



História Unisinos

E-ISSN: 2236-1782

efleck@unisinos.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
Brasil

Meyrer, Marlise

Revista O Cruzeiro: um projeto civilizador através das fotorreportagens (1955-1957)

História Unisinos, vol. 14, núm. 2, mayo-agosto, 2010, pp. 197-212

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

São Leopoldo, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=579866830008>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# Revista *O Cruzeiro*: um projeto civilizador através das fotorreportagens (1955-1957)

*O Cruzeiro* magazine: A civilizing project through photojournalism (1955-1957)

Marlise Meyrer<sup>1</sup>

meyrer\_nh@hotmail.com

---

**Resumo.** O artigo se propõe analisar as representações sociais veiculadas nas fotorreportagens da revista *O Cruzeiro*, entre os anos de 1955-1957, como parte de um projeto pedagógico que visava, em última análise, a inserir o Brasil no mundo dito “civilizado”. Principal publicação do ramo na época a atingir todo o território nacional, *O Cruzeiro* teve um papel fundamental como mediadora das representações sociais do país. Estas estiveram pautadas pelas ideias do grupo que a revista representava, bem como pelo imaginário desenvolvimentista do período.

**Palavras-chave:** Brasil, imprensa, representação, fotorreportagem, revista *O Cruzeiro*, história, cultura.

**Abstract.** The article analyzes the social representations conveyed in the photos and stories published in *O Cruzeiro* magazine between 1955 and 1957, as part of a pedagogical project that ultimately aimed at inserting Brazil in the so-called “civilized” world. *O Cruzeiro*, which was the main magazine of its kind that reached the whole country at that time, played a fundamental role as a mediator of social representations in Brazil. These representations reflected the views of the group that published the magazine and the developmentalist ideas of that period.

**Key words:** Brazil, press, representation, photojournalism, *O Cruzeiro* magazine, history, culture.

---

## Introdução

O presente artigo focaliza as representações do desenvolvimento brasileiro que foram divulgadas na revista *O Cruzeiro* nos anos de 1955 a 1957<sup>2</sup>. A construção e difusão do ideário desenvolvimentista, no seu aspecto cultural, serão estudadas através da análise das fotorreportagens, que, como veremos, era o “carro-chefe” da revista.

Nos anos cinquenta, o desenvolvimento compunha o imaginário no qual o Brasil aparecia como país do futuro, moderno, progressista e pleno de possibilidades. Economistas, intelectuais, políticos passaram a discutir,

<sup>1</sup> Doutora em História, professora do curso de graduação em História da Unisinos

<sup>2</sup> O recorte temporal refere-se aos anos de maior tiragem da revista.

planejar e implementar ações que levassem o país rapidamente ao futuro. Esse desenvolvimento, na sua versão mais conhecida, o desenvolvimentismo<sup>3</sup>, tem sido estudado por historiadores e economistas brasileiros que buscam entender tanto o crescimento quanto as crises do período. Enfatizando, sobretudo, o viés especificamente econômico, em especial os planos econômicos, como o Plano de Metas, diagnósticos e projetos para o desenvolvimento. Baseiam-se, principalmente, na documentação de instituições criadas na época, como a CEPAL, o BNDE e o ISEB. As reportagens de *O Cruzeiro*, entretanto, fornecem-nos outra perspectiva de análise, na medida em que sua leitura nos informa que a revista tratou de reforçar e, até mesmo, construir a ideia de desenvolvimento não apenas econômico, mas múltiplo, mostrando as mudanças em curso em todos os setores da sociedade brasileira.

Neste artigo, deter-nos-emos especificamente na análise dos aspectos culturais do desenvolvimento. Assim, as fotorreportagens da revista *O Cruzeiro* serão analisadas como representações destinadas a afirmar, de um lado, uma cultura nacional mais afinada com a modernidade pela qual passava o país, pautada pelas novas formas e expansão dos meios de comunicação e sociabilidade, decorrentes, sobretudo, do intenso processo de urbanização vivenciado na época. De outro, modelos de comportamento e conduta mais adequados àqueles entendidos como próprios do mundo civilizado.<sup>4</sup>

As representações, aqui, referem-se às relações entre as reportagens e o mundo que elas pretendem representar. Nesse sentido, a articulação texto/contexto é fundamental para decifrar a representação do mundo social veiculada na revista, conforme o modelo relacional sugerido por Chartier (2002), que propõe estudar a conexão entre a representação do mundo social e o próprio mundo social para melhor entendimento desse último.

As representações sociais da sociedade brasileira na revista *O Cruzeiro* são entendidas, portanto, como constituintes e constituidoras do próprio real, pois, na medida em que veiculavam determinada visão de mundo, faziam com que muitos elementos se pautassem por essa visão. Ao atribuir, nas diferentes reportagens, valores negativos ou positivos a determinados comportamentos ou ações, reforçava e criava modelos pelos quais homens e mulheres passavam a conduzir sua existência. A representação é,

nesse sentido, elemento de transformação e de atribuição de sentido (Chartier, 2002).

Não descuramos, porém, do fato de que, para que tenham eficácia na tentativa de impor sua visão de mundo aos demais, “de estabelecer classificações e divisões, de propor valores e normas, que orientam o gosto e a percepção, que definem limites e autorizam os comportamentos e os papéis sociais” (Chartier, 2002, p. 177), elas dependem do seu reconhecimento, e este não está nas representações em si, mas nas relações estabelecidas na estrutura do campo em que se produz e se reproduz a *crença*” (Bourdieu, 2007, p. 14).

Assim, entendemos que a força das representações sociais na revista estava, de um lado, no fato de exprimir os interesses de um grupo poderoso – o público leitor, composto pelas camadas altas e médias<sup>5</sup>, sensível às transformações decorrentes do crescimento acelerado do último decênio –, de outro, pelo prestígio da revista no campo jornalístico. *O Cruzeiro*, na época, inseria-se, assim, na luta das representações, “as lutas pelo monopólio de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social” (Bourdieu, 2007, p. 14). Vale lembrar que a revista ocupava uma posição privilegiada neste embate, pois, enquanto meio de comunicação de massa, constituía-se num dos principais mediadores das representações sociais que, no mundo contemporâneo, “[...] tornaram-se constitutivos da vida social, [...] alteraram modos de interação, transformaram o acesso ao consumo de bens simbólicos” (Jovchelovitch, 2000, p. 89).

No universo diversificado de matérias da revista, optamos por analisar somente as fotorreportagens por serem a principal característica da revista e atrativo para o público leitor. Também, pelo fato de o formato *fotorreportagem*, tanto por seu caráter técnico quanto por seu apelo visual, conter, por si só, todo um conjunto de significados que remetem à modernidade/desenvolvimento pelo qual passava o país na época.

## A fotorreportagem

A fotorreportagem impõe-se como um novo modelo de jornalismo em consonância com um tempo em que a sociedade urbana se estabelecia como modo de vida hegemônico. As imagens, nesta nova realidade marcada pela aceleração do tempo, contribuíam para encurtar o

<sup>3</sup> O desenvolvimentismo foi a ideologia dominante no Brasil dos anos 50 e era pautado pelo ideal de transformação da sociedade brasileira através do projeto que tinha como base a industrialização como forma de superação do subdesenvolvimento e a necessidade de um planejamento estatal que definisse os setores em que se deveria investir, promovesse e orientasse os recursos financeiros necessários à expansão (Bielschowski, 1996).

<sup>4</sup> As lutas simbólicas ou de representação se inserem numa fase do processo civilizador que transformou “os confrontos sociais abertos e brutais em lutas de representação cujo objetivo é o ordenamento do mundo social, logo a ordenação reconhecida a cada estado, a cada corpo, a cada indivíduo” (Norbert Elias in Chartier, 2002, p. 172).

<sup>5</sup> A caracterização do público leitor da revista levou em consideração, de um lado, o preço do periódico, inacessível para as camadas mais populares e, de outro, o conteúdo em geral. As matérias se dirigiam ao grupo social de maior poder aquisitivo, que poderia usufruir dos espaços de lazer divulgados pela revista ou comprar os produtos anunciados. Um anúncio publicado em *O Cruzeiro* dizia a este respeito: “Alie a eficiência de seu anúncio à escolha do veículo mais adequado – pois os leitores de ‘O Cruzeiro’ representam o maior conjunto humano, de melhor nível de vida do país” (*O Cruzeiro*, 1957b, p. 80, grifos do autor).

caminho entre a leitura e a apreensão de informações. Desde seu surgimento, no século XIX, a fotografia emergia como uma janela para o mundo, atuando diretamente no observador e de modo sensorial, enquanto que a palavra escrita permanecia como abstração, dependente de que a pessoa lesse, compreendesse e refletisse, para então assimilar, ou não, a informação (Gava, 2003, p. 41).

O grande diferencial, pois, é a ênfase na imagem fotográfica, que passou a ter o mesmo valor do texto verbal, até então dominante. Em uma reportagem tradicional, o eixo central de organização das ideias está apoiado no texto, ao qual podem ser acrescentados elementos visuais como ilustrações de forma complementar. A fotorreportagem quebra com esse padrão estético, trazendo a fotografia para o centro da organização do discurso.

Nadja Peregrino (1991) diz que, na fotorreportagem, há a preponderância da imagem sobre o texto escrito. Ela não é uma simples reportagem verbal ilustrada, mas visual auxiliada por texto. Porém, para a caracterização de uma matéria como fotorreportagem, não basta a predominância da fotografia; é necessário que as fotos estejam organizadas sequencialmente, de modo a contar uma história, mais ou menos como uma “história em quadrinhos”.

Além do encadeamento das imagens, também a ordem de leitura e o tamanho das fotografias são observados. Geralmente, as grandes fotorreportagens de *O Cruzeiro* eram constituídas de várias fotografias que ocupavam muitas páginas. O início, o meio e o fim eram marcados por imagens de página inteira, alternando o ritmo visual da diagramação. Esta combinação de imagens e textos verbais produziu e reproduziu determinado discurso sobre a sociedade brasileira dos anos 1950.

## *O Cruzeiro*

*O Cruzeiro* foi, durante muito tempo, o carro-chefe do primeiro conglomerado de imprensa e a primeira rede de comunicação instituída no país, ou seja, o oligopólio formado pelos Diários Associados<sup>6</sup> de propriedade de Assis Chateaubriand, cuja importância e influência sobre os rumos do país são bem conhecidas.<sup>7</sup> Fundada em 1928, a revista inseriu-se no contexto inicial do processo de modernização dos meios de comunicação no país, no final do anos 20, que se consolidou nos anos 50. Porta-voz de um discurso modernizante, a revista foi a primeira do gênero de circulação nacional.

Nos anos 1950, quando a televisão ainda engatinhava no Brasil, tendo uma qualidade precária, tanto

técnica quanto de programação, a revista *O Cruzeiro* era, então, o principal veículo nacional que apresentava a(s) imagem(ns) da nação ao leitor brasileiro. Alguns autores a comparam com a TV Globo nos dias atuais. “Chateaubriand se gabava do fenômeno em que *O Cruzeiro* se transformara: a revista tinha quase dez vezes mais leitores do que a soma dos telespectadores de suas duas estações de televisão” (Moraes, 1994, p. 536).

A revista, assim, inseria-se no processo de transformação da imprensa brasileira, que já vinha sendo realizado desde a década anterior. O novo dinamismo da sociedade levava à necessidade de informações rápidas, facilmente digeríveis, e o aumento da concorrência estimulava inovações no setor de caráter técnico, gráfico e editorial, assim como transformava as empresas jornalísticas em empreendimentos com grande poder econômico.

É nesse período que se deu a passagem, no Brasil, de um jornalismo literário, de opinião, para um jornalismo empresarial. Profissionais, a partir de então, formados nos cursos universitários, aplicavam as novas técnicas do jornalismo norte-americano no país (Rodrigues, 1996, p. 35). Na esteira dessas transformações, a revista *O Cruzeiro* foi pioneira na utilização do fotojornalismo, inovação que passou a caracterizá-la.

Tratando-se de fonte impressa, faz-se necessário desvendar a sua subjetividade, procurando identificar as forças que agiam sobre uma ou outra representação e como elas poderiam influenciar a realidade ou quais eram as suas relações com o real. Em *O Cruzeiro*, buscamos esse entendimento nas ideias defendidas por seu proprietário, Assis Chateaubriand, bem como na ideologia veiculada pelo grupo ao qual a revista pertencia – os Diários Associados. Também levamos em consideração a posição ocupada pela revista no campo jornalístico e, concomitantemente, no jogo de poder no interior da sociedade brasileira da época.

As posições de Chateaubriand podem ser sintetizadas como: defesa do capital estrangeiro e combate aos nacionalistas mais radicais, que definia como xenófobos. Defendia, também, a criação da “cultura nacional” com base no exotismo das paisagens e do povo mestiço. Nesse aspecto, nutria uma fixação pelo indígena como símbolo da nacionalidade.

A linha editorial da revista seguia o mesmo padrão. Através da veiculação de grandes temas nacionais, construía uma imagem do Brasil voltada para a ideia do exótico, dado tanto pelas características regionais (em parte desconhecidas) quanto pelas populações indígenas que a revista se propunha a “descobrir”. Também se preocupava

<sup>6</sup> Os anos 1950 marcaram uma fase de predomínio do Grupo dos Associados, dirigido por Assis Chateaubriand. No final da década, o conglomerado contava com 36 emissoras de rádio, 34 jornais e 18 canais de televisão.

<sup>7</sup> Para maiores detalhes sobre esta questão ver Moraes (1994).

com a construção de uma modernidade pautada pelo modelo de sociedade norte-americana pela divulgação de sua indústria cultural através de reportagens sobre a indústria cinematográfica e publicidade. Defendia o desenvolvimento nacional e a necessidade de superação do atraso, seguindo a argumentação dos setores liberais e antinacionalistas.

Independentemente do modelo defendido, essas posições da revista integravam os debates dos anos 50, em que, no Brasil, o discurso em torno do desenvolvimento nacional foi posto na agenda, sobretudo na segunda metade da década. Havia um consenso entre elites políticas e econômicas, intelectuais e opinião pública de que o país vivenciava profundas transformações e, mesmo passando por crises econômicas conjunturais, estava “em desenvolvimento”, fase intermediária que conduziria a uma estrutura capitalista plenamente desenvolvida. Todos os segmentos estavam preocupados com a forma mais adequada de realizá-lo, sendo que, no final da década, “[...] são incorporadas definitivamente as idéias desenvolvimentistas pois as elites e o governo tinham ampla consciência das mudanças que haviam ocorrido dentro do país ao longo dos últimos anos” (Rodrigues, 1996, p. 39).

Nesse contexto, inseriu-se *O Cruzeiro* e, mais especificamente, o fotojornalismo, como parte do próprio processo de modernização da sociedade brasileira e, ao mesmo tempo, porta-voz e legitimador do novo modelo social que se impunha, pautado pelo ideário desenvolvimentista da época.

## O projeto civilizador de *O Cruzeiro*

Para *O Cruzeiro*, o desenvolvimento se constituía num projeto civilizatório. Conforme os autores que estudaram o perfil de Assis Chateaubriand, ele acreditava no “poder civilizatório do capital internacional” (Tavares, 1982, p. 152) ou ainda na “reeducação pelo capitalismo” (Carneiro, 1999). O objetivo era inserir o Brasil no mundo civilizado, integrando um momento importante do processo civilizador<sup>8</sup> pelo qual, acreditava-se, passava o país. Para pôr em prática tal objetivo, empenhou-se em difundir padrões de comportamento e cultura mais adequados ao modelo de desenvolvimento que defendia, participando, assim, da luta simbólica pela imposição de uma determinada visão do Brasil.<sup>9</sup>

Favorecida pela conjuntura desenvolvimentista dos anos 1950, a problemática da cultura nacional, debatida

desde o século XIX pela intelectualidade brasileira, passou de um período de transição para o de afirmação. Órgão do Ministério da Educação e Cultura, o ISEB foi fundamental na elaboração da ideologia desenvolvimentista entre 1955-1964. Os intelectuais ligados ao órgão remodelaram a ideia de cultura, ligando-a à de projeto social, na medida em que essa passava a ser elemento da transformação socioeconômica. Esse entendimento de cultura era mais politizado, deveria servir à conscientização, afastando-se da ideia de diversão e lazer. Esses intelectuais se viam como porta-vozes do povo, cuja missão seria a de conscientizá-lo numa visão populista de cultura.

Concomitantemente a essa visão populista, vigorava, ainda, a romântica, representada, sobretudo, pelos intelectuais da Academia Brasileira de Letras. Para Velloso (2002), este grupo, diante da “ameaça da modernidade”, preocupou-se em fazer do folclore uma *ciência* que criasse métodos de registro e análise das tradições populares. Para eles, a ideia de povo “só adquire sentido no mundo do folclore”, e a cultura popular é entendida como “documento que fala sobre a nação” de uma forma quase mítica. Este ideário distingue o popular rural, visto como positivo, do popular urbano, negativo. Para eles, o popular seria a essência da nacionalidade, porém era necessário lapidá-lo, tarefa que caberia aos intelectuais. Não compactuavam com a ideia politizada de cultura proposta pelo ISEB, pois, para eles, o povo não teria capacidade nem disponibilidade para apreciar a estética (Velloso, 2002, p. 191).

Ortiz (1989) define a corrente folclorista como conservadora, que valoriza a tradição como presença do passado, entendendo o progresso como dessacralização da sabedoria popular e opondo-se às transformações sociais. Esse modelo, segundo o autor, passou a ser questionado nos anos 1950 pelos movimentos mais progressistas de cultura popular, que a definem em termos de transformação, havendo, então, um rompimento entre cultura popular e folclore.

Para Velloso (2002, p. 191), apesar das diferenças, há, na época, um encontro entre as duas correntes – populismo e romantismo. Para a autora, ambas entendem a “ideia de povo como essência da nacionalidade”, sendo que “na década de 50 o povo é o grande eleito: seja como portador da tradição, da transformação ou da contestação”.

O dilema que se colocava para os intelectuais e as elites era de que forma inserir o povo na cultura nacional. Para a esquerda reformista, representada pelo ISEB, a inserção se daria através da conscientização e da educação do povo para a participação no progresso, em

<sup>8</sup> Definido por Elias como um conjunto mais amplo de transformações num processo contínuo e de longa duração, resultando numa mudança “civilizadora” do comportamento (Elias, 1993, p. 58).

<sup>9</sup> Lutas simbólicas entendidas aqui conforme Bourdieu (2007, p. 14): luta pelo poder de “fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica) [...]”.



consonância com o projeto desenvolvimentista; para os folcloristas, a inclusão se daria através do resgate/registro das expressões entendidas como populares, como encontradas, sobretudo, no mundo rural. Porém, não podemos esquecer dos meios de comunicação que se massificavam na época. O rádio se consolidara como grande veículo de comunicação popular, presente em praticamente todos lares do país, permitindo o acesso das camadas populares aos novos produtos culturais. Para este setor – empresários da comunicação – interessava a inserção da cultura popular somente enquanto mercadoria.

As comunicações massivas, embora utilizassem amplamente os aspectos folclóricos, como mitos, festas, superstições, etc., apropriavam-se e divulgavam o popular de forma diferente dos folcloristas e acabavam agindo como concorrentes da ABL. O popular passou a ser, na mídia, o que vendia, o que caía no gosto das multidões, não o que era criado pelo povo.

Essa massificação da cultura popular causava resistência entre as elites que viam aquelas expressões artísticas como grotescas, um atestado do subdesenvolvimento e do atraso do país. Os melodramas das novelas de rádio, programas de auditório, as chanchadas da Atlântida ou da Praça Tiradentes eram exemplos deste “mau gosto” na ótica das elites.

A partir dessas questões, parte da elite brasileira, em especial a paulista, na década de 1950, empenhar-se-ia em um outro projeto de cultura nacional, mais sofisticado, mais afinado com as culturas “superiores” dos países desenvolvidos, enfim, mais adequado ao estágio de desenvolvimento pelo qual passava o país. Neste período, a cultura paulistana se identificava com o progresso e a possibilidade de um futuro civilizado e internacionalmente articulado nas diferentes áreas de expressões artísticas (Arruda, 1997).

*[...] A palavra de ordem, em São Paulo, era atualização cultural, busca de um compasso com o mundo desenvolvido. Em outras palavras, atualizar as formas, representações e tecnologias da produção artístico-cultural, cujo modelo era a “cultura” do mundo desenvolvido. [...] Nesse projeto, forjava-se uma outra identidade brasileira, mais preocupada em mostrar “modernidade” e sofisticação de forma e conteúdo [...]* (Napolitano, 2006, p. 18).

A este projeto vinculou-se *O Cruzeiro*. Chateaubriand esteve pessoalmente envolvido através, sobretudo, da criação do Museu de Arte de São Paulo (MASP)<sup>10</sup>,

em 1947. Ele era parte de uma geração de empresários paulistas que se dedicaram ao mecenato, apoiando artistas, doando obras, comprando peças artísticas. Chateaubriand foi figura de expressão ao lado de um membro da família de seu arquiinimigo, o conde Matarazzo.<sup>11</sup> As divergências pessoais e profissionais entre os dois não impediram que defendessem, em termos culturais, o mesmo projeto. Eles inauguraram uma nova prática, projetando-se no mundo econômico através de empreendimentos culturais de cunho internacional. Tanto o MAM quanto o MASP eram portadores de uma proposta pedagógica em relação à sociedade, objetivando educá-la.

Para Chateaubriand, o MASP mostraria a existência, no Brasil, de homens “com inteligência, cultura e sensibilidade para elaborar uma coleção de peças de arte em condições de formar o gosto de um povo, disciplinar o das elites e representar, no estrangeiro, o nível intelectual da sua terra” (Carneiro, 1999, p. 274).

Entretanto, o mesmo criador do MASP, Assis Chateaubriand, era também o maior empresário dos meios de comunicação do Brasil na época, sendo proprietário de uma rede de jornais, revistas, estações de rádio e o pioneiro na abertura da televisão brasileira. Esse fato é importante para o nosso estudo, na medida em que essa dualidade vai transparecer nas fotorreportagens da revista. De um lado, a revista dedicou-se à divulgação da cultura refinada europeia, e, de outro, a difundir e promover a cultura popular, moldando-a, adequando-a aos padrões do mundo desenvolvido. Evidenciou-se assim, na revista, a polêmica que, segundo Velloso, estaria na ordem do dia ao longo dos anos 1950, ou seja, a “que opõe o erudito e o popular, o sublime e o vulgar” (Velloso, 2002, p. 175).

Embora já houvesse uma indústria cultural incipiente no Brasil, a fase era ainda de sua gestação, pois a cultura nacional não possuía, na época, um caráter integrador, seja por condições técnicas das comunicações, seja por culturais. Nesse sentido, *O Cruzeiro* buscou cumprir esse papel integrador; de um lado, por ser a principal publicação a atingir todo o espaço nacional; de outro, por tentar trazer, para suas páginas, a diversidade do país, num esforço de construção de uma cultura nacional na medida em que nacionalizava e elitizava o popular. Para Ortiz, isso era um sintoma da fase pela qual passava o Brasil na época, ou seja, a incipiência de uma sociedade moderna, quando ocorria uma interpenetração da esfera de bens eruditos e populares, intermediada pelos meios de comunicação de massa. Essa característica evidencia-se na revista quando, ao mesmo tempo em que

<sup>10</sup> O MASP foi fundado em 1947 por Assis Chateaubriand com ajuda do crítico de arte, marchand e antiquário italiano Pietro Maria Bardi, diretor do museu, de sua fundação até 1990. Chateaubriand formou a mais importante coleção de arte europeia na América Latina. As obras foram adquiridas, sobretudo, entre 1947-1960. Bardi, ex-proprietário de galerias em Milão e Roma, incumbiu-se de procurar e selecionar as obras a serem compradas na Europa e nos Estados Unidos, enquanto Chateaubriand se incumbia de encontrar doadores e potenciais mecenas engajados em sua causa de dotar o Brasil de um museu internacional. Seus métodos de persuasão incluíam trocas de favores e transações muitas vezes ilícitas.

<sup>11</sup> Ciccilo Matarazzo, com o mesmo propósito, criaria o Museu de Arte Moderna (MAM), em 1948, que levaria o Brasil ao mundo através das Bienais.

divulgava obras de arte, peças clássicas do teatro europeu, obras clássicas da literatura, registrava as imagens de Chateaubriand vestido de cangaceiro em eventos públicos e instituindo a *Ordem do Jagunço*<sup>12</sup> (Moraes, 1994).

Nesse sentido, a cultura nacional deve ser pensada para além da estrutura de classes, ajustando-se ao conceito de circularidade cultural adotado por Ginzburg (1987), onde o popular se define através de um processo de interpenetrações culturais, neste caso intensificado e, às vezes, criado pelos meios de comunicação de massa.

Ao novo panorama político-econômico do país deveriam corresponder outros padrões culturais, de preferência, conforme descrito anteriormente, com base na cultura popular<sup>13</sup>. Isto não significa que não pudéssemos nos apoiar em modelos externos, que, na revista, eram aceitos de bom grado, mas que tivéssemos elementos essencialmente brasileiros com os quais fôssemos reconhecidos no exterior. A leitura das fotorreportagens veiculadas na revista evidencia que, mais do que construir um determinado discurso sobre o nacional, ela tratou de atualizá-lo, incrementando-o com modelos e conteúdos externos e disciplinando o popular nacional, num processo dialético contínuo entre o erudito e o popular.

A quantidade e extensão das reportagens dedicadas ao tema informam sobre a intenção de promover a difusão da cultura erudita no Brasil, símbolo da civilização ocidental europeia, mas, também, o empenho em desenvolver uma cultura nacional, onde as expressões artísticas clássicas deveriam ter por base temas brasileiros, expressando a essência da nação, ideia presente nos discursos das diferentes correntes intelectuais.

Numa série de reportagens, *O Cruzeiro* divulgou o balé realizado em São Paulo para comemorar os 400 anos da cidade. Para tal, uma Comissão havia sido constituída dois anos antes, decidindo pela contratação de um coreógrafo internacional, Milloss.

A primeira delas foi anunciada na capa da revista: “Neste número: Tire o chapéu a São Paulo: Ballet do IV Centenário: Primeira de uma série de 4 deslumbrantes reportagens sobre o conjunto coreográfico paulista que colocou de repente o Brasil neste setor no primeiro plano mundial” (*O Cruzeiro*, 1955a, p. 39). A chamada enfatizava que a reportagem era “em cores”<sup>14</sup>, o que valoriza as imagens do espetáculo, cujas cores têm um papel fundamental, especialmente nos temas nacionais, onde o colorido era descrito como símbolo da tropicalidade do país.

As imagens iniciais mostravam um grupo pequeno de bailarinos, numa composição bastante simples. A legenda completava o sentido: “Grupo de Fantasia Brasileira, que entre outras coisas pode sugerir boas fantasias para o carnaval” (*O Cruzeiro*, 1955a, p. 39). O texto informava sobre como haviam sido, até aquele momento, as apresentações dos “bailados brasileiros”: “Anos a fio foi apresentado o eterno repertório Tra-Tro (Traviatas e Trovadores) de um lado, e Giseles e Lago dos Cisnes de outro, devidamente choramingados por volumosos cantores, e convenientemente tropeçados por bailarinos medíocres” (*O Cruzeiro*, 1955a, p. 39).

A matéria situava essas apresentações no passado da história da cultura brasileira, e, mesmo interpretando coreografias clássicas, como Gisele e Lago dos Cisnes, os grupos não eram referidos como companhias de balé, mas bailados (Figura 1).

**Figura 1.** Reportagem: Ballet do IV Centenário (*O Cruzeiro*, 1955a).

**Figure 1.** Report: Ballet of the 4<sup>th</sup> Centenary (*O Cruzeiro*, 1955a).



<sup>12</sup> Chateaubriand criou a Ordem do Jagunço, com a qual concederava empresários e autoridades nacionais e internacionais, que deveriam usar os adereços do vaqueiro nordestino (Moraes, 1994).

<sup>13</sup> Cientes da difícil delimitação do conceito de cultura popular e dos debates sobre a questão, empregamos o termo, aqui, como formas de expressão tradicionalmente reconhecidas como sendo do âmbito do popular e que, nesse sentido, diferenciam-se daquelas da “cultura letrada”.

<sup>14</sup> Nesta época, poucas páginas eram coloridas, pois a impressão em cores era, ainda, bastante trabalhosa e cara. As reportagens coloridas geralmente eram anunciadas na capa com a expressão “em cores”.

À página inicial, que remetia ao passado dos espetáculos, seguiam-se outras em que as transformações eram descritas: o trabalho do novo coreógrafo – estrangeiro –, o uso de temas nacionais, a contribuição de artistas brasileiros. As fotografias enfatizavam a harmonia do balé clássico. As peças evidenciadas nas imagens, no título e nas legendas eram estrangeiras, Passacaglia, de Bach, e Petrushka, de Stravinski. Somente num pequeno trecho apareceu um comentário sobre a última parte do espetáculo, que se inspirou no Brasil, intitulada *Fantasia Brasileira*, dizendo que precisava melhorar; “nossos costumes e nossas danças estão aí demasiado estilizados, com momentos um pouco falsos. Serve para nos dar uma idéia do que poderá fazer Milloss quando aprofundar seus conhecimentos de nossas coisas e nossas festas populares” (*O Cruzeiro*, 1955a, p. 40).

A segunda reportagem da série mostrava, novamente, imagens coloridas do balé, não se referindo, nem no texto nem nas fotografias, à temática nacional. A ênfase foi a obra do coreógrafo, reconhecida na Europa. A temática do nacional foi retomada na terceira reportagem. As imagens são muito coloridas, com o predomínio do verde. A maioria retratava coreografias com temas brasileiros: Uirapuru, com música de Villa Lobos, e Guarda Chuva, com música de Francisco Mignone. As fotografias superaram o espaço dedicado ao texto que reforçava e completava o sentido das imagens:

*Sabemos que estamos anos-luz da perfeição, mas ao menos nossa personalidade já se encontra basilarmente formada. Temos nossa pintura, nossa arquitetura, nossa escultura, nossa literatura, nossa música e, agora – nosso ballet –. Nas diversas formas de arte, vamos começando a ter nossa vida própria, autônoma e personalíssima. Não estamos mais dispostos a imitar ninguém. Exceto os contatos normais e indispensáveis, mais nada. [...] Vade*

**Figura 2.** Reportagem: O Brasil faz um “Grand-Jeté” de 400 anos (*O Cruzeiro*, 1955d).

**Figure 2.** Report: Brazil does a 400-year “Grand-Jeté” (*O Cruzeiro*, 1955d).



*retro pois, uma arte postiça, pour épater, sem vínculos com nossas origens, nossa natureza, nossas tradições e nossa gente* (*O Cruzeiro*, 1955c, p. 57).

A última reportagem, “O Brasil faz um ‘Grand-Jeté’ de 400 anos” (*O Cruzeiro*, 1955d, p. 46), apresentou novo conjunto fotográfico, variando entre temas nacionais e estrangeiros. Um casal de bailarinos de verde e amarelo foi destaque na primeira página, que, junto com um personagem de branco, no ar, realizando um *grand-jeté*, enfatizava a mensagem-título, dando um significado especial à matéria (Figura 2). Como o *grand-jeté* é um exercício com um alto grau de dificuldade no balé, tendo um grande efeito visual, o fato de o Brasil conseguir realizá-lo seria um indício de que essa arte atingia a maturidade no país. Ao mesmo tempo, conforme o título, o próprio Brasil dava esse grande salto de 400 anos. E, nesse caso, através de São Paulo e de seu crescimento.

A organização do conjunto de reportagens evidenciou uma determinada lógica, assumindo uma dimensão histórica – passado pobre, presente em desenvolvimento e um futuro próspero –, difundindo a imagem de um país em vias de civilizar-se e, para tal, passando pela aprendizagem com os “mestres” dos países desenvolvidos, sem, no entanto, descuidar das particularidades regionais, ou seja, a cultura popular. Assim, a reportagem iniciou com uma imagem negativa do balé nacional, que, após a contratação de Milloss, foi renovado, transformando-se e, ao mesmo tempo, formando um público que passou a apreciá-lo, em parte, pela habilidade e qualidade técnica do coreógrafo, em parte, pela incorporação de temáticas nacionais. A adoção desses temas, no entanto, ainda era lenta e incompleta, sendo inegável a superioridade das peças estrangeiras, conforme descreve a reportagem. Mas estávamos no caminho e não poderíamos retroceder: “Se o Brasil dissolver o ‘Ballet do IV Centenário’ será melhor logo que volte às Capitânias Hereditárias” (*O Cruzeiro*, 1955d, p. 46).

A renovação da cultura nacional, empreendida por parte da burguesia brasileira, foi atuante em diversas formas de expressão artística, entre elas, o teatro. A fim de difundir as novas propostas estéticas nesta área, bem como diferenciá-las das formas antigas, a revista tratou de divulgar intensamente essa arte.

*O Cruzeiro* publicava periodicamente reportagens na série intitulada “Esses populares tão desconhecidos”, onde narrou, em cinco edições, a história do teatro brasileiro desde o Império, destacando o teatro de revista, hegemônico até os anos 1930 e que ainda tinha grande respaldo popular. Os artistas lembrados nas reportagens eram oriundos desse meio, mesmo que, posteriormente, tenham migrado para as formas mais modernas.

O teatro de revista se caracterizava como espetáculo humorístico, centrado em um ator principal, com



grande capacidade de se comunicar diretamente com o público e improvisar. O ator era o dono da companhia e principal atração. Procópio Ferreira e Dulcina de Moraes eram exemplos desse modelo e, por isso, foram abordados na série em questão, além de outros, como Cacilda Becker, Margarida Max e Cochita de Moraes.

A mesma série divulgou, entre julho e agosto de 1956, um conjunto de cinco reportagens sobre o teatro de revista. As três primeiras versaram sobre a Praça Tiradentes<sup>15</sup>. Esse era o local onde se concentrou a vida artística carioca no início do século e que, nos anos cinquenta, tornou-se um espaço frequentado, sobretudo, pelas camadas populares e reduto, por excelência, do teatro de revista, considerado, então, de baixo nível. As matérias eram compostas por muitas fotografias das apresentações e, principalmente, das vedetes da época (Figura 3). A narrativa contava a história das montagens e dos atores que atuaram.

As outras duas intitulavam-se “Teatro de revista” e “As grandes revistas” (*O Cruzeiro*, 1956f, p. 37), enfatizando a evolução do gênero. Assim, a última destacou os “grandes espetáculos” realizados por Walter Pinto. Eram apresentações luxuosas com participação das “girls” internacionais, especialmente francesas. A evolução desembocaria nos grandes shows de Carlos Machado, nas boates de Copacabana, conforme o texto da matéria nos informa:

*A revista mudou de roupa e de apresentação. Com Walter Pinto atingiu a montagem de “milhões” com a importação de “girls” e manequins de Paris, Londres e Buenos Aires. Agora desloca-se também para as “boites”, onde grandes shows são realizados e onde Carlos Machado pontifica. Mas isso pertence a outra história, a da vida galante e noturna do Rio (*O Cruzeiro*, 1956f, p. 38).*

O conjunto apresentava uma ordem cronológica, situando o teatro de revista no passado dessa arte no Brasil. Essa expressão artística foi apresentada como a origem tanto espacial quanto cultural do teatro brasileiro; ela representaria a tradição popular do nosso teatro, que ora se modernizava, acompanhando a mesma linha evolutiva do país. As reportagens propunham-se a lembrar “os mais famosos artistas dos palcos do Rio no início do século” (*O Cruzeiro*, 1956d, p. 42F) e o “movimento teatral do Brasil no início do século” (*O Cruzeiro*, 1956d, p. 42F).

Esta perspectiva torna-se clara, se levarmos em consideração que, na edição anterior, que dava início à série, a revista publicou uma reportagem de oito páginas duplas com fotografias coloridas sob o título: “A maioridade do teatro brasileiro” (*O Cruzeiro*, 1956b, p. 36), cujo tema era a modernização dessa expressão no Brasil.

**Figura 3.** Praça Tiradentes (*O Cruzeiro*, 1956c)

**Figure 3.** Tiradentes Square (*O Cruzeiro*, 1956c).



O teatro de revista vinha sendo questionado pelos intelectuais desde o final dos anos 1940, que o entendiam como forma degradada, de segunda categoria, arte inferior. “Critica-se sua produção rápida, improvisação, pobreza de cenografia e indumentária. Enfim, é como se essa arte não preenchesse os requisitos básicos para ser reconhecida como tal” (Velloso, 2002, p. 176). A autora lista os epítetos que desqualificam o teatro de revista como expressão cultural: “Intelectuais da Praça Tiradentes, subliteratura, vocabulário de cozinheiras, licenciosidade, analfabetismo, vulgaridade, achincalhe, sujeira (dentro e fora do palco) [...]” (Velloso, 2002, p. 179).

Nesse clima de crítica ao padrão teatral brasileiro, grupos amadores, formados por universitários, intelectuais e profissionais liberais, propagavam-se num movimento de renovação, o que resultou na criação da primeira escola de atores do Brasil, a EAD – Escola de Arte Dramática, em São Paulo, e concomitantemente o TBC – Teatro Brasileiro de Comédia.

Instituído em 1948 pelo italiano Franco Zampani, associado a empresários paulistas, o TBC é definido por

<sup>15</sup> Veiculadas nas edições de *O Cruzeiro* (1956c, 1956d, 1956e).

Napolitano (2006, p. 19) como “teatro burguês” e propunha a renovação do teatro brasileiro. É considerado por muitos o grande modernizador do teatro no Brasil. Inovou, tendo uma equipe fixa com encenadores estrangeiros. Contratou cenógrafos, iluminadores, cenotécnicos e um corpo de atores de renome, como Cacilda Becker, Sérgio Cardoso, Nydia Lícia, Cleide Yáconis, Paulo Autran, Tônia Carrero, entre outros. Dele saíram grandes companhias, como as de Nydia Lícia e Sérgio Cardoso, de Tônia Carrero, Adolfo Céli e Paulo Autran e de Cacilda Becker. O próprio Teatro de Arena, com uma proposta mais esquerdista e popular, teria sua origem no TBC. Para Napolitano, o TBC objetivava “trazer para o Brasil o fino da dramaturgia mundial”, tendo como proposta “instaurar o bom gosto teatral no público brasileiro” (Napolitano, 2006, p. 19).

Essa foi a ótica da citada reportagem “A maioria do teatro brasileiro”. Em oito páginas duplas, *O Cruzeiro* contou a história das modernas companhias teatrais – sua trajetória, diretores e atores – com muitas fotografias coloridas e uma espécie de ficha técnica das peças. Evidenciou-se, também, a importância dos diretores estrangeiros no processo de renovação teatral brasileira (Figura 4).

A reportagem trouxe muitas imagens de página inteira e coloridas da peça “Maria Stuart”, de Schiller, encenada pelo TBC, evidenciando a riqueza do figurino e a dramaticidade das interpretações, e também uma sequência de pequenos comentários de atores e diretores de teatro, respondendo a questão sobre a evolução do teatro brasileiro; entre eles, Tônia Carrero, Paulo Autran, Cacilda Becker, Adolfo Céli e Zbigniew Ziembinski, os dois últimos diretores estrangeiros atuantes no Brasil.

Para Céli, “a renovação do teatro brasileiro está tomando pé com firmeza, o que é motivo para nós que recomeçamos a fazer teatro no Brasil, há sete anos, quando não havia companhias artísticas jovens de peso e medida como agora” (*O Cruzeiro*, 1956b, p. 37). Sobre os projetos da Companhia (Tônia Céli Autran – CTCA), diz que “não ficaremos nas traduções. Vamos encenar o repertório nacional” (*O Cruzeiro*, 1956b, p. 37).

O depoimento de Ziembinski dizia que “é mais fácil fazer teatro agora do que quando chegamos no Brasil. [...] É visível o rápido amadurecimento na reação do público brasileiro, em face do teatro sério que se está criando” (*O Cruzeiro*, 1956b, p. 37).

Impressionam, nessa reportagem, a extensão e elaboração visual, com muitas fotografias coloridas. A atenção dada ao novo teatro brasileiro, representado pelas novas companhias, reflete a preocupação não só em divulgar, mas em educar o público para a sua apreciação. Ao mesmo tempo, informava sobre a melhora no nível cultural do Brasil, pois já existiam condições técnicas, humanas e econômicas

para representar os grandes clássicos estrangeiros, porém se necessitava ainda de diretores e técnicos estrangeiros.

Essa mensagem fica intensificada, se contraposta às relativas ao teatro de revista, apresentado como o passado do teatro brasileiro associado a um estágio inferior, característica do colonialismo, fase histórica que, nos anos 1950, acreditava-se, tínhamos ultrapassado. O anúncio da decadência dessa modalidade teatral foi reforçado em duas reportagens de 1957, aproveitando o fato de uma tentativa de suicídio de uma vedete de revista para publicar duas reportagens sobre o “submundo” desse tipo de espetáculos.

As reportagens “Drama fora do palco” (*O Cruzeiro*, 1957d, p. 14) e “Luzes e ilusões” (*O Cruzeiro*, 1957e, p. 81) propunham-se a entrar nos bastidores do teatro de revista para mostrar ao leitor um outro mundo por trás dos palcos, onde predominaria a exploração, a pobreza, de onde se originariam o infortúnio e a desgraça de muitos artistas (*O Cruzeiro*, 1957d, p. 81). Cita o caso de “girls” que viviam em barracos e passavam necessidade, sujeitando-se às exigências dos empresários. A decadência da modalidade era anunciada: “Crise no teatro musicado brasileiro” (*O Cruzeiro*, 1957e, p. 81), “Motivos da decadência” (*O Cruzeiro*, 1957e, p. 82), “Por que as produções não atraem o público” (*O Cruzeiro*, 1957e, p. 82) foram alguns dos subtítulos das reportagens. Um dos motivos citados para a decadência era assim descrito:

*O teatro musicado é feito na base de umas fórmulas, como se sabe. Mas uma delas já envelheceu bastante, embora alguns empresários não se dêem conta disso. Trata-se do teatro tipo “Praça Tiradentes”. Ei-la: um comico, dois bailarinos, um cantor, vinte mulheres (nem sempre bonitas), “sketchs” sobre política, piadas de velhos almanaques* (*O Cruzeiro*, 1957e, p. 82).

O modelo de teatro de revista, entretanto, não foi totalmente rejeitado pelas elites. Nas “boites” de Copacabana, ele ganharia nova roupagem (literalmente, pelos figurinos luxuosos) e novo status. Os espetáculos de Carlos Machado eram os exemplos mais acabados desses espetáculos.

Esses shows tinham espaço privilegiado na revista, com a proposta de “vender o Brasil no exterior”, uma vez que essas casas eram frequentadas por estrangeiros que também eram grandes patrocinadores e levariam os espetáculos para serem apresentados na Europa e nos Estados Unidos. O modelo era o de musicais com figurino e cenários luxuosos, belas mulheres com pouca roupa e representações estereotipadas do Brasil, num processo de apropriação da cultura popular pelas elites, que a adaptaram ao seu padrão de consumo. Como exemplos de divulgação na revista po-

**Figura 4.** A maioria do teatro brasileiro III (*O Cruzeiro*, 1956i).

**Figure 4.** The coming of age of Brazilian theater III (*O Cruzeiro*, 1956i).



demos citar “Rio de Janeiro a Janeiro” (*O Cruzeiro*, 1957a, p. 63), com cinco páginas duplas, repletas de imagens coloridas dos shows e elogios a Carlos Machado, “o rei da noite carioca”; “Uma noite do Rio em New York” (*O Cruzeiro*, 1956h, p. 4), com imagens do espetáculo – mulheres brasileiras em um traje que era um misto de maiô com vestido de baiana, nos moldes de Carmem Miranda – que teria sido elogiado pelo público americano.

Portanto, além da divulgação das artes clássicas, *O Cruzeiro* promovia também a cultura popular, contribuindo para a transformação dessa em cultura nacional, num movimento crescente de domesticação dessas expressões que passaram, cada vez mais, a ser dirigidas e organizadas pelos grupos dominantes que delas se apropriaram.<sup>16</sup>

Conforme mencionado, *O Cruzeiro* atribuía a si própria uma missão civilizadora. O discurso, entretanto, dirigia-se a uma incipiente burguesia nacional, que era frequentemente questionada nos inúmeros artigos de Chateaubriand, veiculados nos seus jornais, sobre sua incapacidade para levar adiante projetos políticos e econômicos no país.

Para Chateaubriand, esses líderes deveriam ter uma formação integral, sendo necessário desenvolver uma verdadeira cultura burguesa. Defensor de um liberalismo excludente, que via as elites como condutoras do processo de desenvolvimento econômico e democrático, foi protagonista de inúmeras campanhas que, além dos interesses comerciais e publicitários, tinham um cunho moralista e pedagógico, como a criação do MASP e o projeto da *Escola para a Formação das Elites*.<sup>17</sup>

*O Cruzeiro* foi um dos principais veículos utilizados por Chateaubriand para a realização destes “projetos pedagógicos”. A revista divulgava frequentemente as campanhas para aquisição das obras de arte do MASP, bem como o relato das obras recebidas. Eram, em geral, publicadas em fotografias coloridas de boa qualidade, acompanhadas de comentários explicativos.

A revista esteve, portanto, empenhada em difundir comportamentos, estilos de vida, conduta moral e social mais adequados a uma nação em vias de “civilizar-se”. Uma das estratégias utilizadas foi a constante construção e afirmação de determinados modelos de conduta destacados através dos personagens que circulavam em suas páginas. Exemplos dessa prática podemos identificar nas reportagens sobre os concursos de misses e ídolos do esporte, cujos destaques eram seus atributos físicos e morais.

Diferentemente dos dias atuais, nos anos 1950–1960 os concursos de misses eram levados a sério, e as candidatas, além da forma física, deveriam ser modelos de conduta da mulher brasileira. Elas representariam não só o tipo físico, mas também os valores do país, a cultura, o próprio grau de civilização.

Embora haja referências ao concurso de Miss Brasil desde o início do século, eles foram esporádicos, sendo que o primeiro certame oficial ocorreu somente em 1954, quando Marta Rocha sagrou-se vitoriosa e foi protagonista do caso das famosas duas polegadas a mais que a teriam deixado de fora do título do Miss Universo, no qual obteve o segundo lugar. Foi a revista *O Cruzeiro* a

<sup>16</sup> Não negamos a existência de diversas formas de resistência da cultura popular e sua capacidade criativa. No entanto, é inegável que, com a expansão dos meios de comunicação de massa, parte desta cultura foi gradativamente sendo apropriada, ficando cada vez mais sob a hegemonia burguesa capitalista, que lhe foi imprimindo outras características, por vezes, distintas daquela original. Esse esforço dos grupos dominantes em controlar a cultura popular é reconhecido por historiadores da cultura, como Peter Burke e Roger Chartier. O primeiro, ao estudar a Idade Moderna, afirma que as elites e o clero contribuíram para o desenraizamento da cultura popular tradicional e para mudar as atitudes e valores do resto da população, suprimindo, ou ao menos purificando, elementos da cultura popular tradicional. O segundo, embora crítico quanto à idéia de dependência da cultura popular em relação à dominante, não nega que o seu entendimento está diretamente ligado à compreensão das lutas sociais nas quais ela está inserida.

<sup>17</sup> Chateaubriand criou inúmeras campanhas nacionais que eram divulgadas nos seus diferentes veículos de comunicação. Uma delas foi a campanha para a criação de uma escola para formação de elites, que tinha por objetivo declarado formar líderes nacionais. Sobre essa questão ver Carneiro (1999) e Moraes (1994).



criadora e divulgadora de tal notícia, que passou a integrar o imaginário nacional no que diz respeito às formas físicas da mulher brasileira. Porém, a consagração do evento, que se tornou um dos maiores do país, só perdendo para a Copa do Mundo<sup>18</sup>, somente ocorreu em 1955, quando os Diários Associados assumiram a sua produção e divulgação. Entre os meses de maio e agosto, todas as edições dedicavam matérias ao concurso: as eliminatórias estaduais, entrevistas com as eleitas dos estados, com ex-misses e os preparativos para o concurso de Miss Brasil e, depois, o de Miss Universo em Long Beach. O certame era acompanhado pelo país inteiro através da revista e, onde chegava a TV, pela Tupy. É importante ressaltar que a revista, na época, tinha um alcance muito maior do que a televisão.

Na reportagem “A batalha da beleza”, Orlando Mota, assistente da direção geral dos Diários Associados e coordenador geral do concurso, definiu os objetivos deste:

*[...] O que acima de tudo nos preocupa é assegurar a dignidade do concurso, através de um alto padrão de moralidade. [...] para uma jovem candidatar-se a Miss Brasil, não basta possuir apenas beleza, graça, elegância e idade entre 18 e 28 anos, como determina o regulamento. É preciso algo mais. Faz-se questão de uma conduta moral ilibada. O concurso inspirado por dignos princípios pretende a eleição de uma jovem que esteja capacitada a representar realmente a moça brasileira, não somente nos seus dotes físicos, mas também na educação, na inteligência e na formação moral. Nada é mais necessário, além, naturalmente da condição de brasileira nata (O Cruzeiro, 1956a, p. 8).*

Aparentemente neutra, a divulgação desses eventos nos informa não só sobre o modelo ideal de mulher brasileira que se pretendia formar, mas sobre o país – quando enfatiza os ideais, a origem, os planos da candidata – e mesmo sobre as relações com a América Latina e os Estados Unidos – na medida em que as reportagens que cobriam o Miss Universo comparavam constantemente as candidatas de outros países (evidenciando a referida cultura de origem) com a brasileira. Nos três concursos cobertos pelo período estudado, por exemplo, a candidata brasileira sempre apareceu como destaque entre as da América Latina e em situação de semi-igualdade à norte-americana.

Miss Brasil 1955, Emília Barreto Corrêa de Lima representou o país no Miss Universo daquele ano. A cearense, que foi por muito tempo a “preferida da revista”, pois possuía as características esperadas da “boa moça brasileira”, não ficou entre as cinco finalistas, o que foi tratado em *O Cruzeiro* como tremenda injustiça. Porém, o consolo era

que a americana também fora “sacrificada”, conforme reportagem “Festa de beleza” (*O Cruzeiro*, 1955f, p. 106). Essa abriu com a foto da brasileira abraçada à norte-americana e trazia, na página seguinte, uma série de pequenas fotografias da brasileira se maquiando para o concurso e, abaixo, outra série da norte-americana na mesma atividade. As legendas informavam que a norte-americana pedia para a maquiadora brasileira fazer a sua maquiagem também.

Avaliando o evento, a reportagem afirmou que a vitória da representante sueca foi merecida, porém houve injustiça na escolha das demais finalistas, entre elas, duas orientais que, embora fossem “bonitas dentro do seu tipo”, não mereciam ganhar. Outra crítica referia-se à vulgaridade da Miss El Salvador, segunda colocada. As injustiçadas, a brasileira e a americana, eram moças pacatas, simples, típicas de seus respectivos países e por isso não ganharam.

No concurso de 1956, venceu a americana. A brasileira, a gaúcha Maria José Cardoso, não ficou entre as finalistas, assim como nenhuma representante latino-americana, o que gerou protestos. Novamente, a brasileira foi fotografada ao lado da americana com a legenda “[...] as duas graças das Américas, miss Brasil e miss Estados Unidos [...]” (*O Cruzeiro*, 1956g, p. 7). A brasileira apareceu, nesse momento, como solidária com as latino-americanas preteridas pelos jurados, sem se incompatibilizar, entretanto, com a americana, cujas qualidades foram exaltadas como modelos a serem seguidos. A revista explicou as causas da derrota: o não domínio da língua inglesa pela brasileira, sua timidez e pouca preocupação com a publicidade. Além disso, comentou que o traje escolhido, vestido de prenda, foi infeliz, não representando o país como o de baiana, por exemplo. Havia um apelo à padronização em termos do que era representativo da cultura nacional, e parecia que o gaúcho não cumpria essa função.

No concurso de 1957, entretanto, tivemos mais latino-americanas entre as finalistas. A vencedora foi a Miss Peru, e a brasileira, a paraense Teresinha Morango, ficou com o segundo lugar. Embora cercado de cuidados e elogios, a beleza da peruana, ao contrário dos concursos anteriores, a revista pôs em questão o título da peruana, que era acusada de não ter a idade regulamentar permitida no concurso. A aceitação incontestada das vencedoras anteriores, uma europeia e uma americana, e o questionamento sobre a vitória de uma latina não brasileira revelam, de um lado, um discurso legitimador de uma suposta superioridade norte-americana e europeia, e, de outro, retratam o contexto histórico da época, em que o Brasil aspirava a uma posição de liderança na América Latina, ao mesmo tempo em que buscava garantir boas relações com os Estados Unidos (Figura 5).<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Conforme o site oficial do concurso Miss Brasil, disponível em: [www.missbrasiloficial.com.br](http://www.missbrasiloficial.com.br).



Através dos concursos de Miss Universo, construía-se uma certa representação do Brasil e suas relações com o mundo, evidenciando a posição ocupada pelo país no cenário mundial e assinalando os aspectos que deveriam ser aperfeiçoados para que alcançássemos um grau mais elevado de civilização. É nesse sentido que a realeza das representantes sueca e americana eram incontestáveis, sendo suas vitórias atribuídas não só à beleza física, mas a uma série de outros fatores culturais, conforme podemos extrair do trecho abaixo sobre a americana Carol Morris, Miss Universo 1956:

*O que lhe garantiu semelhante triunfo foram o seu belo rosto, suas formas perfeitas [...], sua inteligência e sua naturalidade. Tudo isso além de suas habilitações: campeã de natação do Estado de Iowa (trabalhando no verão como salva-vidas, aliás já salvou 20), violonista, pianista, com algumas noções de canto e de arte dramática (O Cruzeiro, 1956g, p. 7).*

Com relação à sueca, vencedora de 1955, a reportagem evidenciava em subtítulo que “a nova miss é poliglota

e campeã de ginástica” e, em seguida, no texto, destacava outros atributos, como o fato de frequentar universidade, onde estudava línguas, decoração e desenho. Sabe-se que estes eram itens importantes na educação feminina burguesa europeia do século XIX, e que, no Brasil, expandiu-se em meados do século XX.<sup>20</sup>

Já a vitória da peruana era atribuída à beleza física e, em parte, à sua pouca idade e à fortuna de seu pai. “Com 18 anos de idade, olhos claros e pernas longas [...] Além disso, trata-se da filha de um próspero fabricante de artefatos de papel, descendente de alemães” (O Cruzeiro, 1957f, p. 5). Mais adiante, o texto refere-se às denúncias de que a “milionária peruana” (O Cruzeiro, 1957f, p. 5) não teria 18 anos completos, conforme exigência do concurso. O qualificativo “milionária”, utilizado, evidencia, por si só, um discurso que desqualifica a vitória da peruana.

A mesma matéria dizia ainda que “os brasileiros em Long Beach são unânimes em achar que a brasileira tinha na representante alemã uma forte concorrente, mas jamais na peruana”. A Alemanha era uma adversária natural já que, nesse concurso, a americana havia sido desclassificada por ser casada.

Em matéria sobre o concurso de 1956, O Cruzeiro perguntou: Por que a brasileira não ganhou? E respondeu que lhe faltou o conhecimento da língua inglesa, investir em publicidade e representar melhor a identidade nacional. No ano seguinte, a conquista do segundo lugar evidenciou a superação dessas deficiências, sendo que a candidata, mesmo não dominando o inglês, conseguia se comunicar, “soube atrair atenção sem exagero” (O Cruzeiro, 1957f, p. 5) e representou a “identidade brasileira” pelo traje de baiana, reconhecido especialmente pelos americanos, através de Carmem Miranda. Esses aspectos eram os mesmos que a revista se empenhava em enfatizar para o Brasil como um todo, ou seja, a necessidade de construir e divulgar uma imagem do Brasil no mundo com base no folclore (neste caso a baiana) e educar a classe média para que obtenha um nível cultural mais elevado, através de conhecimentos definidos popularmente como “cultura geral”.

Mesmo antes ou após o concurso, as candidatas, misses atuais ou ex-misses continuavam dando seus exemplos de vida nas páginas da revista, como na matéria da edição de 06 de abril de 1957, mês anterior ao início oficial das eliminatórias do concurso, em reportagem intitulada “Como vivem as três últimas misses do Brasil” (O Cruzeiro, 1957c, p. 4).

A primeira delas foi sobre Martha Rocha, miss brasileira de 1954. Composta por duas páginas duplas

**Figura 5.** A nova Miss Universo (O Cruzeiro, 1956g).  
**Figure 5.** The new Miss Universe (O Cruzeiro, 1956g).



<sup>19</sup> Ver sobre essa questão Moura (2002).

<sup>20</sup> Em estudo anterior sobre uma escola feminina no Rio Grande do Sul no início do século XX, demonstrei que o padrão de educação para as moças das “melhores famílias” compõe as disciplinas de artes manuais, entre as quais desenho, línguas, conhecimentos gerais e ginástica (Meyrer, 1997).

de reportagens com o predomínio de imagens, o destaque foi dado à sua condição de mãe e esposa. São oito fotografias, sendo uma de página inteira, numa típica fotografia de álbum de família: mamãe Martha, papai Álvaro e o bebê, com o mesmo nome do pai (Figura 6). Em todas, ela estava com o filho no colo e, em algumas, também com o marido. As legendas e o pequeno texto relatavam sua ocupação de mãe; o anúncio da nova gravidez; a profissão do marido – homem de negócios do setor de câmbio –, descrito como milionário e corredor de automóveis; a mansão em que vivia, que mereceu um subtítulo em destaque: “Mansão de Belgrano”, referência ao bairro aristocrático de Buenos Aires.

A outra ex-miss citada foi Emília Barreto Correa de Lima. O primeiro título dizia: “Casada e à espera da cegonha, em setembro”, e o segundo: “A miss Brasil 1955 é uma feliz dona de casa em Parnaíba, Piauí” (Figura 7). As fotografias mostravam a ex-miss em situações domésticas, em geral, servindo o marido. A maior, de página inteira, retratava o casal em frente à sua casa “encantadora, bem decorada e bem montada”, sob a legenda: “Um casal feliz. Ela ‘miss’ Brasil 1955. Ele diretor da estrada de ferro.” Na outra fotografia, a imagem é de Emília servindo o marido major com a legenda “Perfeita dona de casa, Emília Lima cuida das refeições de seu marido”.

A reportagem encerrava com a então miss Maria José Cardoso. Com o título “Solteira e com dois fortes pretendentes”, a matéria dizia que a miss tinha como objetivo “um casamento feliz completado por um lar cheio de filhos”. Descrevendo seu dilema para a escolha do marido, apresentou a legenda “Entre o jovem diplomata brasileiro, servindo em Washington, e o milionário nordestino, balança o coração da ‘miss’ Brasil 1956” (*O Cruzeiro*, 1957c, p. 12). Na condição de solteira, foi fotografada em tarefas próprias a uma moça de “boa família”, dedicando-se às belas artes (pintura) ou jardinagem artesanal, dons sabidamente valorizados no universo feminino das camadas média e alta da sociedade, especialmente no que diz respeito ao capital necessário para a obtenção de um bom casamento.

Mas a preferida pelas reportagens era a Miss Brasil de 1955, Emília. Só em 1955, ela foi alvo de seis matérias, sem citar as referentes ao Miss Universo. A história de sua vida foi contada na revista em capítulos. Cearense de classe média, oriunda de uma família tradicional e filha de médico, incorporava o protótipo da boa moça, tendo uma vida modesta e trabalhando como professora de jardim de infância em Fortaleza.

Em 1957, sua vida chegou, conforme palavras do redator, ao “clímax” com o nascimento de seu filho, registrado e divulgado pela revista. A reportagem trouxe, na primeira página, uma fotografia de Emília, ainda na

**Figura 6.** Como vivem as três mais recentes Misses Brasil (*O Cruzeiro*, 1957c).

**Figure 6.** The way the three most recent Misses Brazil live (*O Cruzeiro*, 1957c).



**Figura 7.** Emília e sua história de amor (*O Cruzeiro*, 1957c).

**Figure 7.** Emília and her love story (*O Cruzeiro*, 1957c).



**Figura 8.** Mamãe Emília no país dos sonhos (*O Cruzeiro*, 1957g).

**Figure 8.** Mommy Emília in dreamland (*O Cruzeiro*, 1957g).





maternidade, com o filho nos braços com a legenda “CLÍMAX DA FELICIDADE: mamãe Emília estreita seu filho nos braços pela primeira vez” (*O Cruzeiro*, 1957g, p. 126) (Figura 8). Na sequência, um pequeno texto com o subtítulo “Professora, Miss Brasil-1955, Esposa e, agora Mãe, são os títulos da jovem e bela cearense” (*O Cruzeiro*, 1957g, p. 126).

Para além do objetivo evidente de promover o concurso e atrair candidatas para o evento, essas reportagens contribuíam para a construção de um modelo da mulher brasileira, idealizando padrões de comportamento, estéticos e estilos de vida nos quais as leitoras poderiam se espelhar, num processo que pode ser entendido como um “civilizar-se”.<sup>21</sup> Os Diários Associados, ao promover tais concursos e divulgá-los, levaram para toda a sociedade o padrão feminino da elite.

Outro grupo sujeito ao julgamento dos repórteres era o dos astros do esporte, especialmente os jogadores de futebol, não se limitando ao seu desempenho nos jogos, mas fazendo referência a toda a sua conduta. Os jogadores e o próprio futebol brasileiro se encontravam, ainda, para *O Cruzeiro*, num nível abaixo daquele do mundo civilizado, ou seja, o europeu. As críticas concentravam-se na falta de inteligência, competência técnica, espírito desportivo e liderança. Tínhamos força física e a ginga, aspectos tidos como naturais do povo brasileiro que deveriam, entretanto, ser domesticados.

Estudos sobre a história do futebol<sup>22</sup> no Brasil indicam que, a partir dos anos 30, este esporte ganhou popularidade e passou a ser considerado um componente da identidade nacional. Nessa fase, o futebol nacional teria superado uma etapa elitista e se popularizado, assumindo características próprias do brasileiro, entendido como o ser nacional mestiço. As características inatas do brasileiro, como a ginga e a intuição, sobrepunham-se aos esquemas táticos europeus, dando origem ao que ficou conhecido como futebol-arte. Entretanto, no final dos anos cinquenta, esse modelo foi contestado e colocado em oposição ao europeu, mais racional e eficiente. *O Cruzeiro* participava desse debate, percebendo o desenvolvimento do futebol numa perspectiva evolutiva da civilização brasileira. É ainda Norbert Elias quem nos orienta nesse entendimento, quando descreveu o controle das emoções como etapa importante do processo civilizador. Para o autor, ocorreu “uma mudança civilizadora do comportamento” (Elias, 1993, p. 198).

Assim, as críticas não estavam dissociadas daquela imagem do país que a revista se empenhava em difundir,

**Figura 9.** Do Didu ao Didi (*O Cruzeiro*, 1956f).

**Figure 9.** From Didu to Didi (*O Cruzeiro*, 1956f).



ou seja, um país ainda não plenamente desenvolvido e que tinha ainda muito que aprender, sobretudo com países desenvolvidos, como fica explícito na reportagem “Fala Mr. Ellis” (*O Cruzeiro*, 1955a, p. 34B), onde o juiz inglês, que apitara a partida entre Brasil e Hungria na Copa do Mundo de 1954, foi entrevistado.

A reportagem dizia que o time brasileiro reagiu mal à derrota e partira para a luta corporal com os adversários, fazendo ameaças ao juiz. Este teria sofrido acusações por parte da imprensa do Brasil na defesa do selecionado brasileiro. *O Cruzeiro*, na contramão, publicou a versão do juiz inglês sobre o episódio. A fotografia de página inteira já desfazia, de saída, a imagem de vilão do inglês. Ela retratava um cenário perfeito e singelo de felicidade doméstica, onde o juiz jogava bola com o filho no seu jardim, observado pela esposa. Em seguida, um longo texto avaliava o futebol brasileiro e o comparava ao inglês, discorrendo sobre os eventos da partida e, sobretudo, sobre o mau comportamento dos brasileiros diante da derrota. Embora a habilidade dos brasileiros fosse apreciada, eles teriam muito a aprender com os ingleses. Em destaque, foi reproduzida a frase atribuída a Mr. Ellis: “Nós ensinamos-lhes futebol. Próxima tarefa: Ensinar-lhes a desportividade” (*O Cruzeiro*, 1955a, p. 34B).

A falta de racionalidade do futebol brasileiro foi reiterada em diversas ocasiões. Assim, na reportagem “Benfica” (*O Cruzeiro*, 1955e, p. 66C), os bons resultados obtidos pelo técnico brasileiro, contratado pelo time português, eram atribuídos à superioridade intelectual dos jogadores portugueses. O subtítulo da reportagem dizia: “Oto Glória compara o futebol brasileiro ao português – conclusão: diferença de nível intelectual dos jogadores – Vantagem para Portugal

<sup>21</sup> Entendido como processo de “[...] reorganização dos relacionamentos humanos que se fez acompanhar de correspondentes mudanças nas maneiras, na estrutura da personalidade do homem, cujo resultado provisório é nossa forma de conduta e de sentimentos civilizados” (Elias, 1993, vol. 2, p. 195).

<sup>22</sup> Ver Negreiros (2003) e Da Matta (1982).

[...]” (*O Cruzeiro*, 1955e, p. 66C). E, na página seguinte, a legenda referente à fotografia de um treino enfatizava: “O jogador português gosta de treinar e se preparar. É, antes de tudo, consciente e responsável” (*O Cruzeiro*, 1955e, p. 66C).

Era esta a justificativa que a revista usava ao eleger, em muitas de suas reportagens, o jogador Zizinho como o melhor do país. Ele era o único jogador brasileiro comparado a um atleta europeu em nível de igualdade. A justificativa: ele era o “[...] mestre dos jogadores cerebrais, o homem que sozinho vale por um time, [...]” (*O Cruzeiro*, 1955b, p. 32).

Essas comparações também ocorriam internamente, através de uma hierarquia tanto entre os diferentes esportes (esportes de elite x esporte popular) quanto entre os atletas. Exemplar, neste sentido, foi a reportagem “Do Didu ao Didi” sobre as diferenças entre dois atletas brasileiros reconhecidos internacionalmente (Figura 9). Didu, jogador de polo, e Didi, jogador de futebol. Ao centro de uma página dupla, entre a imagem dos dois atletas, um de cada lado, o texto apontou as diferenças entre os dois: Didu representava a boa educação; Didi, a falta desta. Mas o texto era otimista: “Esses defeitos ou lacunas, que todos nós temos em conjunto, dentro de uma ou duas gerações não vingarão” (*O Cruzeiro*, 1956f, p. 37).

Da mesma forma, os feitos esportivos dos Gracie, conhecidos propagadores do jiu-jítsu no Brasil, eram seguidamente divulgados, enfatizando a qualidade técnica da luta, em parte, desenvolvida pelo próprio Hélio Gracie. Para *O Cruzeiro*, eles criaram um verdadeiro “patrimônio nacional” ao desenvolver uma metodologia própria para tal luta, afirmando que o domínio dos Gracie, em nível mundial, era superior à qualidade do futebol brasileiro, que, entretanto, recebia maior prestígio por parte do governo (*O Cruzeiro*, 1955g, p. 84).

Novamente, evidenciou-se o confronto entre a força bruta inata dos brasileiros e a técnica desenvolvida a partir de um processo de aprendizado. A expressão simbólica deste confronto pode ser apreendida da matéria sobre a luta entre Hélio Gracie e um dos seus alunos, Waldemar, negro, mais jovem e mais forte que o anfitrião Gracie, bem como dos acontecimentos decorrentes da vitória de Waldemar.

Na primeira reportagem sobre a luta, a vitória de Waldemar foi atribuída a dois motivos: à utilização de golpes desonestos e à técnica Gracie, apreendida com o próprio. A conclusão era que a vitória foi da técnica Gracie. Em reportagens posteriores, abriu-se uma discussão sobre os recursos ilícitos utilizados por Waldemar, que teria lutado como num “vale-tudo”, incompatível com o nível técnico de Gracie. Na sequência, a revista fez um apelo público para que Hélio não aceitasse uma nova luta proposta por Waldemar, pois o desafiante não estava à sua altura. O desfecho do episódio ocorreu com uma nova

luta, entretanto, o lutador era um membro mais jovem dos Gracie, Carlson, que venceu. A revista deu destaque ao evento e, ao longo de toda a reportagem, confrontou a força bruta de Waldemar à técnica de Carlson. Nasser, o repórter de maior prestígio da revista, escreveu uma matéria a respeito onde questionava:

*Quem é você Waldemar? Qual o seu passado de lutador? Não sabemos, não sabe ninguém. Você é, dentro do esporte, um produto de geração espontânea. Carregava toalhas na Academia Gracie modesta e honradamente e como era forte e corajoso foi transformado em saco de pancadas. Muito bem. Aprendeu alguns golpes, tornou-se um aparringE mais adiante: Quem são os Gracie? Uns rapazes um tanto vaidosos de seu passado esportivo, mas, juntos, uma Instituição [...]”* (*O Cruzeiro*, 1955g, p. 84).

Concursos de misses, ídolos do esporte serviram de matéria-prima para a ação pedagógica de *O Cruzeiro*, que tinha por base a veiculação de uma imagem dicotômica da sociedade brasileira, onde estariam em confronto o bem e o mal; o certo e o errado; enfim, o atraso e a modernidade.

A partir do exposto, entendemos que a revista tinha como um de seus objetivos atuar como instrumento pedagógico destinado, especialmente, às classes média e alta da sociedade brasileira. Os ensinamentos eram entendidos como parte de um projeto civilizador, operando, de um lado, na educação informal destes grupos que deveriam assimilar valores morais e éticos do mundo desenvolvido, através de padrões de comportamentos ideais construídos pelo periódico, e, de outro, acentuando características essencialmente nacionais, através da construção de uma cultura nacional popular que, entretanto, deveria ser conduzida e articulada por esse mesmo grupo.

## Referências

- ARRUDA, M.A. do N. 1997. Metrópole e Cultura: o novo modernismo paulista em meados do século. *Tempo Social: Revista de Sociologia da USP*, 9(2): 39-52.
- BIELSCHOWSKY, R. 1996. *O pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimento*. 3ª ed., Rio de Janeiro, Contraponto, 496 p.
- BOURDIEU, P. 2007. *O poder simbólico*. 10ª ed., Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 322 p.
- CARNEIRO, G. 1999. *Brasil, Primeiro: história dos Diários Associados*. Brasília, Fundação Assis Chateaubriand, 690 p.
- CHARTIER, R. 2002. O mundo como representação. In: R. CHARTIER, *À beira da falésia: a história entre certezas e inquietudes*. Porto Alegre, Editora da Universidade – UFRGS, p. 163-180.
- DA MATTA, R. (org.). 1982. *O universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro, Pinakotheke, 124 p.



- ELIAS, N. 1993. *O processo civilizador; Formação do Estado e Civilização*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, vol. 2, 307 p.
- GAVA, J.E. 2003. *Momento Bossa Nova: arte, cultura e representação sob os olhares da revista O Cruzeiro*. Assis, SP. Tese de doutorado. UNESP, 215 p. Disponível em: [http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bas/33004048018P5/2003/gava\\_je\\_dr\\_assis.pdf](http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bas/33004048018P5/2003/gava_je_dr_assis.pdf). Acessado em: 25/03/2006.
- GINZBURG, C. 1987. *O queijo e os vermes: o cotidiano de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo, Cia. das Letras, 306 p.
- JOVCHELOVITCH, S. 2000. *Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 232 p.
- MEYRER, M. 1997. *Evangelisches Stift: Uma escola para moças das melhores famílias*. São Leopoldo, RS. Dissertação de Mestrado. Unisinos, 160 p.
- MORAES, F. 1994. *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo, Cia das Letras, 732 p.
- MOURA, G. 2002. Avanços e recuos: a política exterior de JK. In: A. de C. GOMES (org.), *O Brasil de JK*. Rio de Janeiro, Editora FGV, p. 39-66.
- NAPOLITANO, M. 2006. *Cultura brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. São Paulo, Contexto, 133 p.
- NEGREIROS, P.J. de C. 2003. Futebol nos anos 1930 e 1940: construindo a Identidade Nacional. *História: Questões & Debates*, 39:121-151.
- ORTIZ, R. 1989. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo, Brasiliense, 222 p.
- PEREGRINO, N. 1991. *O Cruzeiro: a revolução da fotorreportagem*. Rio de Janeiro, Dazibau, 120 p.
- RODRIGUES, M. 1996. *A Década de 50 – populismo e metas desenvolvimentistas no Brasil*. São Paulo, Ed. Ática, 115 p.
- TAVARES, J.N. 1982. Gênese do Império Associado de Assis Chateaubriand. *Comunicação e Sociedade*, 4(7):144-168.
- VELLOSO, M.P. 2002. A dupla face de Jano: romantismo e populismo. In: A. de C. GOMES (org.), *O Brasil de JK*. 3ª ed., Rio de Janeiro, FGV, p. 171-199.

## Fontes primárias

- O CRUZEIRO. 1955a. 05 fev., p. 39, 40, 34B.
- O CRUZEIRO. 1955b. 12 fev., p. 32.
- O CRUZEIRO. 1955c. 19 fev., p. 57.
- O CRUZEIRO. 1955d. 26 fev., p. 46.
- O CRUZEIRO. 1955e. 16 jul., p. 66C.
- O CRUZEIRO. 1955f. 13 ago., p. 106.
- O CRUZEIRO. 1955g. 24 dez., p. 84.
- O CRUZEIRO. 1956a. 12 maio, p. 8.
- O CRUZEIRO. 1956b. 02 jun., p. 36, 37.
- O CRUZEIRO. 1956c. 07 jul.
- O CRUZEIRO. 1956d. 14 jul., (p. 42F).
- O CRUZEIRO. 1956e. 21 jul.
- O CRUZEIRO. 1956f. 18 ago., p. 37, 38.
- O CRUZEIRO. 1956g. 04 ago., p. 7.
- O CRUZEIRO. 1956h. 29 dez., p. 4.
- O CRUZEIRO. 1956i. 02 jul.
- O CRUZEIRO. 1957a. 19 jan., p. 63.
- O CRUZEIRO. 1957b. 09 mar., p. 80.
- O CRUZEIRO. 1957c. 06 abr., p. 4, 12.
- O CRUZEIRO. 1957d. 18 maio, p. 14, 81.
- O CRUZEIRO. 1957e. 29 jun., p. 81, 82.
- O CRUZEIRO. 1957f. 03 ago., p. 5.
- O CRUZEIRO. 1957g. 05 out., p. 126.

Submetido em: 03/06/2010  
 Aceito em: 20/06/2010