

DISCURSIVIZAÇÃO DE O CRUZEIRO: NOTAS INICIAIS SOBRE O PERÍODO DE 1928 A 1930

Maria da Conceição Fonseca-Silva
(UESB)

Daiane Rodrigues de Oliveira
(UESB)

dainerodri@hotmail.com
(UESB)

RESUMO

O *Cruzeiro* é uma das revistas ilustradas brasileiras mais importantes do século XX. A discursivização das primeiras edições dessa revista indicam como os empresários de comunicação buscam manter e ampliar o controle de um grande capital simbólico, que os habilitam a participar intensamente da vida política do país. **O *Cruzeiro*** é a primeira revista a abranger todo o território nacional, lançada simultaneamente nas principais capitais e cidades brasileiras, e a primeira que nasce comprometida com o poder estatal. Para além dessas questões, a revista visava atender a outros interesses. Essas e outras questões é que pretendemos analisar nos exemplares que fazem parte do *corpus* da pesquisa. Neste trabalho, pois, apresentamos resultados parciais da pesquisa em andamento que objetiva tratar da constituição e discursivização dessa revista.

PALAVRAS-CHAVE: Memória. Discurso. Mídia. Periódicos.

INTRODUÇÃO

Esse texto é resultado parcial de uma pesquisa sobre a constituição de discursivização das revistas no Brasil. Tomamos como objeto de análise, neste trabalho, o periódico *O Cruzeiro* (inicialmente sem *O*), principal revista ilustrada brasileira do século XX, lançada, em 10 de novembro de 1928, pelo grupo dos Diários Associados, comandado por Chateaubriand, em meio ao movimento do aparecimento do jornalismo sensacionalista e ao surgimento dos primeiros conglomerados de imprensa.

· Trabalho apresentado como resultado parcial da pesquisa intitulada “Constituição e discursivização de revistas no Brasil”, coordenado pela da Profª Drª Maria da Conceição Fonseca Silva.

· Doutora em Lingüística- área de concentração Análise de Discurso. Coordenadora do Projeto de Pesquisa.

Custeada por financiamento intermediado pelo então Ministro da Fazenda, Getúlio Vargas, cujo objetivo era seus futuros planos políticos, surge com tiragem semanal inicial de 50 mil exemplares e com circulação em todas as capitais e grandes cidades do país e também em Buenos Aires e Montevideú. Para o lançamento da revista, ocorre uma mega-operação de distribuição precedida por uma grande jogada de marketing: que incluiu 4 milhões de filipetas jogadas do alto da Avenida Rio Branco, anunciando a chegada da "revista contemporânea dos arranha-céus".

Nos folhetos que foram atirados do alto de prédios da Avenida Central aparecia a seguinte formulação lingüística "A revista semanal colorida que tudo sabe, tudo vê". Essa revista só se consolida no mercado editorial brasileiro, no entanto, na década de 30, sendo publicada até julho de 1975, quando traz na capa a fotografia de Pelé.

Podemos dizer que *O Cruzeiro* inaugurou a retogravura na imprensa ilustrada nacional e que serviu de campo experimental para a retogravura a cores. Tinha como marca as fotografias que acompanhavam todos os artigos, reportagens, crônicas e seções variadas. A primeira capa já foi em cores. Apresentava fotos ampliadas e textos de técnica revolucionária para os padrões então existentes.

Editada, inicialmente, em Buenos Aires, era de publicação semanal e possuía agentes em todo país e correspondentes em Roma, Paris, Lisboa, Berlin, Nova York, Londres e Madrid.

Estudar e entender como revistas, a exemplo de **O Cruzeiro**, surgiram e discursivizaram é importante para compreendermos o papel da mídia no Brasil.

Neste trabalho, apresentamos algumas discussões iniciais.

MATERIAL E MÉTODOS

Para constituição do *corpus* dessa pesquisa, estamos procedendo à busca, identificação e compra de exemplares de edições da revista **O Cruzeiro** do período que compreende 1928 a 1975. A raridade dos

exemplares e a dificuldade de encontrá-los indicam o alto custo de cada edição adquirida.

O *corpus* em constituição já conta com 15 exemplares adquiridos de sebos da cidade de São Paulo.

Como a pesquisa ainda não foi financiada, a coordenadora do projeto tem assumido os custos desses exemplares, cujos valores tem ficado em torno de R\$ 150,00 (cento e cinqüenta) a R\$ 300 (trezentos reais).

À medida que os exemplares são adquiridos, procedemos ao trabalho de escanear as edições, com o objetivo de preservar os originais, manter o material em arquivo e facilitar o trabalho de análise dos pesquisadores envolvidos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A capa da primeira edição da revista *Cruzeiro*, colocada em circulação no dia 10 de novembro de 1928, é apresentada com a seguinte configuração: No alto da página, é apresentado o título *Cruzeiro* e o subtítulo *Revista Semanal Ilustrada*; no centro da página há o desenho do rosto de mulher que é mostrada com unhas cintilantes, sombra nos olhos e boca pintada. Além da profusão de cores, aparecem sobre o rosto da mulher as cinco estrelas de prata do Cruzeiro do Sul que inspiraram o nome da revista, como pode ser observado na figura 1.



(Figura 1)

Na discursivização do editorial do primeiro número, é traçado um paralelo entre o nome da revista e a história do Brasil, como pode ser observado:

Depomos nas mãos do leitor a mais moderna revista brasileira. Nossas irmãs mais velhas nasceram por entre as demolições do Rio colonial, através de cujos escombros a civilização traçou a recta da Avenida Rio Branco: uma recta entre o passado e o futuro. **Cruzeiro** encontra já, ao nascer, o arranha-céu, a radiotelephonia e o correio aéreo: o esboço de um mundo novo no Novo Mundo. Seu nome é o da constelação que, ha milhões incontaveis de annos, scintila, aparentemente immovel, no céu austral, e o da nova moeda em que resuscitará a circulação do ouro. Nome de luz e de opulencia , idealista e realistico, synonymo de Brasil na linguagem da poesia e dos symbolos. Timbre de estrellas na bandeira da Patria, o cruzeiro foi, desde o primeiro dia da sua historia, um talisman. Nas solidões do mar, era o fanal nocturno dos navegantes. Vera Cruz, Santa Cruz, foram os nomes sacros que impuzeram á terra nova os nautas-cavalleiros na semana mystica do descobrimento. A armada descobridora apontara á vista dos íncolas attonitos, com as vermelhas cruces pintadas na pojadura palpitante das vélas. Na terra paradisiaca, por onde Eva andava na verde floresta mais nua do que anda hoje nas praias fulvas de Copacabana, arvorou-se em signal de posse uma cruz, em memoria daquella outra em que um Homem divino fôra crucificado no reinado do lascivo

Tiberio. Volvidos quatro seculos, a bandeira nacional recolhia num losangulo de céu a constelação tutelar, restaurando na linguagem dos symbolos o nome do baptismo de 1500. **Cruzeiro** é um título que incluye nas suas tres syllabas um programma de patriotismo.

Além disso, podemos encontrar materializado no editorial da primeira edição o discurso da diferença entre revista e jornal:

Uma revista, como um jornal, terá de ter, forçosamente, um character e uma moral. De um modo generico: princípios. Dessa obrigação não estão isentas as revistas que se convencionou apelar de frívolas. A função da revista ainda não foi, entre nós, sufficientemente esclarecida e comprehendida. Em paiz da extensão desconforme do Brasil, que é uma amalgama de nações com uma só alma, a revista reúne um complexo de possibilidades que, em certo sentido, rivalisam ou ultrapassam as do jornal. O seu raio de acção é incomparavelmente mais amplo no espaço e no tempo. Um jornal está adstricto ás vinte e quatro horas de sua existencia diaria. Cada dia o jornal nasce e fenece, para renascer no dia seguinte. É uma metamorphose consecutiva. O jornal de hontem é já um documento fóra de circulação: um documento de archivo e de bibliotheca. O jornal dura um dia. Essa existencia, tão intensa como breve, difficulta os grandes percursos. É um vôo celere e curto. O jornal é a propria vida. A revista é já um compendio da vida. A sua circulação não está confinada a uma area traçada por um compasso cujo ponteiro movel raro pôde exceder um círculo de raio superior á distancia maxima percorrivel em vinte e quattro horas. A revista circula desde o Amazonas ao Rio Grande do Sul, infiltra-se por todos os municipios, utiliza na sua expansão todos os meios de conducção terrestre, maritima, fluvial e aérea; entra e permanece nos lares; é a leitura da familia e da visinhança. A revista é o estado intermedio entre o jornal e o livro. Por isso mesmo que o campo de acção da revista é mais vasto, a sua interpretação dos acontecimentos deve subordinar-se a um criterio muito menos particularista do que o do jornal. Um jornal pôde ser um órgão de um partido, de uma facção, de uma doutrina. Uma revista é ums instrumento de educação e de cultura: onde se mostrar a virtude, animá-la; onde se ostentar a belleza, admirá-la; onde se revelar o talento, applaudi-lo; onde se empenhar o progresso, secundá-lo. O jornal dá-nos da vida a sua versão realista, no bem e no mal. A revista redu-la á sua expressão educativa e esthetica. O concurso da imagem é nella um elemento preponderante. A cooperação da gravura e do texto concede á revista o privilegio de poder

tornar-se obra de arte. A política partidária seria tão incongruente numa revista do modelo de **Cruzeiro** como num tratado de geometria.

Nos textos dos diversos gêneros textuais, tais como: reportagens, contos e crônicas, os discursos materializados são nacionalistas. O discurso nacionalista encontra-se presentificado na revista tanto em formulações lingüísticas, a exemplo de “A evolução da moeda no Brasil”, “A grafia de Brasil” e das charges encabeçadas pelo título “Progresso”, quanto nas capas, a exemplo da capa da primeira edição de 29 de dezembro de 1928, entre outras, como apresentamos a seguir:

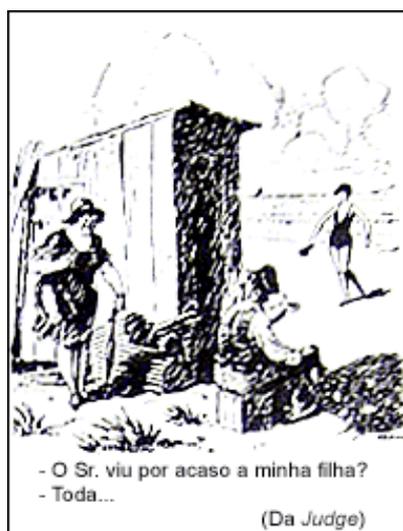


(Figura 2)

Os textos apresentados na primeira edição e nas demais são seccionados e indicam o tempo médio que os leitores devem levar para ler uma entrevista, uma reportagem, um conto, etc.

Além das entrevistas, reportagens, contos e crônicas, a revista é organizada com várias seções, entre as quais, destacamos: *jurídica, médica, “arquitetura doméstica”, Dona, Carta de Mulher, Cinelândia, Estádio, Consultório Médico.*

Nessas seções, são publicadas cartas de leitores ou cartas a especialistas que tiram dúvidas de leitores. Além dessas, há seções de *curiosidades, culinária, coluna social, moda e charges internacionais*, como as duas que apresentamos abaixo:



(Figura 3)



(Figura 4)

As páginas desse primeiro número são permeadas de anúncios publicitários de automóveis Lincoln, vitrolas da GE, produtos de higiene, casas de tecidos, hotéis, fogões à gasolina, remédios e elixires.

A primeira personalidade a aparecer em uma capa foi o Rei Alberto da Bélgica, Na segunda edição de 17 de novembro de 1928, e a primeira capa que apresenta uma fotografia mostra Santos Dumont



(Figura 5)



(Figura 6)

A revista só vai se consolidar na década de 30. A primeira edição de novembro de 1930 tem como 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.

Na discursividade da matéria, podemos encontrar assinalada a posição de sujeito à qual o periódico vai se identificar durante o período do chamado Estado Novo. É a posição de apoio incondicional à Getúlio e à Revolução de 1930. O editorial deste número é ilustrado pela imagem do presidente deposto. A fotografia funciona como documento-monumento dos acontecimentos. Na mesma edição, são apresentadas em cinco páginas com 27 fotografias (entre outras, da população comemorando nas ruas, do empastelamento de jornais governistas pela multidão e das tropas em combate em frente ao Palácio Guanabara), que indicam a vitória da revolução. Na edição da semana seguinte, Getúlio Vargas é tema e capa da publicação, como pode ser observado na figura 7.



(Figura 7)

A edição, cuja capa é apresentada na figura 7, materializa o surgimento da construção de um discurso sobre a imagem personalista de Getúlio. Esse discurso toma corpo com a ação das instituições responsáveis pela consolidação do chamado *discurso estadonovista*.

Nessa edição, o editorial é substituído pela reprodução a Ordem do Dia nº 1, do Comando Geral das Forças Nacionais. Diversas páginas apresentam

fotos dos comandantes da Revolução e editam ainda imagem de página inteira de um Getúlio Vargas austero e nomeado como “chefe supremo da revolução”.

Enfim, o discurso materializado nas páginas desse número ressalta a importância das ações revolucionárias e, respectivos participantes, por todo o país. A seção nas edições anteriores, denominada **“Fatos da Semana”** é substituída nessa edição por **“Figuras e Fatos da Revolução”**.

CONCLUSÕES

Os resultados das análises iniciais da pesquisa indicam que *O Cruzeiro*, um dos fenômenos editoriais brasileiros, estabeleceu uma nova linguagem na imprensa nacional do início do século XX, principalmente no que se refere ao fotojornalismo. Indicam também que a revista na sua constituição exerce o papel de formador de opinião discursiviza a serviço de projetos políticos.

REFERÊNCIAS

BARBERO, Jesus Martin. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1986.