

OS ANOS JK NO ACERVO DA BIBLIOTECA NACIONAL(*)

Marieta de Moraes Ferreira

*Cláudia Cristina de Mesquita G. Dias**

Uma consulta ao conjunto do acervo da Biblioteca Nacional permite perceber o imenso valor de suas coleções de periódicos para o estudo do período de governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961). Sem dúvida, outros tipos de material podem ser listados, como a iconografia, as obras raras e o acervo cartográfico da Biblioteca. Além disso, no setor de referência pode-se localizar uma bibliografia importante sobre os temas mais relevantes da época. No entanto, considerando a extensão e a riqueza do corpo documental encontrado na Divisão de Publicações Seriadas,¹ decidimos dedicar especial atenção aos jornais e revistas lá conservados, às suas características e ao seu potencial como fontes históricas para o estudo dos anos JK.

1. OS ANOS JK

A década de 1950 representou para o Brasil um momento de grandes transformações. “Eliminar os obstáculos que retinham o crescimento da produção, a acumulação de riquezas e a melhoria da qualidade de vida da população rapidamente converteu-se em obsessão política e, a seguir, em programa de governo. Aquele Brasil, de estrutura econômica ainda tenra o bastante para abrigar os vôos da imaginação desenvolvimentista, estava pronto para ser

(*) Publicado em Biblioteca Nacional. 500 anos de Brasil na Biblioteca Nacional

1 A Divisão de Publicações Seriadas da Fundação Biblioteca Nacional – vinculada ao Departamento de Referência e Difusão – conserva os principais jornais e revistas impressos no Brasil. Oferece também publicações oficiais, boletins técnicos e anuários, entre outras publicações, num total de cerca de 13 milhões de peças, o maior acervo de publicações da América Latina. As coleções podem ser manuseadas ou consultadas em microfiches. Destacam-se coleções históricas das mais importantes publicações, extintas ou em circulação, tais como: *Diário Oficial da União*; *Diário de Pernambuco* (1825); *Província de São Paulo*, posteriormente *O Estado de São Paulo*; *Última Hora*; *Correio da Manhã*; *O Jornal*, de Assis Chateaubriand, o órgão número um dos Diários Associados; *Folha da Manhã*, hoje *Folha de São Paulo*; *O Paiz*; *Diário Carioca*; *Gazeta de Notícias*; *Diário de Notícias*; *Jornal do Commercio*, entre outros.

modelado”.² A grande meta a ser atingida, concordam todos os analistas do período, era o desenvolvimento econômico. “Industrialização, urbanização e tecnologia são as palavras de ordem do momento.” E ainda: “Ao longo dos anos 50, partidos políticos, sindicatos e imprensa cerram fileiras em torno do projeto nacional-desenvolvimentista”.³

Após o fim da Segunda Guerra, e sobretudo a partir dos anos 50, o Brasil passaria por mudanças significativas em sua estrutura produtiva. Houve uma maior diversificação da atividade industrial, que sofreu um impulso ao longo do conflito mundial devido à necessidade de substituição das importações. Ao mesmo tempo que a indústria se fortalecia, o Estado passava a assumir um papel fundamental, implementando políticas de desenvolvimento econômico. Esse processo, iniciado no governo Vargas (1951-1954) e acelerado no governo JK, correspondeu em certo sentido ao surgimento de novos segmentos intelectuais com perfil diferente daqueles de formação essencialmente humanística. Surgiam novos grupos de influência constituídos por profissionais com conhecimentos técnico-científicos, muitos deles engajados na formulação de políticas de desenvolvimento. Paralelamente, intensificava-se o processo de formação de uma sociedade que reclamava não só bens de consumo, mas também bens culturais.

O espírito do novo, a vontade de mudança transcenderam as esferas econômica e política e contaminaram o domínio das artes e da cultura. Importantes movimentos no campo artístico nasceram e tomaram novo impulso na segunda metade da década de 1950. Surgiram novas formas de conceber o cinema, o teatro, a música, a poesia e as artes plásticas, em decorrência de uma reflexão crítica acerca da produção existente e das linguagens vigentes em cada um desses domínios. “O *design* arrojado e o concretismo, nas artes plásticas e na poesia, são a marca dos anos 50. No final da década começam a surgir manifestações que a seguir tomariam corpo nos movimentos da Bossa Nova, Cinema Novo, Teatro do Oprimido e música de protesto. Buscam-se, enfim, novas formas de expressão artística, capazes de integrar cultura, modernidade e desenvolvimento.”⁴

Esse movimento geral, que se identificava como revolucionário na medida em que buscava construir um “novo”, possuía uma ampla dimensão: pretendia identificar e sintetizar elementos da cultura e da sociedade brasileiras, integrando-os a expressões artísticas oriundas de experiências realizadas fora do país. A par da construção do novo, a produção cultural do período caracterizou-se pela valorização do popular como o fundamento mais genuíno da

2 Clóvis de Faro e Salomão Quadros, A década de 50 e o Programa de Metas. In: *O Brasil de JK* (org. Angela de Castro Gomes. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 1991), p. 45.

3, Mônica Velloso, A dupla face de Jano: romantismo e populismo. In: *O Brasil de JK*, op. cit., p. 122.

4 Idem, ibidem, p. 123.

nacionalidade brasileira. A efervescência do movimento cultural sintonizava-se tanto com o espírito nacionalista que crescia na época, quanto com a crença nas possibilidades de desenvolvimento e transformação do país.⁵

2. A IMPRENSA NOS ANOS 50

A imprensa brasileira, ao longo da década, também passou por um intenso processo de mudança. Novos jornais e revistas foram criados, outros fizeram modificações na forma de apresentar e diagramar suas matérias. Surgiram empresas de caráter fundamentalmente comercial, detentoras de maior poder econômico, e isso em grande medida possibilitou a incorporação de inovações técnicas, gráficas e editoriais. As mudanças não se restringiram, porém, aos aspectos visuais. “Sem dúvida, a imprensa brasileira, na década de 50, foi abandonando uma de suas tradições: o jornalismo de combate, de crítica, de doutrina e de opinião. Essa forma de jornalismo convivia com o jornal popular, que tinha como característica o grande espaço para o *fait divers*, para a crônica e para a publicação de folhetins. A política da atualidade não estava ausente, mas era apresentada com uma linguagem pouco objetiva”.⁶

Esse abandono do antigo modelo de jornalismo esteve relacionado, em grande parte, aos acontecimentos políticos traumáticos que se processaram no período. “A crise política que levou ao suicídio de Getúlio Vargas em 1954 pode ser vista como um divisor de águas”.⁷ Nos meses que antecederam o suicídio, a imprensa fez uso de uma linguagem exageradamente violenta na abordagem dos temas políticos. A busca de uma maior objetividade na transmissão da notícia a partir de então talvez demonstre que aquela forma de fazer oposição ao governo foi percebida pela própria imprensa como parcialmente responsável pelo drama político que chocou o país. O fato é que a partir de então se abriu espaço para o desenvolvimento de outras formas de praticar o jornalismo.

Outro fator importante para as transformações ocorridas na imprensa foi o crescimento da profissionalização do setor. Na década de 1950, as faculdades de filosofia colocaram no mercado profissionais com uma formação mais especializada, o que contribuiu para o fortalecimento de um novo jornalismo, mais voltado para a informação.

5 Mônica Kornis, Vanguarda e anos 50 (Rio de Janeiro, CPDOC, 1991. Documento de trabalho).

6 Alzira Alves de Abreu, Os suplementos literários: os intelectuais e a imprensa nos anos 50. In: *A imprensa em transição* (coord. Alzira Alves de Abreu. Rio de Janeiro, FGV, 1996), p. 15.

7 Idem, *ibidem*, p. 10.

O jornal *Última Hora* é um exemplo desse quadro de mudanças que já se vinha delineando desde o início da década. Fundada em 1951, a *Última Hora* esteve ligada ao governo Vargas mas também revolucionou a imprensa carioca, introduzindo uma série de novas técnicas de comunicação de massa. Sua importância quanto a esse aspecto é ressaltada nos depoimentos de membros de sua antiga equipe. Segundo Carlos Castello Branco, a *Última Hora* foi fundada para ser “a Volta Redonda da imprensa brasileira”.⁸ Deve ser mencionada igualmente a importância do *Diário Carioca* nesse movimento de renovação da imprensa do Rio de Janeiro. Embora não contasse com recursos técnicos expressivos, o *Diário Carioca* reuniu, ao longo dos anos 50, uma equipe de jornalistas de grande talento, liderada por Luís Paulistano e Pompeu de Souza, que inaugurou o uso do *lead* e utilizou pela primeira vez um corpo de copidesques na redação.⁹ É importante notar que, dentro desse ambiente de busca de inovações, nem todos os órgãos reagiram da mesma maneira. O *Diário de Notícias*, por exemplo, não aderiu à tendência à objetividade então em curso e se manteve fiel a um jornalismo de combate, o que pode ter contribuído para o seu declínio.¹⁰

Uma breve incursão pelo campo da imprensa já evidencia a importância dos jornais para o estudo dos chamados anos JK. As mudanças sofridas na época pelos meios de comunicação constituem-se também em registros de um processo de transformação mais geral. Todos esses argumentos justificam o interesse em recuperar jornais e revistas como fontes para a análise do período.

Para orientar a pesquisa no acervo de periódicos da Biblioteca Nacional referentes aos anos JK, realizamos um mapeamento, levando em conta as linhas editoriais dos jornais e revistas, suas preferências político-partidárias, assim como a cobertura dada à implementação das metas do governo. Nesse levantamento, além da análise dos jornais e revistas do acervo, foram de grande utilidade as informações contidas no *Dicionário histórico-biográfico brasileiro*,¹¹ nesse caso apenas sobre os jornais. Ao longo do trabalho foi possível constatar que os cadernos especiais e suplementos literários dos jornais também são fontes fundamentais para qualquer investigação sobre os projetos das vanguardas culturais e artísticas da época.¹²

8 Entrevista de Carlos Castello Branco ao CPDOC, 12/1/1982.

9 Entrevista de Jânio de Freitas ao CPDOC, 20/2/1979.

10 Sobre a trajetória do *Diário de Notícias* ao longo da década de 1950, ver Dimas Sales Pereira Júnior, *O Diário de Notícias na crise de 1955 – disputas políticas e práticas jornalísticas* (Rio de Janeiro, IFCS, 2000. Dissertação de mestrado).

11 *Dicionário histórico-biográfico brasileiro; 1930-1983*, coordenado por Israel Beloch e Alzira Alves de Abreu (Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, Forense Universitária, Finep, 1984). Os verbetes sobre imprensa desta obra foram elaborados sob a coordenação de Marieta de Moraes Ferreira.

12 De acordo com Alzira Alves de Abreu, a década de 50 “conheceu o auge dos suplementos literários,

2.1. Jornais

A utilização dos jornais como fonte para os estudos históricos é um procedimento usual entre os pesquisadores, pois abre possibilidades para a abordagem dos mais diferentes temas e questões: desde criminalidade, política, cultura, projetos econômicos até humor ou esporte. Não é nossa pretensão explorar em profundidade o potencial do grande número de jornais do acervo da Biblioteca Nacional, nem tampouco todos os temas passíveis de serem trabalhados a partir deles. A estratégia que adotamos foi a de selecionar alguns jornais cariocas, diferentes por sua trajetória, linha editorial, tendência política, tradicionalismo ou capacidade de inovação, e descrever as características de cada um. São eles: *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã*, *O Globo*, *Diário Carioca*, *Diário de Notícias*, *Última Hora*, *Tribuna da Imprensa* e *Novos Rumos*.

O *Jornal do Brasil* foi fundado em 1891 por Rodolfo de Souza Dantas e Joaquim Nabuco. De início, foi um veículo de crítica ao governo republicano, lançado por elementos ligados à monarquia. Mais tarde, em 1893, sob a direção do republicano Rui Barbosa, o sentido das críticas se alteraria, e se voltaria contra a ditadura de Floriano Peixoto. Em 1894, o jornal foi vendido à firma Mendes e Cia, abandonando de vez as críticas ao regime. Nessa fase, foi apelidado de “O Popularíssimo”, devido à valorização dos assuntos quotidianos da cidade em suas páginas. Na década de 1920, voltaram a ser valorizadas as seções literárias e artísticas, cujas colunas eram assinadas por membros da Academia Brasileira de Letras. Já no Estado Novo, o jornal adquiriu características mais comerciais, esvaziando o papel dos literatos.

Moderado e legalista, em 1950 o jornal apoiou a posse de Vargas em seu segundo governo. Pouco depois iniciaria um longo período de mudanças internas, que repercutiriam vigorosamente na imprensa da época. Dentro do quadro de reformas, inaugurado em 1953, deve-se destacar o aparecimento do “Suplemento Dominical”, criado por Reinaldo Jardim, e a contratação de muitos jornalistas vindos de outros jornais cariocas. A inserção de fotografias na primeira página (a partir de março de 1957) e as experiências na diagramação e no estilo das fotos e matérias da página de esportes foram inovações importantes do período.

Com relação à administração JK, o JB manteve uma postura crítica frente à política

principalmente no Rio de Janeiro, onde representavam uma tradição do jornalismo literário e apresentavam uma grande variedade de artigos, poemas, crônicas, ensaios, contos” (Os suplementos literários, em *A imprensa em transição*, op. cit., p. 19).

econômica e publicou matérias sobre o problema da corrupção no governo. Entretanto, havia também espaço para apoio a algumas medidas, como a criação da Sudene.

Ilustração: Jornal do Brasil, Suplemento Dominical: Manifesto Neo-Concreto"
21 e 22/03/59.Referência: PRC-SPR 00009

O *Correio da Manhã*, fundado em 1909 por Edmundo Bittencourt, foi um dos principais “jornais de opinião” da imprensa brasileira até ser extinto em 1974. Defendia uma “ortografia da casa”, ou seja, uma linha política de nítida orientação liberal que não tinha a princípio compromissos com quaisquer partidos.

Em 1955, o jornal não se comprometeu com nenhum dos candidatos à presidência da República. Enquanto um de seus redatores, Álvaro Lins, era abertamente a favor de Juscelino, outros jornalistas optaram por apoiar Juarez Távora. Durante a administração de JK, o jornal manifestou-se contrariamente à construção de Brasília, temendo o esvaziamento do Rio de Janeiro, e criticou também a política financeira do governo. Abriu espaço para reportagens especiais, como as de Antônio Calado sobre as Ligas Camponesas, que foram pioneiras na cobertura da imprensa sobre esse movimento. Nas eleições de 1960, o *Correio da Manhã* não apoiou nem Lott nem Jânio Quadros, mantendo-se independente durante toda a campanha presidencial.

O jornal *O Globo* foi fundado em 1925 por Irineu Marinho. Desde a posse de Vargas, assumiu uma postura crítica frente ao governo. Na crise de agosto de 1954 deu ampla cobertura aos fatos relacionados ao atentado da rua Tonelero contra o jornalista Carlos Lacerda, adversário de Getúlio, e após o suicídio deste chegou a ter sua sede apedrejada por populares. Na sucessão presidencial posicionou-se ao lado dos udenistas, portanto contra a candidatura de Juscelino Kubitschek, e em seguida manteve-se na oposição ao governo. A construção de Brasília foi duramente criticada e apontada como a razão dos altos índices inflacionários. O único aspecto da administração JK que mereceu apoio foi a implantação da indústria automobilística no país. Apesar do posicionamento de Roberto Marinho, então diretor do jornal, Juscelino nomeou-o secretário da Comissão Nacional da Ordem do Mérito.

Nos debates sobre a sucessão presidencial, *O Globo* apoiou a candidatura udenista de Jânio Quadros. Tendo sido um jornal de ampla circulação, a consulta a seus exemplares publicados nos anos JK oferece um material fundamental para se compreender o debate político do período e as diversas posições então em jogo.

O *Diário Carioca* foi fundado por José Eduardo de Macedo Soares em 1928 e foi extinto em 1965. Fez oposição ferrenha ao segundo governo de Vargas e, após o suicídio deste, aproximou-se do poder. Mostrou-se favorável à deposição de Carlos Luz e à intervenção do general Lott, em novembro de 1955, e defendeu a posse de JK e o início de seu governo. Porém, tendo sido frustradas suas expectativas de favorecimento por parte da máquina estatal, seu comprometimento com Juscelino entrou em declínio. Nas eleições de 1960 o *Diário Carioca* apoiou Lott.

Ilustração: Diário Carioca: "O povo entra no Catete com Juscelino". P.1, 01-02- 56.

Referência: PR-SPR 00136

O *Diário de Notícias* foi fundado em 1930 por Orlando Ribeiro Dantas e permaneceu em circulação até 1974. Atuou como importante órgão de oposição a Getúlio ao longo do seu segundo governo. Com a morte de seu fundador e proprietário, os ataques a Vargas se acentuaram, tornando-se obrigatórios nas pautas diárias. Coerente com sua posição antivarguista, o jornal desaprovou a candidatura de JK e apoiou Juarez Távora, da UDN. Acusando JK e João Goulart de “herdeiros do getulismo”, passou então a apoiar o movimento que visava a impedir a posse dos candidatos eleitos. Publicou com grande alarde as declarações do coronel Jurandir Mamede, que precipitaram a intervenção do general Lott, no que ficou conhecido como “contragolpe preventivo”, em novembro de 1955.

O *Diário de Notícias* manteve oposição ferrenha a Juscelino durante todo o seu mandato, criticando sua política econômico-financeira e sua postura “aventureira”, ligada à corrupção. A construção de Brasília era classificada como obra supérflua. A principal acusação contra Juscelino, no entanto, era a de que estava ligado à ditadura do Estado Novo. Esse seria um elemento de atraso no cenário político brasileiro, que deveria ser superado para renovar o país. Em junho de 1958, por ocasião de seu 28º aniversário, o jornal publicou um manifesto chamado “Um estudo sobre a revolução brasileira”. Com isso, passou a defender novas propostas para sua própria conduta política, entre as quais pode-se destacar a de uma linha política nacionalista baseada na articulação de três pontos: limitações para o capital estrangeiro, eliminação da clemência para com as finanças internacionais e industrialização independente. Nas eleições de 1960, o *Diário de Notícias* apoiou Jânio Quadros, identificando-o com uma peça fora do esquema político tradicional e por isso capaz de executar as reformas necessárias.

A *Tribuna da Imprensa*, fundada em 1949 por Carlos Lacerda, foi o principal veículo de oposição ao governo Vargas. Tanto é assim que, após o suicídio de Vargas, populares tentaram empastelar sua redação. A partir de agosto de 1955, o jornal desencadeou uma campanha que tentava adiar as eleições até 1956, dissolver o Congresso e instituir o parlamentarismo. Realizadas as eleições, a *Tribuna* passou a se manifestar contra a posse dos eleitos. A publicação do discurso do coronel Jurandir Mamede, junto com o *Diário de Notícias*, incentivou o movimento golpista contra a posse de Juscelino, desfeito com a intervenção do general Lott. Durante o governo JK a *Tribuna* assumiu uma postura crítica, acusando-o de corrupção e incompetência. Além disso, o jornal procurava vincular a administração JK ao avanço dos comunistas.

Ao se eleger governador do estado da Guanabara, em 1960, Carlos Lacerda passou a direção do jornal a seu filho Sérgio Lacerda. Em 1962, o periódico foi vendido a Hélio Fernandes, que permanece até hoje na direção.

Ilustração: Caricatura " Boas Saídas" (JK e a vassoura de Jânio)Referência: Tribuna da imprensa, 31-12-59, p.1.PRc- SPR 00010

O jornal *Última Hora* foi fundado por Samuel Wainer em 1951 e passou a ser editado também em São Paulo a partir de 1952. Em 1955 foi inaugurada sua edição matutina e começou a ser articulada a Rede Nacional de Última Hora, que editaria o jornal em várias cidades do país.

A *Última Hora* revolucionou a imprensa da época, introduzindo técnicas de comunicação de massa até então desconhecidas no Brasil. Fundada para dar respaldo a Getúlio Vargas, a partir de 1953 passou a sofrer os ataques da *Tribuna da Imprensa*, que enfatizava os empréstimos que tinham dado origem ao jornal, tachando-os de “vergonhoso favoritismo”. Durante esse período crítico, a *Última Hora* reagiu com uma série de matérias denunciando os escândalos de Chateaubriand e dos Diários Associados. Após o suicídio de Vargas e a conseqüente crise no jornal, Samuel Wainer fez oposição a Café Filho e continuou sofrendo as investidas de Carlos Lacerda. O jornal se recuperou parcialmente durante o governo Juscelino. Nesse período, apoiou a construção de Brasília e enviou para lá jornalistas encarregados de produzir reportagens sobre as obras. Em 1960, apoiou Lott e Jango na sucessão presidencial. Nesse período, o jornal possuía 1.500 funcionários e tinha uma tiragem de 3.500 exemplares diários. Havia 10 edições, que cobriam seis estados: Guanabara, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais.

De linha populista, *Última Hora* foi o primeiro jornal de caráter nacional, concorrendo com as esquerdas na captura do imaginário popular. Era um intruso malvisto para as famílias proprietárias dos grandes jornais, mas conseguiu derrotá-las no campo ideológico, ao quebrar, com sua linha populista e nacionalista, a homogeneidade do discurso da grande imprensa; no campo formal, ao revolucionar o jornalismo diário; no campo mercadológico, ao atrair o maior público leitor das grandes cidades, e no campo institucional, ao abocanhar favores do Estado, antes privilégio restrito àquelas famílias. Devem ser ressaltadas também as inovações introduzidas por Samuel Wainer, que conferiram à *Última Hora* um caráter vibrante, graficamente modelar, revolucionário em seus métodos de informar e de opinar.

O jornal *Novos Rumos* foi fundado pelo PCB em fevereiro de 1959 e permaneceu em circulação até abril de 1964. A direção do jornal era exercida por Mário Alves e Orlando Bonfim, que tinham como chefe de redação Luís Mário Gazzaneo.

A extinção dos jornais comunistas *Imprensa Popular e Voz Operária*, e logo em seguida criação de *Novos Rumos*, corresponderam a uma série de transformações que estavam ocorrendo no PCB. Em 1956, realizou-se o XX Congresso do Partido Comunista da União Soviética, no qual Nikita Khrushchev leu seu relatório sobre os crimes de Stalin. A partir de então abriram-se em todo o mundo debates sobre o stalinismo e os caminhos a serem seguidos pelos comunistas. O PCB alinhou-se às teses soviéticas, passando a defender a concorrência pacífica entre os blocos capitalista e socialista, e assumiu uma postura crítica frente ao stalinismo. Essas posições não foram consenso e levariam posteriormente a rachas partidários. Importa notar que *Novos Rumos* foi justamente a expressão desse contexto e um veículo no qual os debates sobre essas temáticas ocupavam grande número de páginas. Diferentemente dos jornais anteriores, *Novos Rumos* abria espaço para se discutir temas antes restritos às discussões partidárias.

Com relação aos anos JK, o jornal é uma fonte preciosa para se estudar as posições do PCB no período. *Novos Rumos* apoiou a construção de Brasília e as medidas referentes à implantação de uma indústria automobilística nacional. A consulta às suas páginas torna-se relevante não apenas pela cobertura direta da administração JK, mas também pelo registro dos debates políticos em curso, num período de vivência democrática. Após o golpe militar de 31 de março de 1964, *Novos Rumos* foi posto fora de circulação.

Ilustração: *Novos Rumos*: "Trabalhadores advertem JK: governo que é do povo não mata o povo de fome". N. 28, 04-09-59 Referência: PR- SPR00013

Conforme pode ser observado, os jornais selecionados oferecem material extremamente rico para o conhecimento dos anos JK, permitindo aos interessados recuperar diferentes temas e aspectos do período, bem como perceber a diversidade dos pontos de vista e das versões correntes acerca de questões fundamentais.

2.2. Revistas

As revistas selecionadas como fontes para o estudo da década de 1950 podem ser divididas em três conjuntos. O primeiro deles é composto por publicações lançadas na primeira década do século XX, que continuavam em circulação: *Tico-Tico*, *Fon-Fon* e *Careta*.¹³

Editada mensalmente, a revista *Tico-Tico*, criada em 1905, foi uma das publicações de maior destaque entre o público infanto-juvenil de classe média antes da popularização dos gibis. A criação de uma galeria de personagens emblemáticos, que protagonizavam histórias de cunho moralizante, faz da revista uma fonte importante para o estudo dos modelos de conduta divulgados para os jovens nos anos 50. Além disso, a análise de colunas como “Lições da Vovó”, que continha narrativas sobre personagens históricos, pode revelar que tipo de construção de memória era empreendida pela revista.

Fon-Fon era uma revista de padrões gráficos tradicionais voltada para o público feminino. A publicação, criada em 1907, tinha como slogan “A revista feita para o lar” e trazia uma série de reportagens contendo grande variedade de conselhos domésticos. Trata-se, portanto, de um periódico importante para estudar o universo feminino nos anos 50.

Revista de variedades, fundada por Jorge Schmidt em 1908, *Careta* não acompanhou as inovações gráficas, mas nem por isso deixou de se destacar no período JK. Fazia oposição ao governo, uma oposição bem humorada, que tratava JK de o “maluquinho de Diamantina” ao criticar a construção de Brasília.

Ilustração: Revista Careta: "Vigaristas". 17-09-55.Referência: 8-314,03,01

13 Em relação às revistas selecionadas, cabe ressaltar que, em alguns casos, a data do início e do término da publicação ficou imprecisa, uma vez que as coleções existentes na Biblioteca Nacional nem sempre coincidem com o período de existência das publicações.

Um segundo grupo de periódicos engloba revistas surgidas a partir do final dos anos 1910, que refletiram as transformações em curso, intensificadas na década de 1920. Podem ser citadas, nesse grupo, *A Cigarra* e *O Cruzeiro*.

A Cigarra, revista de variedades voltada para o público feminino, circulou entre 1917 e 1975. Era uma publicação sofisticada que apresentava as reportagens com ilustrações elegantes e fotografias coloridas. Possuía várias seções, como culinária, livros, utilidades domésticas e astrologia.

O Cruzeiro foi lançada em 1928 pelo grupo dos Associados, de Assis Chateaubriand, e atingiu seu apogeu na década de 1950, quando alcançou uma tiragem de 570 mil exemplares semanais, marca máxima até então registrada no país. O sucesso da revista deve ser creditado a uma intensa busca de um estilo ágil, a uma apresentação gráfica arrojada, às colunas especiais e às grandes reportagens. Algumas seções contribuíram para a afirmação do estilo de *O Cruzeiro*, como “Pif-Paf” de Millôr Fernandes, “O Amigo da Onça” de Péricles, ou “Café Society” de Jacinto de Thormes, o principal cronista social dos anos 50. Mas foram principalmente as grandes reportagens as responsáveis por sua grande popularidade, ao explorar temas que mexiam com a opinião pública.

O Cruzeiro apoiou candidatura de Juscelino Kubitschek e após sua eleição continuou a promover o presidente, registrando sua vida em família, seu encontro com personalidades e até publicando suas memórias da infância em Diamantina. A revista inaugurava, através de sua “missão” junto a Juscelino, um novo tipo de relação entre a imprensa e o homem público, apresentando-o como um “cidadão comum” e ao mesmo tempo enaltecendo suas qualidades de chefe de Estado.

Ilustração: *O Cruzeiro*. "JK-O Menino Pobre de Diamantina é o Novo Presidente do Brasil". 28-01-56 n.15.Referência: 4-197,03,05.

Por fim, o terceiro e maior conjunto de revistas é constituído por publicações surgidas em sua maioria na década de 1950 (algumas foram criadas no fim da década de 1940 ou logo no início da de 1960). Tal conjunto é de indubitável relevância para o estudo dos anos JK, já que expressa as novas demandas colocadas para a imprensa do período. Dele fazem parte: *Revista do Rádio*, *Radiolândia*, *Filmelândia*, *Cinelândia*, *Manchete*, *Visão*, *Maquis*, *O Mundo Ilustrado*, *Jóia* e *Senhor*.

A *Revista do Rádio* foi criada em 1948, em plena época de ouro do rádio como meio de comunicação de massa. Sua enorme popularidade expressa o fenômeno da voracidade do

público por informações sobre a vida privada dos artistas. Nas páginas da revista a imagem dos ídolos era enfocada de forma a sustentar o imaginário de seu público, promovendo polêmicas e acirrando rivalidades. A *Revista do Rádio* é uma fonte das mais ricas para o estudo dos anos 50 exatamente por revelar, através de suas reportagens e colunas, o imaginário popular do período.

Da mesma época, a revista ***Radiolândia***, publicação semanal da Rio Gráfica e Editora, dirigida por Roberto Marinho, também era voltada para o universo radiofônico. Com diagramação moderna e capas com fotos coloridas de artistas, dirigia-se aos aficionados pelos bastidores do rádio, ávidos pelas “fofocas” sobre a vida privada de seus ídolos. As montagens das imagens e as criações jornalísticas buscavam atender a esse interesse, com manchetes do tipo: “Roubaram as jóias de Elizeth Cardoso”, que aparece chorando num ensaio fotográfico, ou “Desfeito o noivado de Lana Bittencourt e Braga Jr.”. Com seções fixas como o “Cantinho dos fãs”, com direito a retrato 3x4 e recados carinhosos para os ídolos, “Eles eram assim”, com fotos antigas dos artistas, e as charges de Mendes, a *Radiolândia*, assim como sua concorrente *Revista do Rádio*, revela a força do rádio na formação cultural da sociedade brasileira dos anos 50.

Ilustração: Radiolândia. "Elizeth Cardoso". 5-1-57

Referência. 4-034,01,13

Filmelândia foi lançada em 1954, também pela Rio Gráfica e Editora. Com capas coloridas mostrando artistas de Hollywood, a revista oferece em cada número um poster dos ídolos do cinema nacional ou estrangeiro. *Filmelândia* é voltada para os amantes do cinema e acompanha o tamanho de *Fon-Fon*, *O Malho* e *Careta*. Sem matérias assinadas, o que era regra na imprensa tradicional, trazia os filmes em quadrinhos legendados, além de seções diversas como música de filmes, teste cinematográfico, clube de fãs e correio do cinema brasileiro. Seu grande chamariz era: “Seja artista de cinema”, apelo calcado no sonho hollywoodiano que cativava boa parcela da juventude brasileira da época.

A revista quinzenal ***Cinelândia***, também editada pela Rio Gráfica e Editora, tinha como público os amantes do cinema e dava uma cobertura destacada ao mundo hollywoodiano. Com seções fixas, como “Indiscrições de Cinelândia”, “Poeira de Estrelas”, “Aniversários” e “Cantando no Chuveiro”, *Cinelândia* tinha um formato mais moderno que *Filmelândia* e trabalhava com um correspondente em Hollywood citado em matérias como “Os espíões de Cinelândia em Hollywood”. O principal alvo da revista era o público

feminino, haja vista a propaganda de produtos como Modess, cigarros Finesse, pó de arroz Coty, Cinta Moderna, cursos por correspondência, papel Yes, Capricho Super, rádio de cabeceira, aveia Puritas.

A revista *Manchete*, fundada em 1952 por Adolfo Bloch, já surgiu com a proposta de abordar uma diversidade de temas em grandes reportagens. Seu dinamismo e seus freqüentes “furos” faziam com que concorresse em popularidade com *O Cruzeiro*. Algumas de suas reportagens marcaram época, como as da edição especial dedicada à morte de Vargas.

O principal diferencial de qualidade da *Manchete* residia nas crônicas de literatos como Paulo Mendes Campos, Fernando Sabino e Rubem Braga, que registravam com sensibilidade o comportamento e a dinâmica da sociedade da época, em interessante contraste com a linguagem precisa e incisiva das grandes reportagens. A cobertura política da *Manchete* abraçou o programa nacional-desenvolvimentista de Juscelino, a quem apoiava de modo irrestrito. Sobretudo a construção de Brasília foi difundida nas páginas da revista em belíssimos ensaios fotográficos.

Ilustração. Manchete. Edição Histórica de Brasília.21-04-60

Referência. 4-003,01,21

A revista semanal paulista *Visão* foi lançada em 1954, pela Companhia Lithografica Ypiranga e a Sociedade Anônima Impressora Brasileira, SAIB. Abordando assuntos variados nas áreas de cinema, economia, educação, esporte, ciência, notícias mundiais e nacionais, *Visão* era uma publicação voltada para o público masculino das classes média e alta. Se a propaganda pode revelar o perfil político da publicação, percebe-se que *Visão* estava perfeitamente afinada com o nacional-desenvolvimentismo de JK, dado o espaço de publicidade reservado a empresas multinacionais. Mas a revista também abria espaço para a crítica e a liberdade de expressão, com uma equipe jornalística liderada pelo redator responsável Manoel Ferreira e o chefe de reportagem Nahum Sirotsky.

A revista *Maquis* era o órgão oficial do “Clube da Lanterna”, que congregava parlamentares, a maioria udenistas, dedicados a combater sistematicamente o governo Vargas e seus “sucessores” no poder. Seu primeiro número foi publicado clandestinamente em novembro de 1955, durante a intervenção do general Lott. Em agosto de 1956, a revista passou a ser publicado legalmente. Tinha como diretor Amaral Neto, e entre seus articulistas e cronistas destacam-se Alberto Deodato, Aliomar Baleeiro, Henrique Pongetti, Rafael Correia de Oliveira e João Agripino.

Ilustração: Revista Maquis "Sindicato de Ladrões". n. 21. Ano III.

Referência: 4-214,02,01

Maquis foi a revista que fez a oposição mais ferrenha ao governo JK, produzindo matérias agressivas sobre “Juscelino e a quadrilha que retornou ao poder” (n. 7, p. 37). Tudo o que dizia respeito a JK era violentamente combatido em suas páginas: da política econômica aos “grandes esquemas de corrupção”; de Brasília ao estilo “pé-de-vento” do presidente. A revista circulou até abril de 1962.

O Mundo Ilustrado foi lançado em janeiro de 1956 pelo Mundo Gráfico e Editora. Sua tiragem era semanal, e seu objetivo era atingir um público popular com variedades, política e ampla cobertura de eventos sociais como o carnaval do Rio de Janeiro. A revista publicava ainda reportagens de denúncia sobre a situação dos menores abandonados ou mesmo do ensino público. Embora tenha saudado o presidente JK em seu editorial de lançamento como o “Homem do momento”, não se pode dizer que lhe tenha dado apoio irrestrito, uma vez que também estampava duras críticas à sua administração.

A revista de variedades *Jóia*, de publicação quinzenal, foi lançada pela Editora Bloch em 1957. Em sua primeira edição trazia na capa uma foto artística em *ektachrome* – novidade da multinacional Kodak para a fotografia profissional – da atriz Tônia Carrero. Os números seguintes traziam as cantoras Marlene e Maísa, numa clara intenção de valorizar a beleza feminina nacional e rivalizar com as capas das revistas internacionais, que publicavam imagens de Gina Lollobrigida e Sofia Loren. Além de uma apresentação gráfica que rompia com o tradicionalismo das revistas femininas de então, pelo tamanho, a apresentação e a ausência dos moldes encartados, uma de suas marcas era a renovação das temáticas usualmente voltadas para a mulher. A revista abordava não só culinária ou moda, mas pretendia abranger um variedade temática mais de acordo com a vida moderna.

Ilustração: Revista Jóia. n. 1Referência: 4-350,01,01

A equipe de *Jóia* era dirigida por Lucy Bloch. Na seção de literatura, colaboravam Eneida, Silveira Sampaio, Dinah Silveira de Queiroz e Macedo Miranda. Havia uma seção de teatro assinada por Roberto Luís de Lima e uma coluna chamada “Fatos e Fotos” assinada por Roberto Vasconcelos. Os correspondentes estrangeiros eram uma novidade no jornalismo feminino. *Jóia* contava, entre outros, com Justino Martins como correspondente de Paris.

Finalmente, a revista *Senhor*, lançada em 1959, é um dos mais importantes veículos para se mapear os debates intelectuais da época. A revista dava uma ampla cobertura aos movimentos artísticos de vanguarda e às discussões sobre os problemas da nação, contando para tanto com a colaboração regular de renomados escritores e intelectuais do país.

Ilustração: Senhor. n. 01.Referência: 4 -202,05,23

Em seu número inaugural, *Senhor* divulgava a primeira carta de intenções da OPA (Operação Pan-Americana), apoiando a iniciativa diante do problema do subdesenvolvimento na América Latina. Já em seu quarto número, em junho de 1959, criticava abertamente os rumos da indústria automobilística implantada por Kubitschek. O enfoque político da revista, portanto, era independente, e seu verdadeiro foco de atenção era a vida cultural do país.

Por possuir uma gama de colaboradores das mais variadas correntes e opiniões, não é fácil caracterizar as abordagens de *Senhor* às questões da época. Diferentemente das demais publicações, *Senhor* estava menos preocupada em afirmar opiniões ou conquistar um determinado segmento do mercado consumidor do que em instigar reflexões acerca das contradições de nossa modernidade tardia e das transformações que se operavam também entre aqueles que pensavam o Brasil. Ponto alto da revista era o seu aspecto gráfico arrojado e a arte de suas capas. A preocupação estética acompanhava o conteúdo, complementando-o e assegurando a originalidade e a alta qualidade da publicação.

3. TRABALHANDO COM AS FONTES

Se a importância dos periódicos como fontes é indiscutível, e é respeitável a vastidão desse tipo de material conservado na Biblioteca Nacional sobre os anos JK, como trabalhar com esses jornais e revistas? Entre muitos recortes possíveis, entre tantas outras possibilidades de pesquisa que podem lançar luz sobre aspectos relevantes do período, iremos trabalhar aqui, a título de exemplo, com dois grandes temas: a criação de Brasília e a publicidade.

3.1. Brasília: a marca dos anos JK

A cidade de Brasília teve uma trajetória histórica bastante peculiar: foi idealizada com dois séculos de antecedência, teve seu sítio demarcado quase um século antes de sua

construção e finalmente foi inaugurada em 21 de abril de 1960, tornando-se desde então a mais recente cidade planejada para ser a capital de um país.

O antigo ideal de construção de uma nova capital para o Brasil tornou-se, com o advento da República, matéria constitucional. Assim, a partir de 1891, teve início uma série de debates parlamentares que iriam se estender ao longo do século XX, envolvendo, além da transferência da capital, a escolha de um novo estatuto político-jurídico para a cidade do Rio de Janeiro.¹⁴ Marcado pela tensão constante entre o desejo de autonomia e a intervenção do poder central, também o Rio queria ter seu destino definido, o que afinal aconteceu no último ano do governo JK.

Embora o Rio tenha permanecido como Distrito Federal no decorrer de quase todo o governo Juscelino, o que significa que foi o palco privilegiado dos principais acontecimentos políticos e sociais, o centro de onde era ditada moda e era irradiada a cultura para o resto do país,¹⁵ a estreita identificação, para o senso comum, entre Brasília e os anos JK justifica-se pelo fato de Brasília ter representado a materialização da grande utopia do governo Kubitschek.¹⁶ Ao mesmo tempo, Brasília centralizou o debate político da época, em torno do qual a imprensa brasileira iria se posicionar, mobilizando a opinião pública.

Os periódicos encontrados na Biblioteca Nacional oferecem um panorama muito rico da construção e inauguração de Brasília. Com exceção da imprensa udenista, representada pela revista *Maquis*, e da imprensa comunista, representada por *Novos Rumos*, o tratamento dado a Brasília pela grande maioria dos periódicos reforça o caráter mitológico da nova capital, quase sempre exibida como o paradigma do modelo desenvolvimentista de JK, a ponte entre o velho e o novo Brasil, símbolo da arquitetura de vanguarda. Merece destaque o artigo de Darcy Ribeiro em *Senhor*, onde o antropólogo, na intenção de reivindicar uma universidade nova como a própria Brasília, assina uma *Segunda Carta de Pero Vaz de Caminha a El Rei, Escrita da Novel Cidade de Brasília com Data de 21 de abril de 1960*.¹⁷ Aí, Darcy Ribeiro se propõe contar a história de “dois homens de gênio e de um herói que implantaram esta cidade no chão das coisas existentes”. O primeiro homem de gênio é Lúcio Costa, “riscador de ofício e homem de muita arte. Segundo contam, cinco dias se fechou ele numa gruta, em jejum de tudo, para esquecer todas as cidades jamais inventadas”. O segundo gênio, Israel Pinheiro, “é um homem sagaz, um novo Israel, doutor em dinheiros... Sua

14 Ver *Rio de Janeiro: uma cidade na história* (org. Marieta de Moraes Ferreira. Rio de Janeiro, FGV, 2000).

15 Ver Joaquim Ferreira dos Santos, *Feliz 1958: o ano que não devia terminar* (Rio de Janeiro, Record, 1998).

16 Ver Helena Bomeny, Utopias de cidade: as capitais do modernismo. In: *O Brasil de JK* (org. Angela de Castro Gomes), op. cit.

17 *Senhor*, abril de 1960.

invenção maior, batizada Novacap, consistiu em tomar um vasto chão, despido de tudo, tirá-lo a seus donos, por força da lei, em troca de trinta dinheiros”. O herói, obviamente, é o presidente Juscelino, chamado por Darcy Ribeiro de David Kubitschek. Seu grande feito foi, na batalha em prol da modernização e da industrialização, vencer um país atrasado: um país que, “qual um segundo Golias, velho e descadeirado, ressonava deitado na praia de Copacabana... gozando os dengos de Gudin”.

As primeiras notícias sobre a criação de uma nova capital para o Brasil, muito anteriores aos anos JK, evidentemente não se encontram nos periódicos selecionados e acima descritos. É preciso continuar a pesquisa na Biblioteca Nacional e perseguir um novo filão no acervo para descobrir as primeiras referências, que aparecerão no *Correio Braziliense*, lançado em Londres em 1808. Considerado o marco inicial da imprensa política em língua portuguesa, desde 1813 o jornal advogava a interiorização da capital, tema de dois artigos publicados naquele ano: “Brasil – planos de colonização e de catequese e dificuldades do Rio como capital” e “População – nova capital do Brasil”.¹⁸

Ilustração: *Correio Braziliense*. vol. X, p. 373-377/ Março de 1813

Apesar das transformações empreendidas por D. João VI para adequar o Rio de Janeiro, a partir de 1808, à condição de sede da Coroa portuguesa, logo surgiram críticas que apontavam a inadequação do Rio como “cidade que se destina a ser a capital do Império do Brasil”. Nelas se condenava, além de sua localização litorânea, sujeita a invasões, sua condição de praça de comércio, responsável pela atração de grande número de negociantes estrangeiros, vistos como “a pior sorte de população que ali pode entrar”.¹⁹

Os artigos mencionados já sugeriam a mudança da capital para o interior, num ponto central, de preferência na cabeceira de um grande rio: talvez o “famoso Rio de São Francisco”. Nesse interior da colônia, graças a um programa exclusivo de imigração, se criaria uma população conveniente “às suas circunstâncias”, formada por “homens sábios de todo o mundo”: agricultores da Irlanda, Escócia e Holanda, artistas da Inglaterra e França, e mineiros da Alemanha.

O caso do historiador Francisco Adolfo Varnhagen é emblemático do esquecimento em que caíram os antecedentes históricos da criação de uma nova capital. Autor da

18 Biblioteca Nacional, Coleção Rodolfo Garcia, *Índice do Correio Braziliense (1808-1822)* (Rio de Janeiro, 1976) e *Catálogo da Exposição “Hipólito José da Costa e a imprensa no Brasil”* (Rio de Janeiro, 1974).

19 *Correio Braziliense*, vol. X, p. 373-377, março de 1813.

monografia *A questão da capital: marítima ou no interior?* — seu último trabalho, lançado em Viena, na Áustria, em 1877 —, o Visconde de Porto Seguro relata sua experiência pioneira no comando da expedição que demarcou, naquele mesmo ano, o local exato onde seria construída Brasília, fruto de estudos sobre o caráter de uma cidade capital e de sua missão histórica.²⁰

Como desdobramento das iniciativas pioneiras de Varnhagen, e seguindo as coordenadas geográficas apontadas por sua expedição, destaca-se o trabalho empreendido pelo engenheiro Luís Cruls, que, em cumprimento do Art. 3º da primeira Constituição Republicana, foi designado em 1892 para chefiar uma Comissão de Estudos da Nova Capital da União, conhecida como Missão Cruls, cujas atividades foram detalhadamente descritas no Relatório da Comissão Exploradora do Planalto Central do Brasil, o chamado Relatório Cruls.²¹

Ilustração: Foto da Missão Cruls (encontrada no interior da revista) Referência. Relatório Cruls. 2ª Edição. Editora Nacional, 1947. Obras Raras. 157,1

Em diferentes seções da Biblioteca Nacional, especialmente nas de cartografia e obras raras, é possível encontrar valioso material sobre a Missão e o Relatório Cruls, em que se destacam originais de mapas e as primeiras edições do Relatório. Mas o que nos interessa é a cobertura que a imprensa da época fez da Missão. Vejamos, assim, os diferentes enfoques dos principais jornais da virada do século XIX.²²

A *Gazeta de Notícias* tenta sintetizar a descrição técnica do Relatório, abordando a demarcação da área central do Planalto como instrução da Consituição, e destacando o parecer de Luís Cruls sobre as qualidades do local demarcado. Este, segundo o engenheiro, apresentaria o maior número de condições para abrigar a nova capital, tais como: clima

20 Francisco Adolfo Varnhagen, *A questão da capital: marítima ou interior?* (Brasília, 1978), p. 7.

21 O Relatório Cruls teve várias edições. A mais recente é *Relatório da Comissão Exploradora do Planalto Central do Brasil. Relatório Cruls* (4ª ed. Brasília, Secretaria do Governo do Distrito Federal, 1984). A referência da 1ª edição, conservada na Biblioteca Nacional, é: Comissão de Estudos da Nova Capital da União. *Relatório apresentado por Luís Cruls, chefe da comissão*. Rio de Janeiro, Typolith. Carlos Schmidt, 1896. O Relatório é dividido em dois volumes, texto e atlas, e é escrito em português e francês. Foi impresso nas oficinas dos Lambaerts, impressores do Observatório do Rio de Janeiro. O volume do texto contém as exposições gerais e parciais de cada membro da comissão, além de 27 heliogramas, tirados por Henrique Morize, que registrou a paisagem do Planalto Central, até então desconhecida da maioria dos brasileiros. As condições climáticas, o relevo e a vegetação de toda a região foram levantados, e foi demarcado um quadrilátero de 14 mil quilômetros como o local ideal para o estabelecimento da nova capital.

22. Os periódicos *O Paiz*, *Gazeta de Notícias* e *Nacional* encontram-se em negativo na Seção de Periódicos da Biblioteca Nacional. Foram transcritos de *O Relatório da Comissão Exploradora do Planalto Central do Brasil*

“temperado e sadio”, abundância de água potável, terra própria para o cultivo, ótima localização e facilidade de ligação com o litoral e outros pontos importantes do território.

O *Nacional* atesta a responsabilidade científica e política da Missão, fazendo fartos elogios a Cruls. Salienta que a Missão não só cumpriu seus objetivos de demarcação, como trouxe à tona um Brasil até então desconhecido dos próprios brasileiros. O artigo é profético ao dizer que o Relatório, pelo seu zelo e importância, serviria de base para futuras expedições e projetos, ainda por longos anos. O *Paiz* limita-se a registrar o recebimento do Relatório e do Atlas dos itinerários da zona demarcada. Descreve as 27 heliogravuras intercaladas no texto e elogia o documento.

Em artigo intitulado “A futura capital”, o *Jornal do Brasil* faz uma descrição do material recebido e expõe sua importância, principalmente para aqueles que ainda não acreditavam na possibilidade de mudança da capital. Destaca as condições naturais da área demarcada pelos geólogos, sanitaristas e biólogos, apontando-as como responsáveis pela inclusão da futura capital “no Eldorado fantástico das lendas americanas”. Além de declarar a posição central vantajosa para a fiscalização de todo o território nacional, sem ameaças de invasões, o artigo desqualifica o Rio de Janeiro como cidade capital, sugerindo a mudança o quanto antes para a área demarcada, livre de mazelas como a febre amarela, os maus esgotos e as ruas estreitas e sujas do Rio de Janeiro

Ilustração: Capa do livro: "Comissão de Estudos do Planalto Central - Artigos Publicados na Imprensa". Referência: Obras Raras. 99B,21,8.

O *Jornal do Commercio* adota uma postura mais cautelosa em relação ao material recebido, salientando que somente um especialista poderia atestar a validade do trabalho. Critica o texto, devido às incorreções das traduções português–francês e das citações, mas não considera tais falhas comprometedoras para o resultado final da obra.

O artigo “Sobre a nova capital federal”, publicado em *A Notícia*, começa por fazer um breve histórico da idéia da nova capital, citando o *Correio Braziliense* e o historiador Varnhagen, que, pouco antes de morrer, realizara uma expedição ao mesmo Planalto Central de Luís Cruls. Menciona a aceleração dos trabalhos após a Constituição e destaca a mudança como “único meio de impedir que o Brasil inteiro fique reduzido à Rua do Ouvidor, e a

– *Artigos Publicados na Imprensa* (Rio de Janeiro, Tipografia da Gazeta de Notícias, 1896), conservado na Seção de Obras Raras da Biblioteca.

própria rua a alguns quarteirões apenas”. O artigo critica a publicação do Relatório em duas línguas, pela incongruência dos textos, pela despesa adicional e pela perda de tempo.

Em conformidade com a linha editorial dos principais jornais da virada do século, e com o pensamento comum ao meio intelectual, que via com bons olhos a mudança da capital, os artigos publicados por Machado de Assis na *Gazeta de Notícias* entre 1893 e 1896 são fontes importantes, que lançam luz sobre a dinâmica de construção da identidade carioca no embate entre ser ou não ser a capital do Brasil. Partidário da tese positivista da inadequação do Rio de Janeiro como sede da recém-inaugurada República, pelo desconforto do trato diário com a “turba multa”, e favorável à proposta de anexação do antigo Município Neutro ao estado do Rio de Janeiro, Machado via com alívio o fim da convivência do Rio de Janeiro com o ônus de ser cidade-capital. A seu ver, a tranqüilidade só não seria completa devido à insistente presença de algumas heranças incômodas que seriam deixadas, tais como “o assomo de cólera” que atingia a cidade.²³ Ao mesmo tempo que desqualificava o Rio como sede político-administrativa da nação, Machado endossava contudo seu caráter permanente e intransferível de mais importante centro cultural e comercial do país, contribuindo assim para fixar atributos que se iriam sedimentar no senso comum. Tomando a cidade de Nova York como exemplo, o cronista ajudava a fixar uma outra idéia de capital para o Rio de Janeiro, apesar da mudança do seu tradicional estatuto: a de capital cultural, “caixa de ressonância” e “vitrine” do Brasil.

“Ele será sempre, como disse um deputado, a nossa Nova York. Não é pouco; nem todas as cidades podem ser uma grande metrópole comercial. Não levarão daqui a nossa vasta baía, as nossas grandezas naturais e industriais, a nossa Rua do Ouvidor, com o seu autômato jogador de damas, nem as próprias damas. Cá ficará o gigante de pedra, memória da quadra romântica, a bela Tijuca, descrita por Alencar em uma carta célebre, a Lagoa Rodrigo de Freitas, a Enseada de Botafogo, se até lá não estiver aterrada, mas é possível que não; salvo se alguma companhia quiser introduzir (com melhoramentos) os jogos olímpicos, agora ressuscitados pela jovem Atenas... Também não nos levarão as companhias líricas, os nossos trágicos italianos,

23 Crônica “A Semana” de 22 de janeiro de 1893, reproduzida em *Obra completa*, vol.3 (Rio de Janeiro, Aguilar, 1962).

sucessores daquele pobre Rossi, que acaba de morrer, e apenas os dividiremos com S. Paulo, segundo o costume de alguns anos. Quem sabe um dia...”²⁴

A pesquisa sobre a localização da nova capital poderia prosseguir em outras coleções de jornais publicados em outros momentos-chave, como os da promulgação das Constituições de 1934 e 1946, até voltar aos anos 50. O próprio material pesquisado fornece pistas que permitem explorar em várias direções o rico acervo da Biblioteca Nacional.

3.2. A força da publicidade no governo JK

A publicidade como fenômeno urbano, indispensável à expansão industrial, vem se apresentando como interessante objeto de pesquisa na investigação sobre a dinâmica e o processo de formação das sociedades de consumo e, por conseguinte, sobre as tensões sociais subjacentes às disputas pela hegemonia entre grupos com visões de mundo e interesses distintos. No caso dos anos JK, o estudo da publicidade se apresenta particularmente profícuo, na medida em que o modelo do nacional-desenvolvimentismo de Juscelino, marcado pela tentativa de superação de uma estrutura social considerada arcaica, teve na propaganda a sua projeção intencional. Através dela, é possível identificar, para além das ofertas de bens duráveis e de consumo, elementos constitutivos de um projeto de nação, atrelado à missão civilizadora da cidade e da indústria.

Sem a publicidade, seria impossível pensar na incorporação rápida das grandes inovações da tecnologia, no terreno dos bens duráveis e de consumo, aos hábitos dos consumidores brasileiros, principalmente dos habitantes das metrópoles (Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife) que se expandiram no decorrer dos anos 50. A propaganda criou os mercados consumidores, permitindo o consumo em larga escala e por conseguinte a incorporação, à vida diária das pessoas, de automóveis, eletrodomésticos, novos materiais de construção, novos tecidos e novos alimentos.

Obviamente, não pretendemos esgotar aqui as inúmeras possibilidades que o estudo da publicidade nos anos JK oferece, mas destacar a relevância dessa abordagem a partir do contato com os jornais e revistas da época, nos quais se percebe de imediato a força da propaganda como estratégia de manutenção de um clima de euforia e esperança, que se consolidava no imaginário social. É claro que esse contato deixa perceber também o caráter

²⁴ Crônica “A Semana”, de 7 de junho de 1986, *Gazeta de Notícias*, p. 1.

ambíguo do governo Kubtschek, na medida em que os anúncios, modernos, coloridos e glamourosos, dividem o espaço com o registro de uma outra realidade, de crise social e política.

Observaremos aqui rapidamente a missão civilizadora da propaganda nos anos JK, que é dirigida preferencialmente para as camadas médias urbanas, e tem a função tanto de criar quanto de espelhar os hábitos, valores e comportamentos subjacentes ao projeto de civilização em curso, calcado na industrialização e na urbanização.²⁵ Muitas vezes, os perfis dos jornais e revistas da época, voltados para um determinado público, já indicam, de antemão, as características das propagandas veiculadas e os produtos oferecidos em suas páginas aos leitores.

O Brasil de JK: um país sobre quatro rodas

Partindo do princípio de que a busca da felicidade eterna é o arquétipo básico da publicidade, seu motor, sua motivação mais intrínseca, o automóvel surgiu nas mensagens publicitárias no final dos anos 50 e início dos 60 como o produto que mais bem traduzia a materialização dessa tão almejada felicidade. Emblemático do modelo sociocultural dos anos JK, o automóvel passou a exercer um verdadeiro fascínio, alimentando no imaginário coletivo da sociedade brasileira expectativas de crescimento pessoal e de realização.

Ilustração: Revista Quatro Rodas. Anúncio da Ford: "A família progrediu com Ford...recém casados, Ernesto e Vilma partem para um nova vida...".

Referência: Outubro de 1960.

Não à toa, o nacional-desenvolvimentismo de JK fez de seu governo um momento de grande expansão e institucionalização da propaganda. A partir da deflagração do plano nacional da indústria automobilística em 1956, grande número de multinacionais, lideradas pela Willys, fabricante dos modelos Dauphine, Aero-Willys e DKW, aqui se instalaram, atraídas pelas vantagens oferecidas pelo governo às indústrias radicadas no Brasil. Esse fato acarretou igualmente a instalação no país de agências de publicidade estrangeiras, que tinham nessas empresas seus maiores clientes.

25 Ver Anna Cristina C. M. Figueiredo, "*Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*" - publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954 a 1964) (São Paulo, Hucitec, História Social - USP, 1998).

Com a marca do sorriso alegre e franco, o presidente Kubitschek tornou-se o maior garoto-propaganda de que se tem notícia na história da publicidade no Brasil, principalmente da indústria automobilística. A perfeita simbiose entre o homem e o automóvel foi encarnada pelo lançamento do modelo “JK”, apresentado em anúncios que remetiam ao luxo e à comodidade da vida urbana, em contraposição ao popular “Candango”, direcionado a uma outra parcela do público consumidor e cuja publicidade era ambientada num cenário rústico, agrário e arcaico.

Ilustração: Revista Quatro Rodas. "Candango DKW- Encurtador de distâncias em qualquer terreno".Referência. novembro de 1960.

Ilustração: Revista Quatro Rodas. FMM 2000 - Modelo JK - "A Fábrica Nacional de Motores entrega ao público a obra-prima da engenharia em automóveis".

Referência: dezembro de 1960 (última página)

Legenda: Nestas peça publicitárias, o automóvel pode ser visto como metáfora da estratificação social existente, revelando a clivagem claramente construída nos anos JK entre os universos rural e urbano, entre uma realidade feita de obstáculos a serem superados e um mundo requintado e moderno. Este último era o mundo das grandes cidades, apresentadas pela mídia e pelo modelo civilizatório da propaganda governamental como verdadeiros eldorados da modernidade.

A publicidade de automóveis encontrada nos jornais e revistas selecionados nos remeteu a uma nova revista, lançada em agosto de 1960 e sugestivamente intitulada *Quatro Rodas*. A publicação, dirigida ao “automobilista de hoje e amanhã”, é outra fonte de pesquisa sobre os anos JK, talvez das mais ricas, por representar o maior veículo de propaganda do projeto de desenvolvimento da indústria automobilística nacional, e dos modelos de comportamento identificados com padrões norte-americanos de consumo. Seu personagem principal é uma espécie de brasileiro *on the road*, cujo maior entretenimento seria sair dirigindo pelas novas estradas, abertas sob o signo do desenvolvimento industrial e das conseqüentes transformações na sociedade brasileira.

Ilustração: Quatro Rodas. n.01, agosto de 1960

Quatro Rodas exibe ilustrações gráficas arrojadas, mapas bem elaborados e anúncios glamorosos. Suas matérias, assinadas por nomes como Mino e Luís Carta, exploravam tanto os novos lançamentos quanto as dicas que otimizariam a relação do motorista com seu veículo. De acordo com o editor-chefe Victor Civita, foram três as motivações para o surgimento de *Quatro Rodas*: a intensa expansão da indústria automobilística, que tornou o Brasil, já naquela época, um dos mercados consumidores mais fortes do mundo, a demanda dos proprietários de carros, ávidos por uma publicação que privilegiasse informações sobre os veículos, e finalmente o potencial turístico do Brasil, valorizado como nunca pela construção de rodovias que interligavam o país – e nisso, a construção de Brasília e a política nacional-desenvolvimentista detinham enorme responsabilidade.

Brasília, como a marca mais forte do governo de JK, foi também saudada pelas multinacionais, particularmente pelas indústrias automobilísticas, na data de sua inauguração, em anúncios arrojados, em que a cidade era tomada como símbolo da modernidade, exemplo de um bem-sucedido projeto de parceria do governo brasileiro com as indústrias estrangeiras sediadas no país.

Ilustrações: Anúncio da Coca Cola: "Deste planalto central, desta solidão que em breve se transformará em cérebro das altas decisões.....".Referência: Edição histórica da Revista Manchete. 21 de abril de 1960.

Ilustração: Anúncio Sinca Chambord "novo ponto de atração da moderna paisagem brasileira". Referência. Revista Senhor. Novembro de 1959.

Ilustração: Anúncio da Esso: " Moço eu fiz esta cidade"Referência: Revista Alterosa, abril de 1960, segunda quinzena.

A brancura Rinso do *american way of life*

Com a velocidade sugerida pelos novos automóveis da indústria nacional e pela marca institucional dos “50 anos em 5”, a propaganda nos anos JK teve como tema o rápido ingresso da sociedade brasileira na modernidade, ou nos padrões do *american way of life*. Expressões como o “branco mais branco” da “brancura Rinso” ou do “sorriso Colgate”, tiradas das campanhas publicitárias do sabão em pó e do creme dental, foram incorporadas à linguagem popular como sinônimo de branco total e dentes perfeitos, traduzidos no sorriso posado dos artistas de Hollywood e na decantada felicidade americana.

Ilustração: Anúncio Sabão em Pó Rinso.

Referência: Revista Alterosa. 2-257,03,08.

Ilustração: Anúncio Kolynos.

Referência:Revista O Cruzeiro. 30-05-59

Legenda: A brancura tornou-se sinônimo de modernidade, devendo ser estampada na roupa, na pele e no sorriso

Embora a publicidade nos anos JK tenha sido marcada por inovações técnicas, tenha sido submetida a um infinidade de novas regras e se tenha tornado bem mais informativa, na tradicional revista mineira *Alterosa*, por exemplo, de caráter provinciano e regional, ainda é possível encontrar uma publicidade nos moldes de revistas como *O Malho*, *Fon-Fon* e *Careta*, do princípio do século, quando o anúncio, ainda chamado de “reclame”, deixava os classificados e entrava na era das propagandas ilustradas com textos rimados e bem-humorados de poetas e artistas famosos. O conservadorismo de *Alterosa* também se manifesta reforçando os papéis tradicionais desempenhados pela mulher: maternal, nutridora, venerada, que cuida e apoia o esposo e os filhos e para quem é dirigida a maioria das ofertas dos produtos do Laboratório Licor de Cacau Xavier: por exemplo, o famoso vermífugo Piperzina, apontado como o “mais moderno e poderoso medicamento”, e o preparado Gravidina, ingenuamente tratado como “a melhor amiga da cegonha”.

Ilustração: Anúncio Licor de Cacau Xavier.

Referência: A Cigarra, n.12,1959. 4-341,01,10

De um modo geral, a propaganda da época, veiculada nos principais periódicos do país, revela a ainda tímida investida da indústria farmacêutica multinacional sobre o mercado consumidor brasileiro. Há uma supremacia de produtos naturais de fabricação nacional, voltados em sua grande maioria para a saúde das crianças e para o público masculino, freqüentemente preocupado com problemas de calvície e má digestão e alvo de promessas milagrosas de amplos resultados, como a de Tricomícina, que “promove a recuperação dos cabelos perdidos e assegura a permanência dos que ainda existem”, ou a da Papaína do Dr. Nobey, que permitiria ao consumidor continuar a “comer bem e de tudo”.

Mulher: um mercado em transição

No sentido oposto ao das tradicionais *Alterosa* e *A Cigarra*, a então vanguardista revista *Jóia* apresenta peças publicitárias afinadas com a procura da mulher de um posicionamento mais definido na sociedade, anunciando a grande explosão da liberação feminina que viria a ocorrer nos anos subseqüentes. Vêm-se assim, em suas páginas, anúncios de sutiã, peça de vestuário emblemática dessa fase de transição que incorporava o uso do náilon como material de vanguarda e era capaz de liberar os movimentos e a sensualidade da mulher.

Ilustração: Anúncio De Millus.

Referência: *A Cigarra*, n.8,1959. 4-341,01,10.

A conquista da liberdade da mulher torna-se um tema recorrente na propaganda da época, não somente no que toca aos movimentos do corpo, mas também no que diz respeito ao uso do tempo livre, propiciado pela entrada em cena dos eletrodomésticos. Estes eram oferecidos como uma opção racional de praticidade e rapidez nos afazeres do lar e representavam, segundo a publicidade, uma aquisição fundamental para o ingresso da mulher brasileira na modernidade.

Ilustração: Colagem dos anúncios da Arno publicados na revista *Alterosa*  Liquidificador e Batedeira Arno: “ a dona-de-casa que possui na cozinha o liquidificador super-arno e a batedeira elétrica dual-super, faz todo o serviço doméstico com muito menos despesa e com muito menos esforço(...)” No. 227, fevereiro de 56, p.09. Aspirador Arno: “ Espanador- Pano de Pó – Vassoura de Pelo – Isto pertence à pré-história da limpeza! Sou moderna... uso aspirador Arno”. No. 228, página 41. Moedor Arno: “ Agora ponha o velho moedor no museu...e use super moedor-picador Arno com seu liquidificador Arno” No. 229, verso.

Marcado pelo *glamour* das estrelas hollywoodianas, tanto no cinema quanto na publicidade, o apelo à beleza feminina é um dos ícones dos anos JK, período de valorização das beldades nacionais representadas por Adalgisa Colombo, modelo da Casa Canadá e Miss Brasil em 1958, a atriz Tônia Carrero, capa da primeira edição da revista *Jóia* em 1956, as “certinhas do Lalau”, seleção de mulheres com curvas generosas formada por Stanislaw Ponte

Preta, ou a mais famosa garota-propaganda da televisão brasileira, Neide Aparecida, entre tantas outras.

Assim, embora começasse a indicar uma outra maneira de a mulher lidar com o mundo masculino, a publicidade do período ainda apontava majoritariamente para a sua função de musa inspiradora do homem, que devia buscar a juventude e a beleza na “espuma cremosa do sabonete Palmolive”, entre tantos outros produtos da cosmética nacional e multinacional que invadiam os periódicos da época.

Ilustração: Anúncio Palmolive.Referência: A Cigarra, n.12,1959. 4-341,01,10

Ilustração: Cashmere Bouquet, “ mais encanto para você”
Referência: Revista Manchete, 15-06-57.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho com os periódicos da época, e o vasto material iconográfico aí presente, vêm ao encontro da idéia dominante no senso comum sobre os anos JK como os “anos dourados” da nossa história recente, tornados paradigmáticos para a cultura política e o imaginário coletivo da sociedade brasileira por conjugarem estabilidade política, crescimento econômico e efervescência cultural, e, principalmente, por constituírem um período ímpar de crença no Brasil como “país do futuro”.

Essa clima de esperança e euforia, embalado pelas dissonâncias da canção *Chega de Saudade*, ou pelo unísono de “A Copa do Mundo é nossa/ com o brasileiro não há quem possa”, entoado para saudar a vitória da seleção canarinho na Suécia, foi concretamente sustentado pela política desenvolvimentista de JK, responsável pela geração de empregos e, especificamente no âmbito do Programa de Metas, pela implantação da indústria automobilística e a fundação de Brasília, cidade-síntese de uma época tão próspera em sonhos quanto em contradições reais.

Situado entre dois momentos extremamente críticos — o suicídio de Vargas (1954) e a renúncia de Jânio Quadros (1961) —, e marcado por crises militares no começo e no fim do governo — Jacareacanga (1956) e Aragarças (1959) —, os anos JK representaram um caso singular de estabilidade constitucional depois de 1930, com um civil assumindo a presidência e transferindo-a ao sucessor no dia marcado pela Constituição.

A democracia política e o modelo de desenvolvimento implantado por JK se

confundem com sua personalidade otimista e criativa, fixada num sorriso largo e cordial, marca registrada de uma época, que, na perspectiva do presente, torna-se ainda mais emblemática como imagem de progresso e de esperança.

Mesmo considerando a pertinência histórica das características acima apontadas, como cabe ao historiador desconfiar do senso comum e dos discursos formuladores e justificadores de projetos e práticas sociais, o contato com as fontes primárias apresenta-se como um caminho possível para novas abordagens sobre temas ainda paradigmáticos para a historiografia atual e para o imaginário social sobre os anos JK, como por exemplo a saga envolvendo a criação de Brasília. Não só nesse caso, como em muitos outros, é inestimável o valor do acervo de periódicos da Biblioteca Nacional para que o historiador possa realizar seu ofício. Ele permite, mais que um agradável exercício de erudição, a oportunidade ímpar de repensar e problematizar aspectos da história republicana brasileira.

Obs.: Este trabalho contou com a participação do estagiário Lourival Mendonça da Silva Júnior e da bolsista Camila Dantas.