

Cadernos da Comunicação

Série Memória

O CRUZEIRO A MAIOR E MELHOR REVISTA DA AMÉRICA LATINA

Ficha catalográfica:

Secretaria Especial de Comunicação Social. Rio de Janeiro – O Cruzeiro – A maior e melhor revista da América Latina.
Junho de 2002.

Os Cadernos da Comunicação são uma publicação da Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro.

Agradecemos a colaboração dos jornalistas Glauco Carneiro, Luís Carlos Barreto, Mario de Moraes e Raul Giudicelli que, através de suas entrevistas, nos ajudaram a resgatar a memória da revista *O Cruzeiro*.

Agradecemos também ao Arquivo da Associação Brasileira de Imprensa que nos possibilitou o acesso à coleção de *O Cruzeiro*, para pesquisa de texto e fotos.

Secretaria Especial de Comunicação Social
CADERNOS DA COMUNICAÇÃO
ISSN 1676-5508

Prefeitura do Rio de Janeiro
Rua Afonso Cavalcanti 455 – bloco 1 – sala 1.372
Cidade Nova
Rio de Janeiro
CEP 20211-110
e-mail: cadernos@pcrj.rj.gov.br

Todos os direitos desta edição reservados à Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer forma e/ou quaisquer meios (eletrônico ou mecânico) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão escrita da Prefeitura.

Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro
Secretaria Especial de Comunicação Social

Prefeito
Cesar Maia

Secretária Especial de Comunicação Social
Ágata Messina

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO
Série MEMÓRIA

Comissão Editorial
Ágata Messina
Leonel Kaz
Regina Stela Braga
Ruth Ferreira

Edição
Regina Stela Braga

Redação
Andréa Coelho
Denise dos Santos Rodrigues

Revisão
Alexandre José de Paula Santos

Projeto Gráfico e Diagramação
John Lee Murray

Capa
Carlos Amaral/SEPE

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO

Edições anteriores

Série Memória

- 1 – Correio da Manhã – Compromisso com a verdade
- 2 – Rio de Janeiro – As Primeiras Reportagens – Relatos do Século XVI

Série Estudos

- 1 – Para um Manual de Redação do Jornalismo On-line
- 2 – Reportagem Policial – Realidade e Ficção

Nos turbulentos anos 20, mais precisamente em 1928, a revista *O Cruzeiro* surgia com o compromisso de apresentar um Brasil moderno, sintonizado com os avanços tecnológicos de um mundo que se reorganizava após a Primeira Guerra Mundial. No jornalismo, as máquinas de imprimir moldavam um novo visual para jornais e revistas, explodindo em cores e recursos gráficos. *O Cruzeiro* inaugurava uma nova página da imprensa nacional, criando uma escola que privilegiava a reportagem e, conseqüentemente, a figura do repórter e do fotógrafo.

Desde o primeiro número, a revista reflete as aspirações de um país que se preparava para uma nova era. As reportagens focavam o alcance da telefonia, a extensão do Correio Aéreo, o conforto do automóvel, as grandes construções, as estradas que facilitavam as comunicações entre os estados da Federação.

Mais que tudo, *O Cruzeiro* era a cara do Rio. Um Rio que ditava modismos para todo o Brasil. Um Rio em que a febre da construção civil acelerava o mercado imobiliário e absorvia um maior contingente de mão-de-obra. Curiosamente, uma das primeiras reportagens oferecia uma visão premonitória do ano 2000, alertando para a necessidade de investimentos nos recursos naturais, para evitar surpresas desagradáveis no futuro devido ao aumento das demandas de consumo. Nas mesmas páginas, o desenhista Agache previa para 1950 um Rio verticalizado, tumultuado pelo excesso de pedestres e veículos.

Era, principalmente, a visão de um Rio alegre, cosmopolita, que aparecia nas páginas de *O Cruzeiro*, através do traço irônico dos seus humoristas, das belezas das “misses”, da moda, da música e do teatro. Mas era, também, o Rio capital da República, sede das grandes decisões políticas, econômicas e sociais. Um Rio que percebia e denunciava absurdos como a exploração dos nordestinos vindos nos “paus-de-arara” em busca de um sonho nunca realizado. Realidade retratada em matéria que valeu o primeiro Prêmio Esso de Reportagem para a revista.

O declínio daquela que era “a maior e melhor revista da América Latina” começou na década de 60. Coincidentemente, na mesma década em que o Rio deixou de ser capital da República.

CESAR MAIA
Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro

“Graças a *O Cruzeiro*, consegui realizar o sonho do todo repórter – a possibilidade da aventura.”

Mario de Moraes

Contemporânea dos arranha-céus

Foi como se, de repente, começasse a nevar naquela tarde quente de verão carioca, precisamente a 5 de dezembro de 1928. Quando as repartições públicas encerravam o expediente e as lojas se preparavam para fechar as portas, uma chuva de confetes, serpentinas e pedacinhos de papel começou a cair na Avenida Rio Branco, parando o trânsito. Os pedestres, surpresos, pegavam os folhetos lançados do alto dos edifícios e até de aviões que sobrevoavam o Centro da cidade e liam a mensagem impressa: “Compre amanhã o *Cruzeiro*, em todas as bancas, a revista contemporânea dos arranha-céus”....“que tudo sabe, tudo vê”. Na rua, como num verdadeiro carnaval antecipado, as pessoas cantavam e dançavam ao som de bandas de música. Nos cartazes afixados nos muros da cidade, o anúncio de que a revista vai sair todos os sábados, custando 1 mil réis e empregando na sua impressão “a moderníssima techina da rotogravura”.

Um lançamento de *popstar* que funcionou: no dia seguinte, a nova revista se esgotou em poucas horas. Um luxo editorial. Na capa, o logotipo: o nome *Cruzeiro* em letras vermelhas (apenas dois anos depois ganharia o *O*) sobre um fundo azul com moldura prateada. As estrelas brancas do *Cruzeiro* do Sul sobrevoavam o desenho de um rosto de mulher de boca e olhos pintados, unhas cintilantes, uma melindrosa que, com ar provocante, enviava um beijo para o público. Em quatro cores, impressa em papel couchê de excelente qualidade. O editorial abrangia uma diversidade de assuntos do Brasil e do exterior, com textos rigorosamente copidescados, sem cortes ou continuações. E a revista era muito bem diagramada, com boas fotos e belas ilustrações.

O lançamento retumbante foi precedido de negociações intrigantes e intrincadas que duraram mais ou menos um ano. Assis Chateaubriand, o poderoso presidente dos *Diários Associados*, havia tentado, sem sucesso, comprar um jornal de Porto Alegre, o *Diário de Notícias*, um antigo sonho de expandir seu império até o Sul do país. Em lugar de desanimar, partiu então para uma idéia ainda mais grandiosa: uma publicação que atingisse o país inteiro e – por que não? – toda a América do Sul.

O primeiro passo foi comprar o título *Empresa Gráfica Cruzeiro S.A.*, que já existia, por dois contos e quinhentos mil réis. Chateaubriand não tinha esse dinheiro e o jeito foi recorrer ao seu amigo e todo-poderoso ministro da Fazenda da época: Getúlio Vargas. O ministro se entusiasmou com os planos grandiosos de Chateaubriand – uma revista semanal com tiragem de 50 mil exemplares, impressa em quatro cores em Buenos Aires pelo sistema de rotogravura e com circulação nacional. Em meia hora, conseguiu um empréstimo – o dobro do imaginado pelo jornalista – com o banqueiro Antônio Mostardeiro.

A redação, instalada no Centro do Rio, em um prédio alugado na Rua Buenos Aires 152, tinha um acervo moderníssimo para a época: rotativas de duas unidades, uma rotogravura rotoplana, linotipos diversos e uma bem-equipada oficina de composição. A direção foi entregue a Carlos Malheiros Dias, escritor português banido pela ditadura de Salazar e que vinha da *Revista da Semana*, e a Frederico Barata, da equipe de *O Jornal*.

No dia 10 de dezembro, *Cruzeiro* estava nas bancas de todas as capitais e grandes cidades do Brasil, e nos principais pontos-de-venda de Buenos Aires e Montevidéu. Além de caminhões, barcos e trens, Chateaubriand chegou a fretar um bimotor para que nenhuma cidade importante ficasse de fora. A publicidade prometia: quase metade das 64 páginas estava cheia de anúncios coloridos, alguns ocupando páginas inteiras. Uma característica que durou alguns anos eram pequenos anúncios classificados nas quatro primeiras páginas. Neste primeiro número, uma novidade que não vingou: debaixo de cada título, o tempo necessário para ler o artigo ou reportagem.

O editorial, na primeira página, sem assinatura, marcava a diferença entre um jornal e uma revista: o primeiro podia ser o porta-voz “de um partido, de uma facção, de uma doutrina”. Já uma revista como *Cruzeiro* era um instrumento de educação e de cultura. Como diz o jornalista Helio Fernandes:

O jornalismo independente, sem ligação com ninguém, verdadeiramente profissional, começa rigorosamente na revista *O Cruzeiro* dos anos 40/50. Ninguém ali tinha outro emprego (nem em jornal nem em repartição pública, o habitual na época), todos trabalhavam em dois turnos.

Entrávamos às 8 ou 9 da manhã, saíamos para almoçar ao meio-dia e meia ou uma hora, voltávamos para o segundo turno, ficávamos até 5 ou 6. Não havia tempo, interesse ou necessidade de outro emprego. Todos ganhavam muito bem. Foi dos melhores ambientes jornalísticos que conheci...ⁱ

No entanto, não podemos esquecer a ampla cobertura que a dobradinha Getulio Vargas-João Pessoa recebeu de *O Cruzeiro* (nessa altura o título já havia ganhado o *O*): páginas e páginas repletas de fotos.

O Cruzeiro prosperou, o número de anúncios aumentando a cada edição. Segundo dados do seu próprio expediente, chegou a vender mais de 700 mil exemplares num Brasil de 50 milhões de habitantes, o que significa uma circulação pelo menos três vezes maior do que a de uma grande revista atual. Esses dados, porém, são contestados por alguns, como o jornalista Luiz Maklouf Carvalho, autor do livro *Cobras criadas – A história de David Nasser e O Cruzeiro*.ⁱⁱ Segundo o autor, essa tiragem seria um dos mitos que cercam a história da revista: os 720 mil exemplares anunciados no expediente só teriam existido em uma única edição, a do suicídio de Getulio Vargas. Polêmicas à parte, a verdade é que *Cruzeiro*, apenas poucos meses depois de seu lançamento, já havia se firmado como a grande revista nacional.

A receita era aparentemente simples: uma resenha do noticiário nacional e internacional da semana com farto material fotográfico, textos literários, reportagens sobre lugares exóticos e aspectos pouco conhecidos da fauna e da flora brasileiras, colunas que abarcavam um leque variado de assuntos. O sucesso podia ser medido pelo grande número de leitores que iam à redação procurar exemplares que não haviam conseguido comprar nas bancas.

A partir dos anos 30, a redação da revista mudou muitas vezes de endereço. O segundo foi na sobreloja do edifício construído para ser a sede definitiva dos *Diários Associados*, na Rua 13 de Maio. No cargo de redator-chefe, Antonio Acciolly Neto, vindo de *O Jornal*, substituiu Frederico Barata (que foi para o *Diário da Noite*). O terceiro endereço foi um prédio de dois andares na então Ladeira do Livramento. Anos depois, na já Rua do Livramento, foi erguido numa área de 18 mil metros quadrados o edifício de dez andares e duas sobrelojas, projetado por Oscar Niemeyer, que seria a sede definitiva de *O Cruzeiro*.

Desde então a empresa dispunha de diversos equipamentos para o processo de impressão da revista. Entre outros, destacam-se a máquina *Contrell*, que fez parte do primeiro movimento de modernização de *O Cruzeiro*, possibilitando a impressão da capa em apenas dois dias; e a rotativa *Hoe*, máquina moderna, de rendimento muito grande, com controle de um olho eletrônico que comandava e corrigia a aplicação de cores. Com a impressão em rotogravura, a *Hoe* tinha capacidade para

produzir uma revista de 96 páginas à altíssima velocidade de 20.000 exemplares por hora. Antes dela, já havia as rotoplanas de duas unidades, os linotipos e as oficinas de composição, além da máquina de rotogravura rotativa *Man...* ⁱⁱⁱ

Arte, beleza e glamour

Assis Chateaubriand sempre teve uma peculiar simpatia pelas artes, como pode ser constatado no apoio dado ao Movimento Modernista. Assim que *Cruzeiro* se firmou, instituiu um concurso de contos e novelas com a finalidade de descobrir novos talentos da literatura nacional. O prêmio em dinheiro – cem mil-réis – não era grande coisa, mas estar entre os dez primeiros classificados e ter o trabalho publicado na revista, ilustrado por artistas famosos do tope de Anita Malfatti, Di Cavalcanti, Ismael Nery, Marques Júnior, Henrique Cavalleiro, Carlos Chambelland, Osvaldo Teixeira, Percy Deane, Enrico Bianco e até mesmo Portinari, era a consagração. Entre os dez finalistas, estavam um aluno do Colégio Militar, de 18 anos, e um mineiro de 21 anos. O primeiro, autor do conto *Satânia*, era o futuro historiador Nelson Werneck Sodré. O segundo, que concorreu com três contos – *Kronos kai Anágke*, *O mistério de Highmore Hall* e *Caçadores de camurças* – chamava-se João Guimarães Rosa.

A linha predominantemente voltada para a publicação de contos e novelas foi uma característica da fase inicial da revista. Aliás, naquela época, a imprensa exercia um grande fascínio sobre os intelectuais que, muitas vezes no anonimato, escreviam para os jornais da época. No *Cruzeiro* colaboraram, entre outros, Gustavo Barroso, Menotti Del Pichia, Graça Aranha, Viriato Corrêa, Manuel Bandeira, Humberto de Campos, Guilherme de Almeida, Mário de Andrade, Dinah Silveira de Queiroz, Afonso Schmidt, José Lins do Rego, Vinicius de Moraes, Marques Rebelo e Érico Veríssimo, assinando artigos, contos ou romances seriados.

Os acontecimentos políticos e sociais, que a princípio tinham pouco espaço, foram se impondo. As colunas ficaram famosas, como os *Arquivos implacáveis*, de João Condé; *Política nacional*, de Carlos Castello Branco; *Figuras e fatos da História do Brasil*, de Gustavo Barroso; os *Sete dias*, de Franklin de Oliveira, *Jornal de JCC*, de José Cândido de Carvalho, e *Última página*, de Rachel de Queiroz. Colunistas, como Austregésilo de Athayde (de política), Gilberto Trompowski e Peregrino Junior (colunistas sociais) e Martine Poincaré (de moda, diretamente de Paris), ganharam um público cativo, assim como as seções de teatro, cinema e rádio.

As grandes reportagens também se impuseram, algumas delas merecendo números especiais, como a cobertura da inauguração da estátua do Cristo Redentor no Corcovado, em 12 de outubro de 1930. O desfile militar de 7 de setembro de 1930, no Rio de Janeiro, trouxe a novidade de uma foto aérea estampada em página dupla.

A revista nunca dispensou a promoção como meio para alcançar popularidade e prestígio e para isso lançava semanalmente concursos de arquitetura e fotografia. Em 1929, procurou uma Miss Brasil para concorrer ao título da beleza universal. No ano seguinte, a vitória da brasileira Iolanda Pereira no Miss Universo deu início a uma série de reportagens de sucesso: os concursos de beleza. Sempre com muitas fotos.

Tinha uma equipe muito grande, cerca de 30 fotógrafos, sei lá... só contando. Para concurso de miss sempre iam muitos. O Indalécio era o titular desse tipo de cobertura, era conhecido como “o fotógrafo das misses”, participando do trabalho do início ao fim, indo inclusive para os Estados Unidos, pegando o filé mignon. Para futebol, enquanto os jornais mandavam quatro ou cinco, *O Cruzeiro* mandava mais. Qualquer cobertura muito grande era feita por muitos fotógrafos. A equipe toda participou, por exemplo, da cobertura que a revista fez da renúncia do

Jânio Quadros, inclusive acompanhando o vice, o Jango, que estava na China e de lá foi para Paris antes de voltar ao Brasil.

Lembro bem do lançamento da Apolo 11, quando eu e Indalécio fomos enviados especiais. Poucos repórteres brasileiros tiveram credenciamento para esse lançamento. O Indalécio iria de qualquer maneira para cobrir o concurso de Miss Universo em Miami, foi uma coincidência. Então fomos eu, ele e Douglas Alexandre, um outro fotógrafo. Fizemos a abertura do concurso em Miami, fomos para o lançamento da Apolo 11 em Cabo Kennedy e voltamos para o final do Miss Universo.^{iv}

A partir de 1944, a revista garantiu um espaço de circulação cada vez mais amplo. Em 1945, a tiragem era de 80 mil exemplares e logo se tornou líder absoluta entre as revistas editadas no Brasil. Em 1954, com o suicídio de Getúlio Vargas, alcançou os 720 mil exemplares. Nenhuma outra publicação no Brasil contava com um número tão grande de sucursais: Paris, Nova Iorque, Roma e Tóquio. E atingia não só os moradores das grandes cidades, mas também penetrava no interior do país, chegando a lugares onde o *Diário Oficial* jamais chegou. Os temas de discussão política publicados pela revista estavam sempre entrando nos anais do Congresso. Conseqüentemente, nos anos 50, tornou-se um dos meios de comunicação social mais importantes do Brasil.

Nós éramos uma imagem que chegava no Amazonas, em qualquer lugar, para o sujeito que esperava ver o Carnaval do Rio de Janeiro ou a fotografia do gol da Copa do Mundo.

Nós éramos o visual da nação em termos nacionais.^v

Quase metade das 64 páginas do primeiro número do *Cruzeiro* estava repleta de anúncios: automóveis, vitrolas, filmes, produtos de beleza, jóias... Em páginas inteiras, em cores ou em preto-e-branco, os anunciantes mostravam que estavam acreditando na nova revista para vender seus produtos. Além dos pequenos classificados de hotéis que cobriam as quatro primeiras páginas e durante anos foram uma marca registrada do veículo.

Com bons recursos gráficos, o *Cruzeiro* introduziu técnicas inéditas na elaboração do anúncio, renovou os métodos da propaganda com mensagens mais criativas, mais bem impressas e mais dinâmicas. Além de implantar na imprensa brasileira as tendências mundiais, introduziu a rotogravura, além de avançar nas práticas publicitárias ao incorporar anúncios ao texto e mobilizar a atenção da opinião pública com modernas técnicas de divulgação do produto. Como resultado, o número de anúncios aumentava a cada semana, ocupando de 30 a 35 por cento das 96 páginas da revista e constituindo-se no principal suporte financeiro da empresa. Bom para esta, mas nem tanto para o leitor que, muitas vezes, ficava em dúvida sobre se determinada matéria era uma reportagem isenta ou um anúncio disfarçado. Algumas se davam ao luxo de ter personalidades conhecidas atestando a qualidade do produto.

(...) Alguns exibiam o privilégio de ter brasileiros célebres como garotos-propaganda. Uma página inteira das Casas Isnard, anunciando rádios, estampava em fotografia posada ninguém menos que o embaixador do Brasil na Liga das Nações e ex-ministro das Relações Exteriores Afrânio de Melo Franco “e candidato ao prêmio Nobel da Paz, sintonizando o seu

Philco modelo 45-C, o rádio dos artistas célebres, políticos eminentes, jornalistas cultos, militares ilustres, industriais abastados e amadores exigentes".^{vi}

Nas décadas de 40 e 50, as páginas da revista eram disputadas pelos maiores anunciantes da época. Todos os espaços para anúncios nas 52 edições do ano eram reservados ou vendidos já nos primeiros dias de janeiro. Eram comuns os anúncios de coluna inteira numa página e a utilização de quadrinhos para criar uma seqüência, tornando o reclame didático.

Em setembro de 1954, saía estampado na revista o anúncio das Gomas de Mascar Adams. Comum na época, o texto publicitário era prolixo e trazia uma descrição detalhada sobre as qualidades do produto. Contava até com depoimento de um famoso radialista, Antonio Cordeiro: "*Descrevendo um jogo de futebol, tenho sempre comigo os deliciosos 'chicletes' para manter a voz clara e refrescar a garganta e a boca.*" E terminava tentando vincular o produto com as virtudes da personalidade, como faz até hoje a publicidade: "*'Chicletes' mantém os dentes brancos criando sorrisos famosos.*"

Às vezes, havia também anúncios que hoje mereceriam um processo por propaganda enganosa ou, no mínimo, uma advertência do Código de Direitos do Consumidor. No mesmo ano e no mesmo mês, um creme dental, *Nicotisan*, prometia milagres no clareamento dos dentes dos fumantes. O retoque da foto do "antes" é grotesco e, pior ainda, os depoimentos de dentistas incentivavam o uso do cigarro.

Uma pesquisa feita na década dos 50 dizia haver diferenças no modo de homens e mulheres folhearem uma revista: os primeiros o fariam do início para o fim; as mulheres, de trás para diante. Interessante é que quem folheasse *O Cruzeiro* na ordem normal, do começo para o fim, passaria pelos artigos políticos e pela reportagem de capa. Se folheasse ao contrário, começaria pela crônica de Rachel de Queiroz na última página e depois passaria pelas *Garotas do Alceu*, pelos moldes, pelas receitas e por outros assuntos supostamente femininos.

O fato é que a revista penetrava em todos os lugares, das favelas às mansões. Era lida com interesse por homens, mulheres, adolescentes, idosos, moradores de grandes ou pequenas cidades, do Norte ao Sul do país. Apresentava o visual da nação em termos nacionais. Durante cerca de 20 anos, porém, não chegou a trazer lucro aos *Diários Associados*.

Na parte publicitária, um erro de planejamento marcou a edição de *O Cruzeiro Internacional*, a versão da revista para o mercado latino-americano, criada em 1957. Os esperados anúncios de hotéis, automóveis, bebidas e máquinas estrangeiros não chegaram. O jeito foi oferecer aos leitores argentinos, cubanos e venezuelanos produtos só encontrados no Rio de Janeiro e em São Paulo.

O esquadrão de ouro

As ligações telefônicas eram demoradas, não existiam fax, telex, satélite, computador e muito menos internet. Mesmo assim os repórteres de *O Cruzeiro* conseguiam antecipar fatos e fazer uma revista atualizada, conseguindo muitas vezes "furar" a imprensa comum e até mesmo as agências de notícias especializadas.

... fazíamos uma revista que, no início da semana, traçava uma síntese do que tinha acontecido na semana anterior. E isto com uma precisão de análise e, principalmente, com uma visão fotográfica diferente daquela que os jornais tinham publicado sob a forma de telegrama ou de reportagens pobre em informações. *O Cruzeiro* oferecia, assim, uma informação muito rica, dinâmica e imediata para os acontecimentos.^{vii}

Do mesmo modo que os fotógrafos se esforçavam para conseguir ângulos diferentes, os repórteres eram estimulados e faziam questão de desenvolver um texto próprio. Cada reportagem tinha, assim, o toque da personalidade do seu autor e da criatividade do fotógrafo. Eles ficaram conhecidos do público, que os identificava pelo estilo.

Uma rápida enumeração de alguns deles auxilia a imaginar o que eram e o que representaram. Jorge Ferreira, no dizer de Accioly Neto, "o repórter das viagens perigosas, descobrindo tribos de índios desconhecidos no Rio das Mortes, enfrentando a densa selva amazônica"; Mário de Moraes, Prêmio Esso de Reportagem, ao lado de Ubiratan de Lemos, viajando num pau-de-arara para contar numa reportagem comovente o drama dos retirantes nordestinos, e também o único repórter a entrevistar o assassino de Trotsky; Luciano Carneiro, saltando de pára-quadras na Guerra da Coreia, entrevistando Fidel Castro em Sierra Maestra, cobrindo a coroação da Rainha da Inglaterra e fazendo inéditas reportagens no Oriente; Arlindo Silva, especialista em assuntos políticos e policiais, responsável pela cobertura dos acontecimentos que levaram Vargas ao suicídio; José Medeiros, desbravador do Araguaia, dos índios e feras bravias; Luís Carlos Barreto, desvendando os mistérios dos terreiros de Salvador e da sagração do papa no Vaticano; João Martins, baiano de frieza escandinava, que chegou ao Rio como navegador solitário, e autor, com Ed Keffel, da famosa reportagem dos discos voadores, fotografados na Barra da Tijuca; Edmar Morel, repetindo na revista as grandes matérias de *O Jornal*; Henri Ballot, ex-piloto da RAF, especialista em missões arriscadas; Eugênio Silva, "sertanista incansável e um poeta da objetiva; Jorge Audi, grande repórter policial, desmistificador do medium Nero; Antônio Rudge, notável fotógrafo do society e das reportagens internacionais; Orlandino Rocha, o "Bety", baixinho, gordinho, cearense que tinha um estilo inimitável para escrever sobre mulheres; Utaro Kanai, um nipo-brasileiro protagonista de histórias memoráveis na revista; Elias Nasser, irmão de David, e fotógrafo para todo serviço; Walter Luiz, o "fantasminha" magro, competente e corajoso fotógrafo; Rubens Américo, leal, audacioso, querido das mulheres que ia fotografar e muitas vezes

amar. Geraldo Viola, estilo britânico, cavalheiro de porte e fotógrafo de estilo.^{viii}

O Cruzeiro inaugurou no Brasil as famosas duplas repórter-fotógrafo, fórmula que havia dado certo na francesa *Paris-Match*. A idéia foi do francês Jean Mazon, que tinha trabalhado nas revistas *Vu* e *Paris-Match*, e no jornal *Paris Soir*. Veio para o Brasil em 1942 e foi convidado por Frederico Chateaubriand, sobrinho do fundador dos *Diários Associados* e, nessa época, diretor de *O Cruzeiro*, para trabalhar na revista. O francês sugeriu o nome de David Nasser, jornalista que trabalhara no *Diário da Noite* e estava em *O Globo*, para compor com ele a primeira dessas duplas. A primeira grande reportagem da dupla foi sobre uma tribo desconhecida, na fronteira do Mato Grosso com o Pará. O bimotor em que viajavam chegou a ser alvejado pelas lanças dos selvagens, mas os repórteres escaparam e a reportagem ganhou 18 páginas.

Jean Mazon já chegou com a visão da reportagem e juntou-se a David Nasser. Na verdade, a saúde precária de David Nasser fazia com que tivesse muitas limitações físicas no seu trabalho. Mesmo assim, supria essa deficiência com toda a sua experiência, e complementava com seu texto os dados que Jean Mazon trazia. Fred Chateaubriand, um bom administrador, apostou no fotógrafo e aprovou o salário que ele pediu, bastante alto.^{ix}

Nascia ali a marca que acompanharia a revista para sempre – a das grandes reportagens. O terceiro elemento para a ascensão de *O Cruzeiro* foi a contratação do jornalista gaúcho José Amádio como secretário de redação que definiu a linha de todo número ter três grandes reportagens, muitas fotos, seções de entretenimento e serviços gerais, além de grandes chargistas e humoristas.

O Cruzeiro sempre deu muita força à fotografia, mas também dava grande importância aos textos. As reportagens eram narradas em duas linguagens: a de texto e a fotográfica, mas normalmente os assuntos eram mais visuais do que textuais. Foi *O Cruzeiro* que valorizou a profissão de fotógrafo no jornalismo brasileiro. Até então, a foto era um simples registro, que só acompanhava o texto. Em *O Cruzeiro*, o fotógrafo passou a ter uma importância narrativa.

Quando comecei, existiam duplas famosas como David Nasser e Jean Manzon, José Leal e José Medeiros, Jorge Ferreira e Henri Ballot. Eu entrei como repórter, somente para escrever, quem fotografava era o Indalécio Wanderley. Comecei a me interessar pela fotografia na mesma época em que um companheiro do Nordeste, o Luciano Carneiro, que era fotógrafo e repórter (ele morreu num desastre de avião vindo de Brasília), inaugurou a fotografia acompanhada de texto. Foi aí que eu passei a escrever os textos e a fotografar.

A equipe de *O Cruzeiro* contava com fotógrafos das escolas de Jean Manzon e Cartier-Bresson, que tinham um estilo de fotografar espontâneo, sem truques. Foi a escola de Cartier-Bresson, a da

imagem captada sem a interferência do fotógrafo, que empolgou fotógrafos como Luciano Carneiro, Flávio Damm, José Medeiros e eu. Mas havia aqueles que adotavam a linha de Jean Manzon, como Ed Keffel e Indalécio Wanderley. Eles gostavam de elaborar a fotografia artificialmente. Evidentemente existiam os que se destacaram, que eram chamados de “esquadrão de ouro” e fotografavam com Leica: José Medeiros (mestre de todos), Luciano Carneiro, Flávio Damm, George Torok, Henri Ballott, Eugênio Silva e eu.^x

A valorização da imagem fotográfica introduziu um moderno conceito de editoração, deixando de ser apenas o discurso verbal a fonte principal de divulgação de notícias. Esse novo projeto, consolidado a partir da II Guerra Mundial, fez com que as fotos passassem a ocupar um espaço bem maior dentro das matérias veiculadas na revista. No entanto, isso não significou uma rejeição aos antigos valores: a colaboração literária se manteve.

Diversos departamentos colaboravam para a edição das reportagens. A parte inicial era feita pelos fotógrafos, que levavam seus trabalhos para serem examinados pela redação e, logo depois, para a diagramação, a composição e a encadernação. Nessa estrutura, o diretor de redação tinha grande poder de decisão, pois era ele quem aprovava as reportagens. O redator, o diagramador e o fotógrafo faziam conjuntamente a escolha das fotos.

Essa estrutura inicial facilitava a interação entre a equipe editorial, onde o fotógrafo podia acompanhar todas as fases da publicação para seu trabalho.

É importante ressaltar que, apesar de todos esses fatores, *O Cruzeiro* não conseguia alcançar a qualidade de impressão da revista *Life*, editada nos Estados Unidos na mesma época, cujas imagens fotográficas eram impressas com excelente nitidez. Assim, as fotos publicadas na revista brasileira se constituíam num pálido reflexo do trabalho realizado por seus autores. Por esse motivo, era grande a insatisfação dos fotógrafos...^{xi}

Os profissionais da revista também eram bem pagos: *O Cruzeiro* acabou com o mito de que ser jornalista era apenas um bico.

Ser repórter de *O Cruzeiro* era, naquela época, um privilégio. Éramos muito bem pagos, cada repórter tinha um automóvel. Alguns tinham marcas raras, o Jean Manzon foi o primeiro fotógrafo a ter um Cadillac. Naquela época, em geral, os jornalistas não tinham somente um emprego, quase todos eram funcionários públicos também. Faziam uma espécie de acordo com seus patrões, que permitiam que eles conciliassem um emprego público com outro na imprensa. Só que, em *O Cruzeiro*, onde os salários eram bem maiores do que os de todo o mercado, os jornalistas viviam só da imprensa, só disso. Era dedicação integral para *O Cruzeiro*.^{xii}

Nos anos 50, a época áurea da revista, ela já estava completamente diferente, na parte gráfica, daquela de 20 anos atrás, mas a vocação para as grandes reportagens não só permanecia como se ampliara. Paralelamente à revolução gráfica e ao estouro da vendagem, a sede foi transferida do Centro da cidade para o bairro da Gamboa, numa construção provisória no mesmo local em que nasceu Machado de Assis. O projeto definitivo da sede, na Rua do Livramento 189, foi confiado ao arquiteto Oscar Niemeyer. O novo prédio, apesar de sua beleza e modernidade, sofreu críticas pela sua verticalidade, que obrigava a superpor os equipamentos pesados de uma empresa gráfica, como as rotativas, além de áreas e funções planejadas para áreas planas.

Uma reunião de pauta semanal, bastante democrática, definia as reportagens. Repórteres e fotógrafos expunham os assuntos em que estavam interessados e os propunham à chefia de redação. Não havia uma rígida divisão de setores, mas essa escolha marcava a especialidade de cada um: Luciano Carneiro, por exemplo, gostava de assuntos de aviação; Luís Carlos Barreto, de futebol; Indalécio Wanderley, de concursos de beleza; José Medeiros, dos problemas de índios e negros; Flávio Damm, de reportagens policiais ou sobre o sertão.

O fotógrafo marcava com o redator as fotos que correspondiam às necessidades da reportagem. Geralmente eram feitas várias revistas ao mesmo tempo, já que, cada reportagem poderia exigir um tipo diferente de impressão. O processo em cores, por exemplo, era mais demorado que o em preto-e-branco. Às vezes, a edição já estava pronta, mas surgia um fato inesperado que era editado no centro da revista. As edições extras também faziam muito sucesso.

Disseminando assuntos que despertavam grande polêmica, com repercussão política e popular extraordinárias, *O Cruzeiro* chegava a ter, como conta o jornalista Mario de Moraes, repórteres "contra" ou "a favor" de determinado assunto ou personagem, como aconteceu no famoso "crime do Sacopã". Este episódio, que tratava do assassinato do bancário Afrânio de Lemos e tendo como principal suspeito o tenente da Aeronáutica Alberto Jorge Bandeira, foi relatado em várias reportagens. A dupla Arlindo Silva e Jorge Ferreira eram a turma da acusação, enquanto Ubiratan de Lemos e Mario de Moraes, a da defesa de Bandeira. As tragédias, com certeza, mobilizavam a opinião pública e outra de grande repercussão foi o assassinato da estudante Aída Curi, que teve uma série de artigos veementes de David Nasser, mais tarde reeditados em livro.

Na área política, mas ainda carregado dos ingredientes da tragédia, o suicídio de Getúlio Vargas, em 1954, foi tema de outra das mais importantes reportagens da época. As denúncias de Carlos Lacerda, no artigo "Mar de lama", fizeram história. As "Memórias póstumas" do escritor Humberto de Campos, descrevendo com fatos políticos e sociais com riqueza de detalhes e nomes, se transformaram em escândalo nacional. Já as "Memórias" do cantor Francisco Alves são um relato primoroso sobre os principais acontecimentos da música brasileira na época. E, na área do "incrível, extraordinário", não pode ser esquecida a série de João Martins sobre discos voadores, publicada em 1952, com as polêmicas fotos dos "discos" feitas por Ed Keffel.

Aquela história famosa do disco voador, do Ed Keffel, foi montagem. Até hoje ninguém conseguiu provar, mas foi. O Ed Keffel era tecnicamente o mais preparado para fazer um truque fotográfico. Ele era alemão, vinha da escola de fotografia de composição e dominava a técnica de laboratório. O João Martins, que fez a reportagem junto com ele e já estava na onda do fotógrafo e repórter, não fotografou o caso. Ele não era um fotógrafo de trucagem, por isso o Ed Keffel foi escalado.^{xiii}

Uma característica dos repórteres e fotógrafos de *O Cruzeiro* era a iniciativa, o sentido de jornalismo que sempre tiveram. Já na fase final da revista, em 1973, Glauco Carneiro e Indalécio Wanderley, seguindo uma pista enviada à redação, foram parar no Líbano a fim de localizar algumas meninas brasileiras que teriam sido seqüestradas. O assunto não rendeu o esperado, mas os repórteres não perderam a viagem. Por iniciativa própria e correndo riscos, entrevistaram as principais personalidades envolvidas no conflito entre judeus e árabes no acampamento de Chatila, dos refugiados palestinos. A reportagem de 14 páginas, “Al Fatah – Amanhã morreremos”, foi a primeira na imprensa brasileira sobre a posição dos árabes no conflito do Oriente Médio.

Tragédia brasileira ganha o Prêmio Esso

"Passageiros para o Sul, queiram tomar os seus lugares... E boa viagem!" Mas o que nós escutamos não foram estas palavras que provocam despedidas nos aeroportos. Era uma voz sonora como um "aboio", arrastada ao sabor do sotaque nordestino:

"Quem comprou passagem prô Rio e São Paulo pula logo no caminhão que nós vamos virá mundo."

Assim começava a reportagem "Uma tragédia brasileira – Os paus-de-arara", publicada em *O Cruzeiro* de 22 de outubro de 1955 e que deu aos repórteres Mario de Moraes e Ubiratan de Lemos o primeiro Prêmio Esso distribuído no Brasil como o melhor trabalho jornalístico do ano.

Tudo começou quando a dupla Mario de Moraes e Ubiratan de Lemos resolveu fazer uma reportagem sobre os nordestinos que vinham para o Rio trabalhar na construção de grandes edifícios. Já tinham até o título: "Os paus-de-arara constroem o Rio". A idéia evoluiu até ser cogitada uma viagem até o Nordeste num caminhão "pau-de-arara". Leão Gondim, na época diretor-gerente da revista, aceitou a idéia.

A viagem de ida, num caminhão misto de carga e passageiros, foi cheia de incidentes. Mas a volta é que foi feita num verdadeiro "pau-de-arara", com 140 pessoas espremidas na carroçaria do caminhão. A seguir, trechos dos 11 dias da aventura na esburacada e poeirenta Rio-Bahia, cenas pitorescas e dramáticas descritas por Ubiratan e documentadas pelas lentes da Rolleiflex de Mario:

"A nossa própria partida foi precedida de corre-corre maluco. Galgamos a carroçaria ao lado de velhos, mulheres e crianças que lutavam para se ajeitar nas tábuas farpentas, pregadas às pressas, e que serviram de bancos durante toda a viagem. Quem não espremia roupas dentro de malas ou sacos de farinha de trigo discutia por migalhas de espaço. E ao fim não se conseguia mais do que 30 centímetros quadrados para arrumar o corpo, com pernas, braços e tudo. O ajudante do caminhão – um "arara" carona – insultava a quem reclamava a dureza das ripas. Os mais experientes amaciavam os bancos com trapos. A bagagem foi distribuída por cima da cobertura de lona furada, ou mesmo dentro da carroçaria. O nosso caminhão tomou o aspecto ridículo de uma chocadeira: oito pessoas em cada banco, os detrás com os joelhos obrigatoriamente nas costas dos da frente, imprensados pelos dois lados e sentindo a tortura da quina das tábuas nos ossos das canelas. Gaiolas encarcerando papagaios pendiam da cobertura, e pequenas redes de crianças balançavam sobre as cabeças da boiada humana. Mães enfermiças pediam licença aos vizinhos:

– Meu senhor, o senhor deixa eu botá meu menino nas suas costas? Ele não pesa nada não.

Naquele inferno de joelhos e cotovelos, sentimos, desde logo, os cabos das peixeiras que nos cutucavam os rins. As caras, em geral, eram admiráveis close-ups. Rostos terrosos, vincados de rugas. Outros amarelos e empapuçados. Outros esquivos, estilo Belzebu de telas renascentistas.

– Tá todo o mundo dentro do caminhão?

– Tá, sim, Edmundo. Pode arrastar essa 'bexiga'!"

(...)

"Não, não há quem se acostume com a dureza dos bancos de um caminhão "pau-de-arara". Basta uma hora de 'apertacunha' no lombo de um desses transportes, para se ficar dormente da cintura para baixo. O remédio é estrebuchar, levantar de qualquer jeito, mesmo

que seja para piorar a situação. O que interessa é mudar de posição, permitir a circulação do sangue pelo corpo, desenferujar as juntas. Os que viajaram com as pernas permanentemente do lado de fora da carroçaria (porque não havia espaço para elas dentro do caminhão) tinham que prestar muita atenção nas curvas. Corriam o risco de perder as pernas nas barreiras que passavam rente ao caminhão. Atravessamos filas de arbustos que resistem ao sol das secas: cardeiros, velamos, mandacarus, macambira, palmatória, coroa-de-frade. E, a todo momento, topávamos com outros caminhões de "araras" que voltavam do Sul. Quando um passava pelo outro a gritaria não era deste mundo: "Araras, araras." Se um dos carros freava, o outro também estancava. E os retirantes misturavam-se, em animada conversa.

– Como é que tá a coisa lá em São Paulo?

– Ruim! Tô voltando porque não encontrei trabáio."

(...)

"Anotamos um rasgo de altruísmo. Um único, no salve-se-quem-puder da nossa viagem. Amanhecêramos subindo uma serra, Alice, mãe de Wanderley, não pregara os olhos à noite. Choramingava. Não podia agüentar a dor numa das pernas, a que estava mais encolhida. Foi quando o pretinho, que viajava junto de nós:

– Dona Alice, eu vou tirar a perna do meu buraco e a senhora pode botar a sua dentro. Dá para esticar um pouco as juntas. Depois a senhora me devolve o buraco, ouviu?"

(...)

"Uma modalidade mais infame é a venda de 'araras' aos fazendeiros de Goiás e do Triângulo Mineiro. Severino Roque (de Natal) pratica esse comércio. Um retirante solteiro é vendido por 1.500 cruzeiros. Às vezes, os 'araras' percebem a manobra e fogem do seu 'dono' abandonando o caminhão na estrada."

(...)

A reportagem valeu o Prêmio Esso, mas quase custou a vida de Mario de Moraes. De volta ao Rio, ficou três meses de cama, entre a vida e a morte, com tifo, devido à água bebida à beira da estrada. É ele quem conta:

Finalmente, depois de terrível luta, o médico deu-me como salvo. Começou a convalescença. Um dia, achei que podia sair. As pernas ainda moles, sem querer obedecer-me. Desci a rua onde morava para ir ao barbeiro. Enquanto esperava minha vez, apanhei um matutino. Era *O Jornal*, bem me lembro. Uma notícia chamou-me a atenção. Falava no Prêmio Esso de reportagem. Dizia que ele havia sido ganho por dois repórteres associados. Li com mais atenção. Os repórteres premiados, para minha surpresa, eram eu e Ubiratan de Lemos. A reportagem: "Uma tragédia brasileira – Os paus-de-arara."^{xiv}

Cheia de graça

Em matéria de humor, era difícil dizer quem era o melhor. Tanto que o recorde de vendas nos anos 50 teve como um dos fatores a inclusão de páginas que satirizavam e acompanhavam o dia-a-dia da cidade e do país, acompanhando de perto a parte editorial. O inesquecível *Amigo da Onça*, criação de Péricles, era um retrato ferino do carioca. As pérolas do Vão Gogo, pseudônimo de Millôr Fernandes, brilhavam nas duas páginas do *Pif-Paf*. E mais Borjalo, Ziraldo, Zélio, Carlos Estevão, Ape, Alvarus e Fortuna.

Em 1938, o desenhista Alceu Penna inaugurou a seção *As garotas*, que algum tempo depois transformou-se em *Garotas do Alceu* e viria a se tornar um referencial em assuntos de moda e comportamento para as jovens da época. Ziraldo, em um artigo à revista *Imprensa*, recorda:

Nós éramos os namorados das Garotas do Alceu. Nós as tínhamos *under our skins*. Nós amávamos as Garotas do Alceu. Durante anos, todas as moças bonitas desse país (...) se penteavam, se sentavam, gesticulavam, sorriam e se vestiam como as Garotas do Alceu. E nos encantavam e nos faziam sonhar.

A equipe de repórteres, fotógrafos, ilustradores e humoristas de *O Cruzeiro* criou vários mitos naqueles tempos que não vão tão longe assim. Não tenho, porém, conhecimento, na história de nossa Imprensa, de nenhum outro artista que tenha influenciado, com seu trabalho, o comportamento de toda uma geração (...).

Suas meninas de olhos expressivos, de gestos delicados e cheios de graça, de cinturas finas, de longos cabelos e de saias rodadas – cujo tecido era *informado* com duas ou três pinceladas; a gente sabia se era seda ou algodão – eram tão fortes que os leitores conviviam com elas como se convive com um ser vivo: ninguém fica perguntando quem é o pai da criança. Elas tinham vida própria, e tanta, que Alceu desaparecia por trás delas.^{xv}

Mais tarde, Alceu Penna direcionou sua seção para uma linha mais definida, de moda feminina. Seus modelos fizeram um grande sucesso e lançaram um modismo em todo o país.

Os humoristas de *O Cruzeiro* deram força à caricatura de costumes, cada qual no seu estilo. Todos eles tinham liberdade total, eram donos do seu espaço. Millôr Fernandes, que com o pseudônimo de Vão Gogo, assinava as duas páginas da seção *Pif-Paf*, escreveu um dia: "Não me responsabilizo pelo que possa sair na revista *O Cruzeiro*, onde saem estas páginas".

.... O nome mais expressivo do período é Millôr Fernandes, um dos maiores desenhistas de humor do século XX no Brasil. Nascido no Rio em 1924, publicou seu primeiro desenho aos dez anos e entrou em *O Cruzeiro* aos treze, como contínuo. Um dia, faltou material para quatro páginas de A Cigarra, revista da mesma empresa, e Millôr as preencheu com textos de humor que ele mesmo qualificava como "uma porção de brincadeiras". Nunca mais deixou de brincar.

Só ganharia fama, porém, ao criar em *O Cruzeiro* a seção “O Pif-Paf”, na qual se assinava Emmanuel Vão Gôgo. Millôr fazia dupla com Péricles Maranhão, autor das ilustrações – função que assumiria mais tarde. Ali, por dezoito anos, cultivou um humor refinado e reflexivo, cujo texto muitas vezes prescindia do traço, e vice-versa. “O Pif-Paf” era uma elaborada combinação de grafismos mal-comportados e tiradas demolidoras. O cético Millôr levou a sério suas máximas “livre pensar é só pensar” e “divaga e sempre”. Dono de um dos maiores salários da imprensa brasileira, conquistou para a profissão ^{xvi}

Larga aceitação teve a página do “Amigo da Onça”, criação do pernambucano Péricles, um perfil sarcástico do carioca, que despertava opiniões contraditórias e apaixonadas. Logo, o Amigo da Onça tornou-se o mais famoso personagem humorístico do país:

... O Amigo da Onça nasceu de uma disputa entre os desenhistas de *O Cruzeiro* para ver qual deles conseguiria criar um personagem bem brasileiro. Ganhou a cara ovóide, de olhos arregalados e fino bigodinho que por quase vinte anos, a partir de 1943, faria rir milhões de brasileiros, Magro, safado e cruel, o Amigo da Onça tripudiava sobre os inimigos com grande cinismo – enquanto seu inventor, boêmio e beberrão, oscilava entre a alegria e o abatimento. Péricles suicidou-se aos 37 anos, mas sua criação sobreviveria pelas mãos de outros humoristas, sobretudo Carlos Estevão. ^{xvii}

Segundo o escritor Marco Antonio da Silva, o personagem tinha uma postura impiedosa em relação à imagem alheia, mas talvez fosse justamente isso que provocava uma identificação junto ao público.

Além do homem, o Amigo da Onça encarnou dimensões do mal. Quando organizei a exposição sobre o personagem no Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, vi pessoas rindo muito dos desenhos para, imediatamente, deixarem bem claro que ele era terrível, antiético, sádico, má criatura. Houve até quem me prevenisse quanto à sua maldição: Péricles suicidou e Carlos Estevão, que lhe deu continuidade por algum tempo, morreu de trombose cerebral. Perguntaram também se eu me identificava com tantos horrores. Considero possível responder afirmativamente à última pergunta. Tal resposta se amplia para todos que dividiram, dividem ou dividirão com o personagem o prazer dos seus atos. Talvez, junto com nossa boa consciência, sejamos também terríveis, antiéticos, más criaturas. Amigos da onça. Assumindo mais esses vieses, não nos veremos mais amplamente? ^{xviii}

O também pernambucano Carlos Estevão fazia uma espécie de seriado humorístico da vida urbana, que também ficou bastante popular. Tinha duas páginas na revista, com seções como “As Aparências Enganam” e “Antes e Depois”. Seu mais famoso personagem foi o Dr. Macarra, um malandro metido a grã-fino.

Declínio e fim

No início de 1966, a Editora Abril lançou a revista mensal *Realidade*, que já nos primeiros números demonstrava ser uma séria concorrente para *O Cruzeiro*. O próprio Assis Chateaubriand reclamou, em um artigo, de duas reportagens da nova revista, uma sobre as tropas brasileiras enviadas à República Dominicana e outra sobre a vida no exílio de João Goulart e Leonel Brizola. Segundo ele, meses antes, *O Cruzeiro* havia sondado as autoridades militares sobre a conveniência de fazer as mesmas matérias e tivera uma resposta negativa. Segundo ele, a *Realidade* e, por consequência o proprietário da Editora Abril, Vitor Civita, estaria dissimulando suas verdadeiras intenções: "*Civita é um apátrida, está no Brasil para ganhar dinheiro, e não passa de outro tentáculo do Time-Life*"^{xix}.

Aliás, essa era uma idéia fixa de Chateaubriand, que via nesses "tentáculos" uma monumental conspiração com o objetivo destruir os Diários Associados a fim de desnacionalizar as comunicações no Brasil. O inimigo principal seriam as Organizações Globo, aliada a grupos americanos e a outras empresas brasileiras de comunicações, como a *Ultima Hora* e as Empresas Bloch:

Não se surpreendam se eu lhes disser que uma das figuras sinistras do grupo atacante é a Esso, a Standard Oil. Ela age como a flor da linha inimiga, como guarda-costas do imperialismo do Sr. Luce. Aqui dentro, outro aliado da pandilha internacional é o Sr. Samuel Wainer. A maior das vergonhas da Revolução foi ter deixado abertas as portas a esse almocreve, para que o bufarinheiro continue a negociar com as duas pátrias.

Ele estará sozinho na ajuda oferecida ao Sr. Luce e a Calabar? Não, há um terceiro apátrida na resistência ao inquerito que o governo deve encetar. É o Sr. Bloch. O Brasil fez uma revolução para se libertar da opressão das esquerdas. Onde estava o Sr. Bloch? Com todos os governos que vendiam o Brasil a Fidel Castro.^{xx}

Há quem situe a decadência da revista até mesmo antes dos anos 60, como o jornalista Helio Fernandes: "*A partir de 1954/55, O Cruzeiro morreu, só que levou pelo menos uns 15 anos para ser enterrada.*"^{xxi} Seja como for, o período entre 1964 e 1977 marcou o desaparecimento de diversos órgãos de imprensa, entre jornais, revistas e emissoras, graças a um desencontro das empresas jornalísticas e a nova ordem econômica implantada no país com o golpe. Os Diários Associados, talvez mais do que todos, não se adequaram à ortodoxia liberal-capitalista.

É claro que os Diários Associados, em seu conjunto, foram a organização que mais sofreu no período considerado. Mesmo antes da morte de Assis Chateaubriand, a organização se vira obrigada a suspender a circulação de vários jornais do grupo como o *Diário da Noite*, do Rio de Janeiro, *O Diário*, de Santos, *A Hora*, de Porto Alegre, e *A Vanguarda*, de Belém. Mesmo assim, não deixou de lançar outros jornais no Acre, em Mato Grosso e na Paraíba, e emissoras de rádio e televisão. No entanto, foi a partir de 1968 que sofreu a pressão combinada das suas falhas internas e da pressão externa para ver reduzida sua grande cadeia, ao final da qual perderia a maior parte das emissoras da Rede Tupi de Televisão, sua

presença no Sul do país e grandes órgãos do Rio e de São Paulo, entre os quais a revista *O Cruzeiro*, os jornais *Diário de São Paulo*, *Diário da Noite*, paulista, e o primeiro órgão da rede, *O Jornal*, fundado em 1924.^{xxii}

O jornalista Glauco Carneiro, repórter de *O Cruzeiro* em dois períodos – de 1961 a 1968 e de 1970 a 1974 –, cita entre os diversos fatores que contribuíram para a decadência da revista o fiasco publicitário do lançamento da edição internacional, a falta de investimentos para enfrentar a concorrente *Manchete* e as dissensões internas que levaram à dispensa de importantes quadros e a contratação de substitutos sem as mesmas qualidades. Além disso, a transferência da capital para Brasília: "O *Cruzeiro* era produto de um Rio de Janeiro totalmente diferente. Um Rio de Janeiro que sempre foi corte e que, com a transferência da capital para Brasília, virou província. Passou a predominar um espírito totalmente diferente, pequeno-burguês. Acabou o pensamento nacional."^{xxiii}

O Cruzeiro Internacional circulou de abril de 1957 a setembro de 1965. O motivo que levou a sua criação foi o sucesso da edição nacional na Argentina, Chile e México, além de Portugal. Inicialmente, foram traduzidas para o espanhol algumas das reportagens de maior sucesso. A revista chegou então a vender mais em Buenos Aires do que a argentina *El Hogar*. Surgiu então o plano de uma edição toda em espanhol, centrada nas matérias de maior impacto no Brasil e de interesse específico dos países vizinhos. Na edição nº 1, dizia Assis Chateaubriand: "O *Cruzeiro* en español es un desafío al desierto que nos separa a unos de otros en la América Latina. Podemos combatir hoy las consecuencias de ese desierto?"^{xxiv}

A direção estava a cargo de Odilo Costa Filho e Wilson Aguiar. Repórteres e observadores viajavam incessantemente pela América Latina em busca de notícias. Na edição, jornalistas sul-americanos procuravam compor um texto numa espécie de "espanhol interamericano", abrangendo vocábulos característicos de cada local.

Mas a versão internacional de *O Cruzeiro* foi um fiasco. A publicidade, tanto em nível nacional como internacional, não correspondeu ao investimento. Os acertos da empresa com a Divisão de Assuntos Publicitários do Departamento de Estado americano foram vetados, segundo alguns por intervenção do poderoso grupo Time-Life, responsável pela edição do *Life Internacional*. O governo brasileiro, apesar do interesse inicial demonstrado pelo Presidente Juscelino Kubitschek – que chegou a dizer que era "a maior propaganda possível do Brasil no exterior –, também não financiou matérias sobre a construção de Brasília ou sobre o desenvolvimento da indústria e do comércio do país. Segundo Accioly Neto, dizia-se que outras empresas jornalísticas teriam oferecido suas páginas, gratuitamente, para essas reportagens.

Mesmo assim *O Cruzeiro* sustentou, por oito anos, sua edição em língua espanhola, que chegou a ter uma tiragem de 307 mil exemplares, distribuídos em países da América Latina – Uruguai, Paraguai, Argentina, Chile, Peru, Venezuela, Bolívia –, nas repúblicas do Caribe e até no Sul dos Estados Unidos. E enfrentou com galhardia a concorrência da *Life Internacional*. Quando esta publicou, uma reportagem sobre as favelas cariocas, o "símbolo da miséria na América Latina", *O Cruzeiro Internacional* revidou à altura: mandou o repórter Henri Ballot aos Estados Unidos, com a incumbência de fazer uma matéria no Harlem. O resultado saiu na edição de 7 outubro de 1961, sob o título "Miséria: O novo recorde americano", focalizando uma

família porto-riquenha que vivia num *slum* (favela) de Manhattan. Propositadamente, repetia o roteiro e a paginação da *Life*, reproduzindo em *fac-símile* páginas daquela matéria para melhor entendimento dos leitores.

A entrada em circulação da *Manchete*, no final da década dos 50, foi outro dos motivos do desaparecimento de *O Cruzeiro*. A inegável supremacia da qualidade gráfica da revista de Adolpho Bloch demorou alguns anos, mas terminou por cativar a preferência do público. Apesar da qualidade do seu jornalismo, as máquinas de *O Cruzeiro* estavam velhas e desatualizadas, resultando num produto mal impresso, de cores desbotadas. Além da *Manchete*, chegaram ao mercado as também bem impressas revistas da Editora Abril e a *Visão*. A competição *O Cruzeiro* X *Manchete* também envolvia aspectos políticos: enquanto a primeira polemizava, denunciava, a segunda mostrava um Brasil bonito e colorido, evitando diferenças e partidarismos políticos. Como analisa Roberto Muggiati, diretor de redação de *Manchete* por vários anos:

A *Manchete* começou a ser publicada em cores, e aquilo era uma maravilha, porque a imprensa diária não dava cor, a televisão era ainda incipiente e a impressão de *O Cruzeiro* não era boa... Por outro lado, nossa revista tinha uma opção editorial centrada um pouco na filosofia de Adolpho Bloch, de não denunciar, de não mostrar coisas negativas...^{xxv}

Segundo Glauco, além da superioridade gráfica, a *Manchete* teve o discernimento de trazer do Rio Grande do Sul o grande revisteiro Justino Martins. A partir daí, a revista de Adolpho Bloch passou a ter também qualidade editorial.^{xxvi} O cineasta Luís Carlos Barreto, entretanto, não vê *Manchete* como uma das causas da decadência de *O Cruzeiro*:

A *Manchete* nunca chegou a abalar, porque não era uma revista de massa. Ela entrou como uma TV a cabo hoje em dia, destinada a um segmento de público mais sofisticado. *O Cruzeiro* era revista de massa, que abordava crimes e temas políticos. Ela devassava a vida nacional com muito vigor. E isso, aos poucos, foi se perdendo, agravado pela luta interna, com conceitos jornalísticos diferentes. Alguns, querendo que a revista ficasse mais moderna no texto e na paginação, conseguiram levar pessoas para mudar graficamente a revista. Foi o que aconteceu na época do Gustavo Gable, contratado para fazer uma mudança gráfica na revista. A verdade é que o país estava mudando e *O Cruzeiro* esgotou um ciclo sem se preparar para o próximo.

São ciclos que se completam. Ou você se recicla para poder entrar no novo ciclo, ou então... Houve uma grande divisão interna. Tudo começou quando pessoas mais jovens foram entrando, vindas de outras publicações, com outros anseios de modernização. Então foi criado *O Cruzeiro Internacional*, uma revista toda em espanhol, que circulava pela América Latina, fundada em cima de promessas fantasiosas do Governo Juscelino Kubitschek, que não aconteceram. A revista foi muito combatida pelas agências americanas, que não ofereciam espaço para a publicidade porque a revista estava concorrendo com a *Life* em espanhol e chegou a ter uma tiragem maior. Esse projeto internacional consumiu muita energia e muito dinheiro de *O Cruzeiro*.^{xxvii}

Se o sustento de *O Cruzeiro Internacional* foi um dos principais motivos da derrubada dos Diários Associados, os reflexos foram mais acentuados naquela que foi por décadas "a maior e melhor revista da América Latina". No final dos anos 50 e no início dos anos 60, a crise na empresa não poupou *O Cruzeiro*. As grandes estrelas da reportagem começaram a trocar de pouso. Até mesmo Jean Manzon pediu demissão, transferindo-se para a concorrente *Manchete*. As grandes reportagens começaram a dar cada vez mais espaço para as matérias pagas. Isso tudo se refletia na vendagem, a ponto de influir na tiragem, que no fim deixou até de ser semanal.

Segundo o jornalista Glauco Carneiro, as crises na redação foram administráveis enquanto a revista reinou sozinha na imprensa. Depois disso, as dissensões internas tornaram-se um dos principais motivos da sua decadência. Uma primeira e significativa perda ocorreu no final dos anos 50, quando boa parte da redação foi demitida por uma divergência com o diretor José Amádio:

Accioly Neto já não tinha condições de influir e se afastou em 1965 e o remanescente do "Esquadrão de Ouro" foi se desestimulando, como resultado, não só da responsabilidade indevida que lhe faziam pela queda da circulação da revista, mas pela crescente falta das condições materiais que antes explicavam uma parte do sucesso de *O Cruzeiro*. As viagens foram escasseando, os assuntos de impacto deixados de cobrir, filmes e transportes começaram a faltar, e a grande revista, já por si só drenada pela falta de publicidade e pela concorrência de melhor qualidade gráfica, foi se enfraquecendo cada vez mais.^{xxviii}

Glauco cita ainda a morte de Chateaubriand, em 1968, e a conseqüente guerra no condomínio associado outra das razões que aceleraram as dissensões internas. A direção dos Diários Associados, chamada a acudir a revista, acabou por demitir de uma só vez 500 profissionais, acelerando a decadência.

Mario de Moraes acrescenta os gastos excessivos e desnecessários com viagens turísticas dos diretores e festas suntuosas no salão nobre do prédio da Rua do Livramento. Além disso, a permissão para que os repórteres fizessem matérias pagas desincentivou a produção das grandes matérias. Por sua vez, a obsolescência do maquinário resultava num péssimo resultado gráfico. E, finalmente, a inversão dos padrões aceitáveis da publicidade em relação aos textos editoriais: enquanto a proporção para uma revista tecnicamente bem-feita deva ser de, no máximo, 40 por cento de propaganda para 60 por cento de texto editorial, *O Cruzeiro*, tendo oferta, invertia essa proporção, prejudicando o leitor.^{xxix}

Uma manobra de política jornalística incorporou *O Cruzeiro*, que Leão Gondim de Oliveira administrava com maioria acionária, aos Diários Associados, presidido por João Calmon. (...) Fechou-se *O Cruzeiro Internacional* e a quase totalidade dos repórteres deixou a revista. Diversos diretores de redação se sucederam após a minha aposentadoria, em curtas e estereis temporadas, sem conseguirem deter a curva descendente de circulação. Finalmente, *O Cruzeiro* saiu das bancas; suas preciosas máquinas vendidas a preço de ferro-velho; quadros de valores inestimáveis (Portinaris, Marciers, Guignards) passaram a outras mãos. O valioso arquivo foi entregue ao *Estado de Minas* e, como última

liquidação, o próprio título se entregava, em juízo, a um diretor de publicidade, como pagamento das dívidas trabalhistas.^{xxx}

Sem mais nenhuma ligação com os Diários Associados, a revista ressurgiu através da Editora O Cruzeiro Ltda., de propriedade de Hélio Bianco e Joaquim José Freire Lagreca. Chegou a ser editada por mais de um ano sob essa administração, mas, por falta de verbas, foi absorvida pela Editora Von Baungarten Indústria e Comércio Ltda. Mais tarde, foi arrendada mais uma vez para AA Editores Associados Ltda. e, finalmente, saiu de circulação em 1975.

Notas

- ⁱ Fernandes, Helio. *Tribuna da Imprensa*, p. 3, 8/6/2000.
- ⁱⁱ Editora Senac, São Paulo, 2001.
- ⁱⁱⁱ Peregrino, Nadja. *O Cruzeiro – A revolução da fotorreportagem*, pp. 20-21. Livraria Dazibao, Rio de Janeiro, 1991.
- ^{iv} Trecho de entrevista do fotógrafo Geraldo Viola, que trabalhou em *O Cruzeiro* de 1945 a 1975, para os *Cadernos da Comunicação*, em fevereiro de 2002.
- ^v In: Peregrino, Nadja. Opus cit., p. 27.
- ^{vi} Moraes, Fernando. *Chatô – O rei do Brasil*, p. 190. Companhia das Letras, São Paulo, 2001.
- ^{vii} Barreto, Luís Carlos, in: Nadja Peregrino. Opus cit., p. 25.
- ^{viii} Carneiro, Glauco. *Brasil, primeiro – História dos Diários Associados*, pp. 344-345. Fundação Assis Chateaubriand, Brasília, 1999.
- ^{ix} Carneiro, Glauco. Entrevista para os *Cadernos da Comunicação*, em abril de 2002.
- ^x Barreto, Luís Carlos. Entrevista para os *Cadernos da Comunicação*, em fevereiro de 2002.
- ^{xi} Peregrino, Nadja. Opus cit., p. 21.
- ^{xii} Barreto, Luís Carlos. Entrevista para os *Cadernos da Comunicação*.
- ^{xiii} Idem.
- ^{xiv} Moraes, Mario de. In: *Mario de Moraes – Um observador da História*. Monografia de Raquel Ferreira Velho, 1999.
- ^{xv} Ziraldo. *Garotas de sonho*, in: revista *Imprensa*, p. 59, dezembro de 1990.
- ^{xvi} In: A revista no Brasil, pp. 220-221. Editora Abril, 2000.
- ^{xvii} In: opus cit. P. 224.
- ^{xviii} Silva, Marcos Antonio da. In: Carneiro, Glauco. Opus cit., p. 365.
- ^{xix} In: Moraes, Fernando. Opus cit., p. 672.
- ^{xx} Id., *ibid.*, pp. 672-673.
- ^{xxi} Fernandes, Helio. *Tribuna da Imprensa*, p. 3, 8/8/2000.
- ^{xxii} Rodrigues, Glauco. Opus cit., p. 495.
- ^{xxiii} Rodrigues, Glauco. Entrevista para os *Cadernos da Comunicação*.
- ^{xxiv} Id. *ibid.*, p. 369.
- ^{xxv} Muggiatti, Roberto. In: Carneiro, Glauco. *Brasil, primeiro – História dos Diários Associados*, p. 374.
- ^{xxvi} Carneiro, Glauco. Entrevista para os *Cadernos da Comunicação*.
- ^{xxvii} Barreto, Luís Carlos. Entrevista para os *Cadernos da Comunicação*.
- ^{xxviii} Carneiro, Glauco. Opus cit., p. 375.
- ^{xxix} Moraes, Mario de. Entrevista para os *Cadernos da Comunicação*, em abril de 2002.
- ^{xxx} Accioly Netto, Antonio. *Nascimento, vida e glória da maior e melhor revista da América Latina*, in: Peregrino, Nadja. Opus cit., pp. 29-30.

A revista no Brasil. São Paulo: Editora Abril, 2000.

Bahia, Juarez. *Jornal, história e técnica*. Vol. 1: *História da imprensa brasileira*. São Paulo: Editora Ática, 1990.

Carneiro, Glauco. *Brasil, primeiro – História dos Diários Associados*. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 1999.

Carvalho, Luiz Maklouf. *Cobras criadas*. São Paulo: Editora Senac, 2001.

Morais, Fernando. *Chatô – O rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

Peregrino, Nadja. *O Cruzeiro – A revolução da fotorreportagem*. Rio de Janeiro: Dazibao, 1991.

Velho, Raquel Ferreira. Mario de Moraes – Um observador da História. Rio de Janeiro: Monografia, 1999.

FOTOS: Reproduções de capas, fotos e reportagens da revista *O Cruzeiro*. Fontes: Arquivo da Associação Brasileira de Imprensa, *Cobras criadas* (Editora Senac) e *A revista no Brasil* (Editora Abril).