Em seguida será abordado o surgimento dos jornais populares de Belo Horizonte, redundando em uma análise piloto, em termos morfológicos e de conteúdo. Como considerações finais serão levantadas algumas questões e rumos de pesquisa, retomando os aspectos mais relevantes ao longo da discussão.

1. A imprensa política mineira: da modernização à atualidade

Há uma divisão proposta por Sodré (1999), que considera que a imprensa Brasileira teria quatro fases: Imprensa Colonial (1808 – 1822); Imprensa Publicista (1822-1840); Imprensa Informativa e Literária (1840 -1889); e Grande Imprensa (1889 até a atualidade). Se Minas teve seu primeiro jornal apenas em 1823, pode-se dizer que, segundo tal divisão, a província não participou da primeira fase da imprensa. O nascimento da imprensa mineira aconteceu já na segunda fase da imprensa nacional, marcada pelo publicismo. Segundo Mendes (2007), essa característica se manteve na imprensa mineira até 1885, mais de 40 anos após a imprensa nacional seguir a linha informativa e literária. Somente a partir de 1885 é que Minas se libertou do publicismo e entrou em sua fase informativa, com importantes diários surgidos em Juiz de Fora e, finalmente, em 1927, com a fundação do *Diário da Manhã*, inicia sua quarta fase, a grande imprensa.

O ano de 1897 pode ser considerado mais um marco na história da imprensa mineira, com a fundação da nova capital, Belo Horizonte. A partir daí, a imprensa, principalmente de Ouro Preto, começou a se deslocar gradualmente para o novo centro



administrativo. E além das publicações que iam se transferindo, outras foram surgindo no local. Conforme a cidade crescia, modernizava-se e industrializava-se, as consequências também eram sentidas na imprensa que, na década de 1920, viu surgir a grande imprensa mineira, com o *Diário da Manhã*. Mas ainda tinha destaque, desde 1899, o *Diário de Minas*, que foi o órgão oficial do Partido Republicano Mineiro (PRM) e que circulou até 1931. Nele importantes personalidades atuaram, como os escritores Carlos Drummond de Andrade e João Alphonsus de Guimarães, entre outros.

Na mesma época surgiram também periódicos que tinham como objetivo servirem de instrumento de campanha política. Segundo Mendes (2007) por nascerem com essa função, essas publicações tiveram curta duração, circulando somente no período eleitoral. Ainda assim tais jornais representaram uma evolução no jornalismo em Minas Gerais, com evidente profissionalização da imprensa.

Retornando ao *Diário da Manhã*, o jornal foi fundado em 14 de julho de 1927, marcando oficialmente a entrada de Minas na sua fase de grande imprensa. Criado por Augusto de Lima Jr., o jornal trazia uma proposta inovadora e maquinário bem moderno para a época. Entretanto, por fazer oposição ao governo, não conseguiu sobreviver, tendo duração de menos de um ano. Mas Lima Jr. vendeu a empresa para um grupo de jovens e, em 7 de março de 1928, o jornal reapareceu, desta vez com o nome de O Estado de Minas (que pouco tempo depois perde o “O”). Mais tarde, em junho de 1929, o jornal foi vendido a Assis Chateaubriant e passou a integrar o grupo Diários Associados. Assim o *Estado de Minas* passou a ser uma sociedade anônima, apenas identificada por seu sócio majoritário, Chateaubriant. Em 1931 foi criado o *Diário da Tarde*, também integrante dos Diários Associados e que circulou até recentemente.

Infeliz e paradoxalmente, a partir da entrada de Minas na grande imprensa iniciou-se uma concentração das publicações em Belo Horizonte. E parece não haver até o momento estudos que abordem o desenvolvimento da grande imprensa em outras regiões do Estado. Sendo assim, é possível constatar que a partir dos anos de 1930 foi se delineando o quadro de uma imprensa moderna: jornais mais permanentes, de melhor qualidade gráfica, com o uso de equipamentos próprios, tecnologicamente mais avançados e, especialmente, mais autônomos em relação a mudanças conjunturais nas lideranças políticas. E isso mesmo considerando exemplos como o *Estado Minas*, um



jornal ambíguo, que coloca como independente da questão política mas que, na prática, realiza um jornalismo de opinião e institucional vinculado na maioria das vezes ao governo regional (cf. OLIVEIRA e CAETANO, no prelo).

Após o Golpe Militar de 1964, aos poucos foram fechados todos os jornais considerados subversivos. Como exemplo temos o *Última Hora* e o *Binômio*, ambos comprometidos com reformas de base e pautados pela cobertura dos fatos do dia a dia. Nessa época, de acordo com Carrato (2002), o *Estado de Minas* radicalizava seu discurso, passando a promover campanhas de mobilização se setores como proprietários rurais, católicos conservadores e donas de casa contra as reformas de base e seus defensores.

E dessa maneira, enquanto alguns jornais foram desaparecendo, o *Estado de Minas* foi ganhando hegemonia e chegou ao final da década de 60 como única publicação eclética regional. Na década de 70 manteve uma linha editorial alinhada a algum partido político e frequentemente atacava políticos ou instituições progressistas. Em meados de 1988 após o *Estado de Minas* criticar de maneira contundente a administração de Newton Cardoso (PMDB), então governador do estado, este decide criar o jornal *Hoje em Dia*, fortemente inspirado no modelo do norte americano *USA Today*. O jornal está atualmente sob a administração do Pastor evangélico Edir Macedo. Em 1997, o deputado federal Vittorio Mediolí (PSDB), também desgostoso com o escândalo em que o *Estado de Minas* o envolveu, criou o jornal *O Tempo*.

Além dos jornais *Estado de Minas*, *O Tempo* e *Hoje em Dia*, Minas Gerais tem mais dois jornais diários de destaque e de considerável circulação no estado: os populares *Aqui*, dos Diários Associados, e o *Super Notícia*, da *Sempre Editora*. Os tablóides circulam a baixo preço no estado e, ao dar ênfase às editorias de polícia, entretenimento e esporte, confirmam o sucesso entre os leitores brasileiros. De acordo com dados do IVC relativos ao ano de 2010, 4 das 10 maiores circulações de jornais impressos no país são de jornais populares. Além do *Super Notícias*, primeiro classificado em tiragem, estão o *Extra* e o *Meia Hora*, do Rio de Janeiro, bem como o *Diário Gaúcho*, do Rio Grande do Sul.



2. A imprensa mineira no cenário nacional: poder de agendamento?

Como ponto de partida para outras observações, entendemos que é de suma importância avaliar o poder de agendamento da imprensa mineira em âmbito nacional. Para tanto, iniciamos com uma observação dos jornais que são amplamente conhecidos como mais importantes, representantes do ethos mineiro e nacional, em Minas Gerais e no Brasil, respectivamente, o *Estado de Minas* e a *Folha de São Paulo*.

Tomando o *Estado de Minas* com representante da imprensa mineira, pode-se dizer que o enfoque desta é em temas regionais, quando comparado com jornais do Brasil que compõem a grande imprensa. Ao comparar-se o *Estado de Minas*, jornal mais tradicional do estado, com o *Folha de São Paulo*, o segundo maior em circulação do país, percebe-se que o *Estado de Minas* dedica menos chamadas a temas nacionais. Na primeira página de cinco edições dos jornais, a *Folha de São Paulo* tem mais chamadas nacionais e mais delas são voltadas à política ou à economia, editorias clássicas na revelação de veículos de grande imprensa, como pode ser verificado nas Tabela 1 e 2 a seguir:

<i>Folha de São Paulo</i>	Do total de chamadas, quantas são nacionais	Das chamadas nacionais, quantas são sobre política ou economia
27.08.2010	16 => 8	8 => 6
18.12.2010	17 => 12	12 => 4
19.12.2010	13 => 9 ⁵	9 => 5
20.12.2010	16 => 11	11 => 6
21.12.2010	16 => 11	11 => 5

Tabela 1: edições da *Folha de São Paulo* quanto à publicação de chamadas locais e nacionais, sobre política ou sobre economia.

⁵ Edição com editorial sobre governo Lula na capa e com caderno especial intitulado "Os anos Lula".



<i>Estado de Minas</i>	Do total de chamadas, quantas são nacionais	Das chamadas nacionais, quantas se referem à política ou economia
27.08.2010	12 => 3	3 => 0
18.12.2010	10 => 5	5 => 4
19.12.2010	10 => 3	3 => 2
20.12.2010	13 => 6	6 => 2
21.12.2010	13 => 5	5 => 3

Tabela 2: edições do *Estado de Minas* quanto à publicação de chamadas locais e nacionais, sobre política ou sobre economia.

É necessário destacar, antes de descrever os dados das tabelas, quanto à *Folha de São Paulo*, além das notícias nacionais, todas as edições analisadas dão destaque significativo a matérias internacionais, o que não ocorreu com o *Estado de Minas*.

Sobre as tabelas, percebe-se que na edição em que o *Estado de Minas* dedicou proporcionalmente mais chamadas às temáticas nacionais, publicou 50% das chamadas sobre questões nacionais (edição do dia 18.12.2010). 50% é o percentual que a *Folha de São Paulo* dedica no dia em que tem menos chamadas nacionais (edição do dia 27.08.2010). Não foram contabilizadas as chamadas internacionais, frequentes no diário paulista e infrequentes no jornal mineiro.

Sobre o poder de agendamento do Estado de Minas, é difícil estabelecer algum ponto de partida, uma vez que o jornal raramente tematiza questões nacionais, reforçando a tese de sua jurisdição apenas estadual, não tendo força para pautar a mídia nacional.



3. O jornalismo popular do *Super Notícia* e do *Aqui* em relação ao padrão *Estado de Minas*

Os dois jornais populares de maior circulação em Minas, o *Super Notícia* (da Sempre Editora) e o *Aqui* (do Diários Associados), seguem o perfil regional dos jornais mais tradicionais em formato standard da capital mineira, a saber, o *Estado de Minas*, o *Hoje em Dia* e o *Tempo*. Todos esses cinco periódicos da capital são filiados ao IVC, dado que os credita como grande imprensa quanto ao critério (2) apontado acima, de vinculação ao Instituto. Porém, no caso dos populares, em termos de editorias, além de não demonstrarem a consolidação editorial referida no critério (7), dão ênfase a outras editorias que não de política e economia, como a de polícia, entretenimento e esportes.

Sobre o público leitor, o *Super Notícia* abrange diferentes classes sociais, com ênfase nas classes C e D.⁶ As características do jornal que estão associadas à sua grande vendagem (em 2010 o *Super Notícia* foi o jornal de maior circulação do país, com 295.791 exemplares) são sua estratégica forma de vendas, baixo preço, formato e conteúdo voltado para editorias mais populares. Além de poder ser adquirido em bancas de revista, o jornal é distribuído por vendedores ambulantes nas ruas e em pontos alternativos, como padarias. O *Super Notícia* custa R\$0,25 centavos e o formato tablóide facilita a leitura do jornal, que pode ser consumido durante o percurso do trem, ônibus ou metrô.

Os textos são curtos e a linguagem é simples e direta, com destaque para fotos e diagramação bem colorida. Ele dá destaque às editorias de polícia, esporte e entretenimento, além de privilegiar a prestação de serviço ao leitor. O enfoque de diferentes editorias, ainda que com destaque a temáticas regionais, pode ser percebido na comparação entre *Estado de Minas* e *Super Notícia*. No dia 27 de agosto de 2010, o *Estado de Minas* distribuiu as suas notícias ao longo de 20 páginas no “Primeiro Caderno”, oito páginas no caderno “Super Esportes”, seis no caderno “EM Cultura” e seis no caderno “Gerais”. A primeira página traz como principais destaques: a manchete “BH desapropria 240 imóveis para alargar a Pedro I”; uma foto com legenda a respeito

⁶ Classificações sociais utilizadas pelo próprio jornal e pelo Instituto de Verificação, mas criticáveis do ponto de vista sociológico.



de homenagem ao Padre Eustáquio, na Igreja dos Sagrados Corações no Bairro Padre Eustáquio de Belo Horizonte; e a manchete “Crack. A escalada da droga assassina”, esta relacionada ao aumento de assassinatos ligados à droga na grande BH.

Além dessas três chamadas regionais, há mais 9 pequenas chamadas de primeira página, das quais seis são regionais: “Afagos em Anastasia”, sobre sabatina com prefeitos durante campanha eleitoral para o governo de Minas; “Contra a seca, soro e umidificador de ar”, a respeito do clima seco na região; “Da TV para o palco”, sobre o cantor Rappin Hood; “Plano prevê internet barata em 8 cidades mineiras até o fim do ano”; sobre extensão de banda larga no Brasil, com ênfase nos municípios de Minas; e “Alto Paraopeba precisa de R\$2 bi até 2025”. destacando que o crescimento acelerado da região do Alto Paraopeba requer investimento em estradas, saneamento e saúde; e “Briga de irmãos trava um negócio da China”, sobre disputa entre herdeiros de grupo mineiro que barra a venda da empresa Pamin para a chinesa Wisco.

As três chamadas restantes são nacionais/internacionais: “Um mundial de bandeja”, especial sobre mundial de basquete; “Mapeado DNA de vírus que mais causa males”, sobre estudos nos EUA que investiga tratamento para classe de adenovírus; e “Células do fígado são criadas no laboratório”, sobre pesquisadores do Reino Unido que desenvolveram células hepáticas a partir de células tronco. De um total de 12 chamadas, 9 foram regionais e 3 nacionais ou internacionais.

No mesmo dia, o *Super Notícia* distribuiu as suas notícias ao longo de 24 páginas no caderno único. A primeira página traz como manchete “Estrangula mulher e joga corpo na piscina”, com o subtítulo: “Crime aconteceu no sítio onde acusado trabalhava como caseiro, em Macacos, distrito de Nova Lima; ele foi preso e confessou o assassinato”. Os outros destaques da primeira página são as seguintes chamadas: “Coelho e Tigre em ação hoje”, sobre o campeonato brasileiro de futebol; e “ Bruno passa o dia no Rio”, sobre o goleiro Bruno, em espera para depor sobre sequestro de Eliza Samudio. De um total de 8 chamadas, nenhuma se referia a política ou economia. Quatro se referiam a temas de Cidades, uma a Esportes, uma a Variedades e duas eram publicidade. Das 8 chamadas, 6 eram regionais e 2 nacionais.

O *Estado de Minas* traz na primeira página chamadas de política e economia, ainda que de forma diferenciada dos jornais que compõem a grande imprensa brasileira,



como a *Folha de São Paulo*. No dia 28, por exemplo, nenhuma das três manchetes de destaque do *Estado de Minas* dizem respeito à política, economia ou temas nacionais. Ainda assim, a política e economia aparecem na primeira página do jornal, mas voltadas ao contexto regional. O *Super Notícia* também privilegia assuntos regionais, sendo que política e economia perdem ainda mais espaço no popular, visto que na edição sob análise sequer houve chamada para estas editorias. Um aspecto importante a ser ressaltado sobre o *Super Notícia* é o reaproveitamento das matérias do jornal *O Tempo*, ambos da *Sempre Editora*.

O que tem sido observado é que após décadas de hegemonia do modelo *Estado de Minas*, a grande imprensa em Minas Gerais parece ceder espaço aos jornais populares, que deixaram de representar apenas a faceta sensacionalista e negativa do jornalismo. Mesmo dando ampla cobertura a editorias de polícia, esporte e entretenimento, a informação política e econômica aparece diluída no conteúdo dos jornais populares, atingindo parte da população até então não habituada ao consumo de periódicos.

Em janeiro de 2011, quando o IVC divulgou que o *Super Notícia* havia se tornado o jornal de maior circulação no país, superando a liderança do diário *Folha de São Paulo*, o editor do jornal mineiro, Rogério Maurício, falou sobre a classe C, que impulsiona a venda do jornal, afirmando: os “leitores não migraram de outro jornal para o nosso. É um novo mercado leitor. São pessoas que nunca leram jornal e encontram o *Super Notícia* em padarias, mercearias e bancas”.⁷

Considerações finais

⁷ Extraído do link <http://epocaestadobrasil.wordpress.com/2011/03/06/golpe-de-misericordia-jornal-super-noticia-passa-a-folha-e-editor-acredita-que-jornal-possa-crescer-ainda-mais-nem-o-psdb-salva-a-folha/>. Acesso em 06 de março de 2011.



Há uma série de fatores que podem explicar o alto número de vendas atingido pelos tablóies mineiros, principalmente o *Super Notícia*. A partir da observação e análise quantitativa com relação às manchetes e notícias dos jornais considerados grande imprensa e dos tablóides, foi possível perceber alguns desses fatores. O primeiro parece ser o acesso à informação. Além das convencionais bancas de jornal, também é oferecido por vendedores ambulantes em pontos de grande circulação e em postos alternativos, como padarias. E o preço é convidativo: R\$ 0,25 por exemplar. Outra característica é a linguagem direta. É como uma adaptação da mídia impressa que agora precisa conviver com um novo veículo de comunicação, a internet e suas novas formas de expressão languageira, mais dinâmica e objetiva.

Essa linguagem direta dos tablóides é determinante para que a comunicação seja rápida e fácil, tanto para quem a produz como para quem consome. É possível comparar o boom dos tablóides na Inglaterra, que esteve relacionado à industrialização, com essa explosão no Brasil, que pode estar relacionada com a disseminação da internet.

Outro fator que merece destaque é o enfoque regional recorrente nas matérias. Esse fator merece destaque, pois, curiosamente, é ele que dificulta a circulação nacional. E, paradoxalmente, o mesmo regionalismo tão peculiar dos tablóides é uma das possibilidades para seu grande alcance em termos de venda. Mas esse regionalismo é fruto de um jornalismo que procura dialogar com o cotidiano das camadas mais populares. Outro aspecto muito comum nos tablóides é o da prestação de serviços, relacionados à saúde ou saneamento e até mesmo política e economia, mas em um contexto mais significativo e menos hermético quanto aos interesses do leitor.

O surgimento dos jornais populares em Minas, mesmo que historicamente tardio, encontrou um cenário favorável, pois o tipo de jornalismo exercido pelo *Estado de Minas*, institucional e partidário, há muito não conquistava leitores e atendia apenas às classes A e B. Outra hipótese considerada é que o jornalismo praticado e intensificado no período da ditadura, mais engajado, defensor de uma postura política progressista, espalhou-se pelas redações com a retomada da democracia mas foi, gradativamente diminuindo em intensidade com a relativa estabilidade econômica e social alcançada na década de 90. O jornalismo engajado foi se diluindo, tanto no aspecto da prática jornalística quando em termos da demanda de leitores, talhando um



perfil de cliente em busca de entendimento sobre mudanças econômicas e políticas da nação, agora mais estável.

Se na atualidade os jornais populares são os de maior circulação, isso parece sugerir que os jornais resgatam seu valor de uso como fonte de informação, considerando que abordam os fatos que assolam grande parte da população. É na editoria de Cidades, Polícia, Lazer e Esportes que a população tem noticiada sua realidade mais evidente. Mas nessas editorias também estão presentes temas como política e economia, mesmo que diluidamente, porque cobrem aspectos indissociáveis da realidade sociocultural brasileira. Assim sendo, os jornais ainda evidenciam seu vínculo com a política, como evidenciado em Castro (1995, p.33):

Podem ser consideradas matrizes da imprensa mineira do século XX a política, a literatura e o associativismo. Obviamente, a articulação com a política ultrapassa os anos 30 e permanece ainda hoje como uma matriz importante da atividade periodística. (...) Nessa matriz se produz um grande conjunto de jornais, em que se reflete o interesse transitório de alguma autoridade, a inserção em campanhas partidárias ou mesmo a defesa de determinadas posições no campo político.

Novamente, a histórica relação do jornalismo com a política em Minas Gerais ainda permeia os principais jornais mineiros, mesmo que tenham passado pelo processo de modernização que caracteriza a chamada grande imprensa. Mas existem também outros fatores, identificados nesta análise, como regionalismo, que explicam, por exemplo, a estagnação do *Estado de Minas*, enquanto o popular *Super Notícia* se torna o jornal de maior circulação do país, confirmando o sucesso dos tablóides em todo o Brasil. Mas o *Super Notícia* evidencia também a filiação da imprensa com a política em relação aos produtores de informação, ainda que exerça um modelo focado em entretenimento, esportes, páginas policiais e prestação de serviço, associado a baixos preços e facilidade de acesso. O que se busca é perceber a partir desse ponto, como próximo passo de pesquisa, a permanência ou declínio dessa relação entre política e imprensa nos tablóides mineiros, com suas novas fórmulas e formatos.

Referências



MENDES, Jairo Faria. *O silêncio das Gerais: o nascimento tardio e a lenta consolidação dos jornais mineiros*. Tese de Doutorado do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo: 2007. (Orientação: José Marques de Melo).

OLIVEIRA, Luiz Ademir de e CAETANO, Paulo Henrique. “A grande imprensa em Minas Gerais: entre o jornalismo institucional e o modelo de gestão empresarial”. Artigo enviado para publicação no VIII Congresso Nacional de História do Jornalismo (REALCAR), no prelo.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 1999.

CARRATO, A. Imprensa mineira, um monopólio próximo ao fim. In: MOUILLAUD, M., PORTO, S. D. (Org.). *O Jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Editora da UnB, 2002.

CASTRO, Maria Ceres Pimenta S. *Itinerário da Imprensa de Belo Horizonte: 1895 - 1954*. (Coleção Joaquim Nabuco Linhares). Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1995.