

O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira

Marialva Barbosa¹

Resumo

Dois movimentos concomitantes caracterizam a imprensa do Rio de Janeiro na década de 1920: o aparecimento de um jornalismo eminentemente sensacional e o surgimento dos primeiros conglomerados de imprensa, representados pelos Diários Associados. Espelhando de certa forma o chamado pensamento conservador, os jornais da cidade adquirem características peculiares. Para uns o sensacional é a grande arma de conquista do público. Para outros, a ação política seria fundamental. Em meio a esses dois movimentos, o grupo dos Diários Associados lançam aquela que seria a principal revista ilustrada brasileira do século XX: *O Cruzeiro*. Este texto - parte de uma ampla pesquisa, financiada pelo CNPq, que reconta a história da imprensa no Rio de Janeiro a partir dos indícios deixados pela múltiplas falas do público - faz uma breve reflexão sobre a história inicial desse periódico de um ponto de vista particular: o olhar do leitor. Num primeiro momento, reproduz as estratégias editoriais e mercadológicas quando do lançamento da publicação em novembro de 1928. Como segundo movimento, descreve as práticas jornalísticas adotadas na década seguinte, que pode ser considerado o momento de consolidação da revista no cenário nacional brasileiro. Até o momento, remontamos a história da imprensa do Rio de Janeiro durante os cinquenta primeiros anos do século XX, estando agora exatamente na metade. A partir dessa análise inicial escrevemos o livro “Desvendando a face do público: 50 anos de imprensa do Rio pelo olhar do leitor”, que está sendo editado com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio de Janeiro (FAPERJ).

Indícios e Vestígios

Que indícios e vestígios o leitor de *O Cruzeiro*, de 1928, deixou impregnado nas páginas daquela que seria uma das mais importantes publicações brasileiras do século XX? Recuperar a história de um veículo de comunicação pela ótica das leituras plurais do seu público é, sem dúvida, um exercício metodológico que enfatiza alguns pressupostos.

Em primeiro lugar, considera que o passado é sempre objeto de uma interpretação, sob a ótica da leitura do pesquisador do presente. Assim, o que de fato se

¹ Marialva Barbosa fez pós-doutorado em Comunicação pelo CNRS/LAIOS, Paris, 1999 e é Doutora em História Social pela Universidade Federal Fluminense (1995). Professora Titular de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense. Professora e atual coordenadora do Mestrado de Comunicação, Imagem e Informação da Universidade Federal Fluminense. Membro do Comitê Acadêmico da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação.

deu está irremediavelmente emoldurado pelas ações do passado. São as pegadas, os indícios e os vestígios que esses passos deixaram, que o pesquisador procura enxergar, mas sempre sob a ótica da interpretação.

Assim, este estudo procura remontar, ou melhor, reinterperter a história daquela que foi uma das mais importantes publicações brasileira do século XX a partir de uma ótica extremamente particular: o leitor.

São os indícios de apreensões de sentido e de apropriações deixados no texto que nos permite aventurar na recuperação de uma dada leitura do passado. É essa leitura que vai montando a história do periódico e não o contrário. O leitor é que reconta aquela história, a partir de um movimento interpretativo operacionalizado em duas direções: o do leitor do passado e o do leitor do presente, no caso o pesquisador.

Baseados no pressuposto de que a ação de ler é antes de tudo uma atitude ativa e que uma obra só se constrói pela interação texto e leitor (RICOUER: 1997), procuramos nesta pesquisa – da qual apresentamos apenas uma pequena parte –, dar voz ao gesto interpretativo do público.

Para Ricouer existe uma espécie de mundo do leitor, só ganhando a obra significação através da mediação exercida pela leitura. O leitor se acrescenta ao texto como uma espécie de complemento.

Sedimentando essas suas afirmações na estética da recepção e do efeito, proposta sobretudo por Jauss e Iser, Ricouer estabelece alguns pressupostos essenciais para a construção de uma estética da leitura. Da mesma forma que existe um autor implicado, para ele também o leitor está implicado no texto.

Esse leitor deixa espécies de espaços em branco, lugares de indeterminação, que só são construídas no ato de leitura. Para Ricoeur o texto é “como uma partitura musical, suscetível de execuções diferentes” (1997:287).

Assim, caberia ao pesquisador do presente remontar esses ritmos, harmonias, enfim essa notação do leitor, através também de uma leitura. A obra que foi executada pelo leitor e pelas leituras do passado é também submetida ao mesmo movimento pelo leitor-pesquisador do presente. A ela são sobrepostas características que definem o seu lugar no mundo dos textos.

Uma leitura feita de imagens

Nada mais fugaz nem tão leve que o interesse do leitor de notícias. Um rápido passar de olhos sobre o título e, às vezes, a graça de uma leitura apressada do texto compensam, muitas, muitas vezes, dias, semanas, meses de esforços, riscos, ansiedade, toda a vigília de um repórter. Este é o seu prêmio. O comentário. Uma frase de elogio. O telefonema de um amigo. Na manhã seguinte, ele troca Peron por um mestre de gafeira e vai gastando a sua lama, as suas emoções, a sua sensibilidade, o seu fígado, a sua alegria, vai-se desidratando, vai secando o seu estilo, vai depenando a imaginação, vai cortando as asas de veludo de sua fantasia, para ser apenas um relator de fatos, um contador de histórias que acontecem. O repórter é um anatomista. A notícia é o cadáver... (Moraes: 1965)

No final dos anos 1920 surge na cena carioca uma revista aberta a novas possibilidades de leitura para este fugaz leitor de notícias. A leitura da imagem ganha destaque na cena do jornalismo, com a criação deste novo periódico: *Cruzeiro*.

As estratégias de publicação moldam práticas de leitura. Cria-se, em conseqüência, novos gêneros de textos e novas fórmulas de publicação. Ao diversificar a forma e o conteúdo dessa imprensa diária ou semanal alarga-se, a rigor, esse auditório fugaz e nem sempre visível. Cada nova publicação cria novas formas de organização e de transmissão dos textos, consolidando uma certa cultura escrita.

Dentro do território textual disponível, como acentua Chartier (1999: 31), os leitores assumem o comando, dão significado às obras e as investem de suas próprias expectativas. Os recursos técnicos visíveis nessas novas publicações não possuem uma significação unívoca, como também não possuem o conteúdo que salta dos periódicos. A técnica e o conteúdo são aquilo que os produtores e os usuários fazem deles.

No texto memorialístico sobressai as formas de leitura. A pressa com que o receptor toma conhecimento da informação, o fato de um título chamar a sua atenção. A leitura se faz de forma entrecortada, tal a profusão de informação que inunda as páginas desses periódicos.

Uma dessas apropriações realizada pelo leitor se traduz no comentário, também explicitado no texto memorialístico de Mário de Moraes. “Este é o seu prêmio. O comentário. Uma frase de elogio. O telefonema de um amigo”.

Mas o que é o comentário? O que indica sobre a leitura? O que informa sobre o processo de recepção?

Foucault (1996) considera o comentário como um dos procedimentos internos de controle do discurso. O comentário seria um dispositivo discursivo para dominar o próprio discurso, reduzindo o que este tem de acontecimento e acaso. Toda sociedade,

escreve Foucault, separa alguns discursos para conservá-los, dando lugar a novos discursos. São pois infinitamente repetidos, comentados e transformados.

O dispositivo do comentário supõe um princípio de seleção dos textos e um conjunto de regras que estabelecem as formas legítimas de relação com esses textos, isto é, as leituras. Assim, cada texto está inscrito em pré-figurações lingüísticas anteriores que pressupõem formas e modos de leituras. Pressupõem também disparidades de apropriações, de controle, de interpretações.

Permite, enfim, a construção de um novo texto a partir do original. A presunção dessa afirmativa faz com que cada leitor dos periódicos ao comentar o texto, ao reelaborá-lo, ao tomar posição crítica, ao passar os olhos rapidamente sobre as manchetes e relegá-las a segundo plano seja, também, autor.

Bakhtin (1990), ao considerar o caráter dialógico do texto, destaca também a questão do comentário, mas sobretudo a transfiguração dos textos, ao serem transpostos para um outro regime de literalidade. “Embora não saibamos da mesma (palavra) tudo o que pode nos dizer, a introduzimos em novos contextos, a aplicamos a um novo material, a colocamos em uma nova situação para obter dela novas respostas, novas facetas quanto a seu sentido e novas palavras próprias (porque a palavra alheia produtiva gera em resposta, de maneira dialógica, nossa nova palavra)”.

Haveria, pois, duas ordens de texto: um certo texto acabado, morto em sua literalidade e um texto aberto a construções múltiplas, sendo, portanto, inacabado, dinâmico e vivo em cada uma de suas traduções. E é possibilidade de ser traduzido sempre pela leitura que dá ao texto seu caráter polissêmico e sua pluralidade a múltiplas interpretações/criações.

Mas é preciso considerar que o ato de ler é, sobretudo, provisório, já que a leitura é sempre substituída por uma outra leitura indefinidamente.

Assim, qualquer análise é antes de tudo uma leitura e uma interpretação. A análise que se faz hoje das leituras múltiplas realizadas pelo público dos periódicos de outrora nada mais são do que interpretações de um mundo múltiplo e plural. Interpretações de uma cultura do impresso que existia somente naquele mundo.

Um mundo que vê surgir em 10 de novembro de 1928 uma nova publicação. Cinco dias antes, 4 milhões de folhetos – um número três vezes maior do que o de habitantes da cidade – são atirados do alto dos prédios na cabeça de quem passa na então Avenida Central. Os volantes anunciam o aparecimento de uma revista

“contemporânea dos arranha-céus”, uma revista semanal colorida que “tudo sabe, tudo vê”. Os panfletos trazem no verso anúncios que serão veiculados pela nova publicação.

Que tipo de sensação causara na cidade estas estratégias? Teriam elas levado o leitor de 1928 a comprar cinco dias mais tarde a nova publicação que trazia numa capa inundada de cores a figura desenhada de forma hiper-realista de uma mulher?

Além da profusão de cores, a capa do número um chama a atenção para o caráter do desenho do rosto de mulher que a ilustra: a figura de uma melindrosa. Unhas cintilantes, sombra nos olhos e boca pintada. Completando a atmosfera, sobre o rosto da melindrosa as cinco estrelas de prata do Cruzeiro do Sul que haviam inspirado o nome da revista. Abaixo do título a complementação: *Cruzeiro* é uma Revista Semanal Ilustrada.

Com a redação, administração e oficinas funcionando na Rua Buenos Aires, 152, *Cruzeiro* é dirigida por Carlos Malheiro Dias. Possui agentes em todas as cidades do Brasil e correpondentes em Lisboa, Paris, Roma, Madrid, Londres, Berlim e Nova York. O número avulso custa 1\$000 e a assinatura anual em todo o território nacional é de 45\$000. No exterior o preço aumenta consideravelmente: 60\$000. Ainda neste primeiro número anunciam a tiragem do novo periódico: 50 mil exemplares. (*Cruzeiro*, n. 1. 10/11/1928)

Quase a metade das 64 páginas da revista está repleta de anúncios. Além de páginas inteiras a cores oferecendo os automóveis Lincoln, as novas vitrolas da GE e filmes da Metro Goldwyn Mayer, há também uma profusão de pequenos anúncios: de produtos de higiene à casas de tecidos, de hotéis à cabelereiros; de fogões a gasolina à restaurantes. Profissionais liberais, como médicos e advogados também anunciam em suas páginas. Remédios e elixires os mais diversos completam a extensa lista.

Lado a lado com os anúncios na primeira e na segunda páginas, explicam para o leitor – que poderia ser também um anunciante em potencial - a importância da propaganda:

Um grande anúncio mal apresentado e mal redigido vale menos do que um pequeno anúncio atraente. Nem sempre o objeto do anúncio suporta uma larga despesa de publicidade. Um pequeno anúncio insistente produz mais do que um grande anúncio isolado. Criando a seção de pequenos anúncios “Cruzeiro” oferece ao anunciante o meio de obter com o mínimo dispêndio o máximo da eficiência publicitária.

Tudo isso por apenas 5\$000 por centímetro, o preço com que compra cinco revistas. E complementam: “A propaganda passa a ser um poderoso instrumento

também no Brasil e o telefone a principal arma para dinamizar as vendas”. (Cruzeiro,10/11/1928).

O texto de apresentação do primeiro número traça inicialmente um paralelo entre o nome da publicação e a história do próprio país. Assim *Cruzeiro* é, ao mesmo tempo, “fonte de inspiração para os primeiros nomes do país”, “a constelação que guia os navegantes”, “o nome da nova moeda brasileira” e o “símbolo da bandeira”. Dessa forma é, ao mesmo tempo, símbolo cristão e símbolo-síntese da nacionalidade. Por tudo isso “Cruzeiro é um título que inclui nas suas três sílabas um programa de patriotismo”.

O mesmo texto particulariza para o leitor as diferenças básicas, na concepção da época, entre revista e jornal.

Um jornal pode ser o órgão de um partido, de uma facção, de uma doutrina (...) A cooperação da gravura e do texto concede à revista o privilégio de poder tornar-se obra de arte. A política partidária seria tão incongruente numa revista do modelo de *Cruzeiro* como num tratado de geometria (...) Uma revista deverá ser, antes de tudo, uma escola de bom gosto”.

Materializando o que definem como ideal, divulgam nas páginas internas reportagens, contos e crônicas, nos quais a ilustração tem sempre destaque. O cunho nacionalista domina o discurso. “A evolução da moeda no Brasil”, “A grafia de Brasil” ao lado de charges encabeçadas pelo título “Progresso” ou copiadas de revistas estrangeiras. O tema feminino também está por toda a parte, indicando um público potencial que pretende conquistar.

No primeiro número, indicam, ao lado de cada texto, o tempo médio de leitura. Assim, para ler a entrevista com o presidente de Portugal, Oscar Carmona, o leitor iria precisar de treze minutos e vinte segundos. O conto “Salva pelo amor” demandaria um tempo maior: 26 minutos e vinte segundos. A reportagem sobre a realização do filme *Helena de Tróia*, da Metro Goldwyn Mayer, dez minutos exatos. O texto no qual o leitor levaria mais tempo é uma entrevista com o pioneiro na produção de desenhos animados no Brasil: Luiz Seel. Para percorrê-lo seriam necessários, segundo a revista, exatos 38 minutos e dezessete segundos.

Presumindo, pois, as pausas, as interferências, os momentos mesmo de leitura, a indicação da temporalidade evidencia também uma certa presunção igualitária existente na maneira de ler daquela sociedade. Indica a existência de uma cultura da leitura dominante, ainda que não unívoca.

É a leitura feita nos ambientes fechados, em voz baixa, com toda a atenção voltada para o texto. O leitor de *Cruzeiro*, devia, pois, inicialmente folhear a revista,

passar os olhos sobre a profusão de ilustrações e fotos existentes em todas as páginas e só depois se deter nos temas que mais lhe chamam a atenção. Ai, sim, começa o que a revista considera a leitura.

A indicação do tempo real para ler cada um daqueles textos pode evidenciar também a necessidade de direcionar o leitor para um veículo considerado completamente diferente do que ele estava habituado. *Cruzeiro* não é uma revista ilustrada como qualquer outra. É, como eles mesmo afirmam, uma espécie de “obra de arte”. Pode indicar também que se deseja capturar leitores até então não habituados a este tipo de veículo: a revista ilustrada.

Mas pode significar muito mais: o tempo de leitura expresso no próprio veículo tem uma função também de natureza informativa e ideológica. Particulariza claramente quanto o leitor gastará do seu tempo livre na tarefa de ler *Cruzeiro*.

Há uma espécie de obsessão do tempo. Numa sociedade que ainda está dominando o tempo, dividindo-o sob a égide da lógica econômica capitalista, no tempo do trabalho e no tempo do lazer, claramente distintos, onde um não pode interferir sob o outro, o tempo da leitura também deve ser aprisionado.

Olho o relógio. Nove horas! Lucia está se preparando para ir ao cinema, ou para ir ao teatro, ou para ir a casa de uma amiguinha, de onde volta à meia-noite, à uma hora, às duas horas, pálida debaixo do rouge e sem sono (*O Cruzeiro*, n.2, 17/11/1929).

Uma outra prática editorial comum à época – a interrupção das matérias que têm sua continuidade depois de várias páginas subseqüentes – também não deve ser vista como resultado tão somente dos modelos editoriais existentes.

Esse tipo de edição tanto das revistas como dos diários indica uma prática de leitura particular: o leitor lê de forma entrecortada. Não há a mesma noção de linearidade que já existe nas décadas seguintes. O texto é feito para ser seccionado. O texto é feito para ser, em certo aspecto, memorizado...

Ao folhear a revista, a continuidade do texto páginas e páginas adiante induz a pensar que o leitor não se desvia pelo caminho, memoriza a última frase e continua o texto, formando uma apreensão de sentido.

Não seria justo pensar que este leitor capaz de percorrer um caminho sinuoso para a leitura teria também uma leitura sinuosa?

Pouco meses depois de seu lançamento, *Cruzeiro* torna-se a grande revista nacional. As estratégias adotadas para conquistar leitores são inúmeras: propõe manter

contato direto com o público recebendo cartas em várias seções, como a jurídica, a médica e a de “arquitetura doméstica”. Além disso, abusam das ilustrações, que dão o tom mesmo da revista. Distribuem prêmios variados. Instituem concursos os mais diversos para a participação do público.

O primeiro deles é lançado ainda no número 1: um concurso de fotografia:

Cruzeiro institui um prêmio de 500\$000 destinado ao fotógrafo profissional ou amador que lhe trouxer o instantâneo inédito de um acontecimento que possa ser considerado sensacional pelo assunto e pela técnica de execução (Cruzeiro, 10/11/1928).

Meses depois lançam um outro concurso que causa ainda mais sensação: de contos e novelas. Os dez primeiros classificados teriam seus trabalhos publicados na revista. O concurso desperta tal interesse que poucas semanas depois são obrigados a suspender o recebimento de originais. Em curto espaço de tempo, mais de quatrocentos textos tinham chegado à redação, “surgidos tanto dos grandes centros de cultura como dos mais apagados recantos da província” (MORAIS, 1994:194).

Um público claramente buscado pela revista é o feminino. Para ele dedicam numerosas páginas e seções. Uma delas – *Dona* – mostra que é a mulher de melhor poder aquisitivo a leitora da publicação.

Além dessa, dedica também ao público feminino a seção *Carta de Mulher*, onde publicam correspondências das leitoras. *Cinelândia*, com as novidades sobre o cinema americano e fofocas das estrelas de Hollywood, *Estádio*, com notas sobre esportes variados, e *Consultório Médico* completam as principais seções da publicação. Nesta última, um médico responde às dúvidas dos leitores sobre os mais diversos problemas de saúde.

Há também nesse *Cruzeiro* dos primeiros tempos seções de curiosidades, culinária, coluna social, moda e charges internacionais. Crônicas e contos de autores como Malba Tahan, Eça de Queiróz, entre outros, compõem o restante do conteúdo.

Em todos os textos, fotos materializam o clima do artigo ou da reportagem e são poucas as páginas que não contêm pelo menos um anúncio, distribuído – segundo a revista – “de modo a atrair a atenção do leitor”.

As indicações que transpõem as páginas e o próprio tempo mostram que este leitor está por toda a parte. Podiam ser jovens que dedicam parte do tempo livre ao acampamento, podia ser um sargento do exército, uma noiva interessada no preço do

enxoval, uma outra com a atenção voltada para os últimos desfiles dos modistas. Podia também estar nas cidades do interior.

Na edição de aniversário (n. 52, 2/11/1929) publicam a seção “Fotografias de nossos leitores”. São seis fotos: “A futura capital do Brasil”, feita por um leitor baiano; “Carteiro”, de autoria de um morador de São Lourenço; “A amiguinha de O Cruzeiro”, mostrando uma menina segurando exemplares da revista, enviada por um leitor de Taubaté. Ao lado dessas, “Burros”, de um leitor de Pedro do Rio, no interior do estado do Rio, “Cultura física”, mandada do Espírito Santo e “Queda de um coqueiro” enviada por um leitor de Maceió.

A fidelidade à publicação é motivo para premiação. Um acordo com as casas lotéricas – naturalmente também anunciantes – faz com que estas se comprometam a fornecer um bilhete para os assinantes da revista em cada extração.

As estratégias publicitárias adotadas pelos novos periódicos do futuro império de Chateaubriand deram certo. Os lucros obtidos pelas empresas lideradas por *O Jornal*, em 1928, foram da ordem de 4500 contos.

No ano passado essas três fontes – publicidade, assinaturas e venda avulva nos deram quase 4500 contos de lucro líquido. Se 1929 terminar como está começando para nós, o grupo de empresas liderado por *O Jornal* terá uma receita líquida de 12 mil contos de réis. (*O Jornal*, 12/1/1929, apud MORAIS: 191).

Uma revista invade corações e mentes

Mas *O Cruzeiro* só se consolidaria no mercado editorial brasileiro na década seguinte.

Gradativamente o periódico, que apresenta fotografias acompanhando todos os artigos, reportagens, crônicas e seções variadas, vai conquistando leitores e leituras. Editada com 47 páginas, além de acrescentar o artigo o ao seu título original, começa a caminhada em direção à expansão que seria recorrente nas décadas seguintes.

Na edição de 25 de outubro de 1930 anuncia um programa de remodelação geral, com a importação da Alemanha de uma nova rotativa capaz de produzir rotogravuras a cores.

O Cruzeiro que inaugurou a rotogravura na imprensa ilustrada nacional e que serviu de campo experimental para a rotogravura a cores, para o que tem já montada nas suas novas oficinas a gigante rotativa de cinco unidades, adquirida na Alemanha.

O programa de remodelação – como a própria revista nomeou como novidades – inclui também o aumento do número de páginas.

Essas reformas representam em seu conjunto um dos mais arrojados empreendimentos editoriais até hoje realizados no Brasil, e compreendem a execução semanal de 64 páginas em rotogravura e cromo-rotogravura e uma vasta colaboração literária e artística, confiada aos nossos mais notáveis escritores e ilustradores.

A seguir, no mesmo texto dirigido expressamente aos seus leitores, anunciam a futura alteração do preço do exemplar. Antes, porém, materializariam para o público as inovações editando uma vez por mês um número especial da revista. Assim, o leitor teria

a demonstração prévia da importância que vai assumir essa remodelação de modo a que nossos leitores possam verificá-la, acompanhando-a nas suas fases progressivas, e reconhecer devidamente a sua importância.

O número especial tem um sentido determinado: “facultar ao leitor a apreciação das reformas por que vai passar esta revista até ultimar sua completa reformulação” (“O Cruzeiro a seus leitores”. In: *O Cruzeiro*, 25/10/1930).

Ao mesmo tempo em que experimentam novos processos ainda desconhecidos, o que trazia riscos à edição, promove a adaptação dos leitores a elementos introduzidos no suporte impresso até então ausentes da imprensa nacional. Manter o leitor fiel é o objetivo buscando, como também o é habituá-lo a nova leitura que introduz a profusão de cromos a cores, num universo até então dominado pelo realismo em preto e branco.

A primeira edição de novembro de 1930 tem um só destaque: a deposição de Washington Luís. A capa da revista reproduz uma foto do general Menna Barreto, acompanhado por outros militares, em frente ao Palácio Guanabara no dia da deposição do presidente. A matéria dá a senha para a tônica da revista durante o período do chamado Estado Novo: o apoio incondicional à Getúlio e à Revolução de 1930.

O editorial deste número é ilustrado pela imagem do presidente deposto sendo conduzido de carro até o forte de Copacabana, onde seria preso. Para a revista a reprodução fotográfica servia de verdadeiro documento-monumento dos acontecimentos. Construía assim no presente uma história futura.

A fotografia desta página fixa o acontecimento máximo do movimento revolucionário de 24 de outubro, quando o Sr. Washington Luís, deposto das suas supremas funções de Chefe do estado pelas forças armadas constituídas em Junta Pacificadora; e tendo-se inflexivelmente negado a abdicar, foi conduzido como prisioneiro à fortaleza de Copacabana em seu automóvel,

acompanhado por sua Eminência o Sr. Cardeal D. Sebastião Leme e pelo Sr. General Tasso Fragoso, presidente do triunvirato militar que assumiu o poder sob a designação da Junta Governativa Provisória, como mandatário da revolução triunfante.

A seguir, explicam, detalhadamente, as razões da prisão do presidente deposto, exagerando nas tintas descritivas para deixar claro que a ação extrema fora decorrência da própria incompreensão de Washington Luís.

Foi somente ao anoitecer do dia 24, pela relutância invencível do Sr. Washington Luís em aceitar a fórmula da resignação tão avessa à sua rígida tempera, e que, com patética altivez declarara ser a vida naquele momento, o bem que menos prezava, que os chefes do Exército deliberaram constituir-lo prisioneiro, cercando-o de todas as garantias e transportando-o ao forte de Copacabana, quando já a adesão de São Paulo pusera termo às últimas e débeis resistências apostas à sublevação nacional (O Cruzeiro, 1/11/1930).

Na mesma edição publicam cinco páginas com 27 fotografias mostrando a vitória da revolução. São imagens da população comemorando nas ruas, uma delas, inclusive, tirada em frente ao *Diário da Noite*; do empastelamento de jornais governistas pela multidão, como *O Paiz* e das tropas em combate em frente ao Palácio Guanabara, entre outras.

Na edição da semana seguinte, Getúlio Vargas é o tema e a capa da publicação. Começa, aí, também em *O Cruzeiro*, a construção da mítica em torno da imagem personalista de Getúlio que se intensificará com a ação das instituições responsáveis pela consolidação do chamado discurso estadonovista.

Na mesma edição, o editorial é substituído pela reprodução a Ordem do Dia nº 1, do Comando Geral das Forças Nacionais. Diversas páginas ostentam fotos dos comandantes da Revolução e editam ainda imagem de página inteira de um Getúlio Vargas austero e nomeado como “chefe supremo da revolução”.

Essa é a tônica do número. Há incontáveis matérias falando das ações revolucionárias pelos quatro cantos do país e seus diversos participantes. A seção “Fatos da Semana” é substituída por “Figuras e Fatos da Revolução”.

Até o final de 1930, as mudanças editoriais são esporádicas e sem grande impacto. Os contos agora são publicados a moda dos folhetins, com a continuação da história nos números seguintes. Com isso, ao mesmo tempo em que trazem para o público um tipo de texto e de edição familiar, criam a fidelidade do leitor que deseja acompanhar o desfecho da trama. Ao invés da profusão de pequenas fotos registradas nos anos anteriores, publica páginas gráficas, ocupadas inteiramente por fotografias, como ocorre com a edição de 30 de novembro de 1935. Neste número, além da

publicação de uma nova coluna – *Novidades da RKO-Rádio*, onde noticia as tendências da moda das estrelas norte-americanas – o Dia da Bandeira é lembrado através de duas páginas com fotografias das comemorações. Continuam destinando grande parte de seu conteúdo às mulheres, seja através de colunas já existentes – como *Dona* - ou de outras criadas posteriormente como *Mãe e Filho*, na qual um pediatra dá conselhos médicos e educacionais. A questão da saúde está sempre presente. Uma nova seção destinada a oferecer conselhos sobre o físico – reproduzindo inclusive exercícios que as mulheres devem praticar – ganha destaque: *Graça, saúde e beleza*.

Mas os temas políticos continuam sendo editados, algumas vezes com grande destaque.

Tal como outros veículos pertencentes à Chateaubriand, também *O Cruzeiro* apóia incondicionalmente o governo durante os acontecimentos de outubro de 1935. Assim, na edição de 7 de novembro daquele ano, em duas páginas, a revista noticia o desfecho do levante da Praia Vermelha.

Aos primeiros momentos da sedição, madrugada ainda, o Sr. Getúlio Vargas dirigiu-se de automóvel para a Escola Militar, onde permaneceu ao lado dos oficiais que ficaram fiéis ao Governo, levando o incentivo de sua presença aos soldados que combatiam os amotinados (*O Cruzeiro*, 7/11/1935).

Na matéria são editadas sete fotos dos oficiais comemorando a vitória.

Diversas promoções continuam sendo a tônica da revista como meio de conquistar leitores. Muitas vezes divulgam concursos realizados por outras empresas jornalísticas, como por exemplo o que é lançado pela Rádio Tupi, pouco tempo depois de sua inauguração, em 1935, em que promove um “Concurso de Música Popular Brasileira” para o ano seguinte. Concorriam sambas e marchas, através de votação popular e os prêmios alcançam 2:000\$000 reis (*O Cruzeiro*, 6/11/1935).

Em 1938, a revista muda de endereço: do moderno prédio da Avenida 13 de maio, onde funciona todos os veículos pertencentes à Chateaubriand, para uma sede própria na rua do Livramento, um arranha-céu, projeto de Oscar Niemeyer.

A grande mudança, mas de natureza editorial, só viria dois anos depois: o novo estilo de reportagem. Inaugurando a grande reportagem de caráter investigativo, a revista possui ao alvorecer da década 1940 agências em todo o país e correspondentes nas principais capitais do exterior. A II Guerra Mundial é o grande tema dos anos 1940.

O primeiro número da década, de 27 de janeiro, tem como matéria principal uma reportagem fotográfica sobre o conflito, mostrando os confrontos entre russos e

finlandeses e uma vila alemã tomada pelos franceses. Entremeando esse clima belicoso, notícias sobre estrelas de Hollywood, contos falando de amor, traição ou enfocando histórias fantásticas. Em julho de 1940, o assunto principal é o Armistício França-Itália-Alemanha. Sete fotos mostram a “paz de Copenhague e Munique”. São imagens da assinatura do armistício, de De Gaulle na Inglaterra e de Hitler e Mussoline sendo “ovacionados pelo povo”.

Nas datas nacionais, os olhares voltam-se para a política interna e para a difusão da ideologia estadonovista. Exemplo disso é a edição de 7 de setembro de 1940, quando publicam fotos e texto sobre o “Desfile da Juventude Brasileira”.

Pela primeira vez, já arregimentada, a Juventude Brasileira desfilou Quarta-feira última, graciosa e marcial, perante milhares de cariocas que quiseram testemunhar com a sua presença a gratidão legítima pelos grandes esforços despendidos pelos organizadores do estado Novo, em prol de uma raça sadia e forte e um revigoramento da população nacional (O Cruzeiro, 7/09/1940).

Mas os temas políticos não afastam a intimidade das estrelas de Hollywood, seus vestidos suntuosos, suas casas luxuosas, nem os contos que causam sensação.

Realidade e fantasia fazem parte do conteúdo da publicação, buscando com isso atingir um leitor variado e cada vez mais expressivo. O Cruzeiro transforma-se na publicação de maior circulação no país.

Cinco anos depois, a revista introduz mais novidades. A primeira página não é mais dedicada aos pequenos anúncios. Em seu lugar entra o índice, ao lado de um artigo. Em maio daquele ano apresenta: artigos, reportagens, poesia, contos, entrevistas, cinema, humorismo, assuntos femininos e figurinos e modelos. Além desses, há as seguintes seções: Escreve o Leitor, Sete Dias, Back-ground, No Mundo dos Livros, Foto-teste, Música, Sport-light e Mundanismo.

A dupla David Nasser e Jean Manzon é responsável pelas grandes reportagens desde 1943. O ex-fotógrafo da revista francesa *Paris Match*, que chegara ao Brasil, em 1942, tendo trabalhado inicialmente no DIP, introduz na revista fotos dinâmicas, bem distintas das imagens posadas e sem impacto reproduzidas por *O Cruzeiro* até então. A primeira reportagem da dupla é sobre “Os loucos”. Em 1944, publicam a reportagem sensação “Enfrentando os Xavantes”, editada em 18 páginas, com fotos de selvagens atacando a flechadas e golpes de borduna, a poucos metros de distância, um avião (MORAIS, 1994: 419-420). A reportagem é reproduzida em 60 países. A revista esgota nas bancas. Nasce a marca da revista e que a acompanha pelo resto da existência – a

grande reportagem. Para milhares de leitores surge ali um dístico ao qual se habituariam e que duraria quinze anos: “Texto de David Nasser, fotos de Jean Manzon”.

Nas páginas da própria revista é possível encontrar esse signo de admiração ao trabalho que cai no gosto do público.

Leitor assíduo de O Cruzeiro e admirador do sensacionalismo da dupla Manzon-Nasser, formulo esta, lembrando à guisa de sugestão, uma reportagem sobre uma usina da morte, de onde saem cadáveres esquartejados para o repasto da baste humana. Sim, tudo num frigorífico, deve ser sinistro: sangue, dor, crueldade e... lucros extraordinários!

O leitor, que se nomeia assíduo, pede, a rigor, uma tipologia de texto comum no jornalismo brasileiro desde os anos 1910: o *fait-divers* violento. A excepcionalidade é a marca registrada das reportagens da dupla que faz sensação junto ao público. Os temas induzem mais uma vez à polêmica, mostram o desconhecido, o perigo eminente, tornando os próprios produtores da notícia verdadeiros heróis. Heróis do jornalismo que serão lidos por pessoas comuns que encontram naqueles relatos uma mistura de realidade e sonho. A mítica do desafio induz o leitor a um mundo também de imaginação.

Como resposta, a revista diz que a sugestão foi encaminhada a Jean Manzon e David Nasser. E acrescentam:

Mas como eles constituem uma dupla autônoma, sobretudo na escolha de seus assuntos, nada podemos adiantar se a sugestão foi aceita ou não. De qualquer maneira, foi recebida com satisfação pelo O Cruzeiro, como índice do espírito de colaboração que o público tão entusiasmamente nos dispensa (O Cruzeiro, 05/06/1945).

O leitor pode escrever a revista para expressar sua admiração pelo seu conteúdo, para “aplaudir de pé e de todo coração”, para pedir sugestões sobre leituras, para enviar textos literários escritos por eles mesmos. Os leitores podem também expressar o desejo de se tornar participantes ativos daquele cenário através da produção textual. Afinal, a leitura é indutora do desejo da escrita.

Ao lado das grandes reportagens ilustradas com profusão de fotografias, as páginas humorísticas ganham cada vez mais destaque. Além de *Pif-Paf* de autoria de Milôr Fernandes, a popularíssima charge *Amigo da Onça* reproduz sempre um tema do cotidiano. Na edição de 28 de junho de 1945 o assunto é a situação de Getúlio no pós-guerra. Num comício popular, no qual se vê placas com os dizeres “anistia”, “Viva a Rússia”, “abaixo a ditadura”, “leite, carne e pão”, viva a democracia, o Amigo puxa alguém a seu lado e instrui: “Grita, queremos Getúlio...”.

A deposição de Vargas é noticiada com destaque por *O Cruzeiro*. Jean Manzon, valendo-se das relações estabelecidas durante o período em que trabalhou no DIP, fotografa os últimos momentos de Getúlio no Catete.

Manzon depara com Getúlio, já ex-presidente, sentado à sua mesa, com os cotovelos abertos e o tronco inclinado para frente. Segundo palavras do fotógrafo, ‘Vargas tem o jeito de um homem cansado, mas atrás de seus óculos de metal seu olhar ainda está muito vivo e frio – ele parece um animal prestes a atacar ou a defender-se com vigor (MORAIS, 1994: 457-458).

No dia seguinte, o título explosivo: “A queda de Vargas, uma reportagem fotográfica de Jean Manzon”. A essa altura, a revista é lida por milhares de leitores. Milhares de leitores que vêm na publicação reportagens não apenas do domínio do excepcional, mas que procura registrar – no momento mesmo do acontecimento – instantes fundamentais para a construção de uma determinada história da nação. A revista constrói-se como testemunha de uma época, reproduzindo, com o apoio sempre da fotografia, momentos que são apresentados como unívocos. Constrói-se dessa forma como produtores de uma história futura. E seus dirigentes e jornalistas sabem desse papel.

Referências Bibliográficas

- AMMIRATO, Giacomo. **Homens e Jornais**. Grafica Editora Aurora: Rio de Janeiro, 1963.
- BAKTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- BARBERO, Jesus Martin. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- BERGSON, M. **Matéria e memória. Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- BRASIL. Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio. **Boletim do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio**. Rio de Janeiro: Imprensa Oficial, 1934.
- BRASIL. **Recenseamento do Brasil** realizado em 1º de setembro de 1920. Rio de Janeiro: Typ. da Estatística, 1923.
- CHARTIER, Roger. “As revoluções da leitura no Ocidente”. In: ABREU, Márcia (org). **Leitura, história e história da leitura**. Campinas, SP: Mercado de Letras – Associação de Leitura do Brasil, 1999.
- FAUSTO, Boris. **A revolução de 30**. São Paulo: Brasiliense, 1982
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Martins Fontes, 1986.
- HORA, Mário. **48 anos de jornalismo**. Rio de Janeiro: Ouvidor, 1959.
- KOSELLECK, Reinhart. **Le futur passé. contribution à la sémantique des temps historiques**. Paris: EHESS, 1990.
- LOBO, Maria Eulália L. **História do Rio de Janeiro (do capital comercial ao capital industrial e financeiro)**. Rio de Janeiro: IBMEC, 1977.
- MENDONÇA, Sonia Regina de. **Estado e desenvolvimento no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1986.
- MORAES, Mário. **Luz de vela**. Rio de Janeiro: Editora O Cruzeiro, 1965
- MORAIS, Fernando. **Chatô o rei do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa**. Vol. III. Campinas: Papyrus, 1997.