



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA**

SAMARA CAROLINE LOVATEL

**MAGAZINE ILUSTRADO *AMERICA*:
A IMPRENSA CARIOCA E A VIDA MODERNA NA DÉCADA DE 1920**

**CHAPECÓ
2020**

SAMARA CAROLINE LOVATEL

MAGAZINE ILUSTRADO *AMERICA*:
A IMPRENSA CARIOCA E A VIDA MODERNA NA DÉCADA DE 1920

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação como
requisito para a obtenção de grau de Licenciado em
História pela Universidade Federal da Fronteira Sul

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Machado

CHAPECÓ
2020

Lovatel, Samara Caroline
Magazine Ilustrado America: A imprensa carioca e a
vida moderna na década de 1920 / Samara Caroline
Lovatel. -- 2020.
62 f.:il.

Orientador: Professor Doutor Ricardo Machado

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Licenciatura em História, Chapecó, SC, 2020.

1. História. 2. Modernidade. 3. Periódicos impressos.
4. Sociabilidade. I. Machado, Ricardo, orient. II.
Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

SAMARA CAROLINE LOVATEL

MAGAZINE ILUSTRADO *AMERICA*:

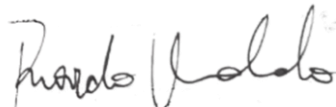
A IMPRENSA CARIOCA E A VIDA MODERNA NA DÉCADA DE 1920

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação
apresentado como requisito para a obtenção de grau
de Licenciado em História pela Universidade
Federal da Fronteira Sul

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:

20/01/2021

BANCA EXAMINADORA




Prof. Dr. Ricardo Machado – UFFS

Orientador



Prof. Dr. Fernando Vojniak – UFFS



Me. Cristiane Cecchin

O Jornaleiro

Com ele toparás aonde quer que tu fores:
é um raquítico tronco erguido sobre duas
perninhas magras. Contra o peito aperta as suas
folhas como quem une ao peito os seus amores.

E corre e salta sem cansar as pernas nuas.
Dir-se-ia, indiferente, estranho a alheias dôres,
na cidade – floresta iluminada a côres –
um travesso sací a anunciar pelas ruas

roubos, crimes, traições orgia insana,
sangue e fel – todo o horror da cobardia humana
toda a lama que explui do humano coração!

E em sua boca ingenua e juvenil dir-se-ia
ter um ar de inocencia o escândalo do dia
t balbuciar o crime um rogo de perdão!

(...)

Sylvio Figueiredo, 1951

RESUMO

Esta monografia se concentra na pesquisa do magazine ilustrado *America*, um periódico impresso produzido na cidade do Rio de Janeiro em 1923 que tratava de assuntos relacionados à modernidade, dentre os seus principais temas estão a arte, a moda, o esporte e o cinema. O magazine está disponível em quatro edições no acervo digital da Biblioteca Brasileira Guita e José Midlin. A pesquisa foi desenvolvida a partir da importância enquanto impresso na década de 1920, período em que a sociedade brasileira e também mundial passavam por transformações sociais e econômicas causadas pela difusão da modernidade. Para a sua análise, utiliza-se o viés metodológico da História Cultural, em específico do historiador francês Roger Chartier, logo, concentra-se principalmente na sua produção, nas técnicas gráficas e de edição das páginas, e no seu alcance de circulação. Sendo assim, primeiramente se realizou uma contextualização do Rio de Janeiro da década de 1920, para problematizar o meio em que *America* nasceu e entender como se deram os desenvolvimentos gráficos e a transformação da imprensa em uma indústria cultural. Posteriormente, a partir de um mapeamento realizado nos conteúdos das quatro edições do magazine, se discutiu as relações entre os costumes tradicionais e os modernos, a ambiguidade dos ideais é refletida nas matérias, abrindo campo para a problematização da difusão da modernidade pelos impressos. Por conclusão, o magazine *America* se localiza em meio aos diversos periódicos ilustrados de variedades ou específicos, disputando a clientela e levando assuntos interessantes aos seus leitores, possivelmente sendo um projeto intelectual de Sylvio Figueiredo, seu editor chefe, um notável escritor da época.

Palavras-chave: *America*. Novos hábitos. Impressos. Técnicas gráficas.

ABSTRACT

This monograph focuses on the research of the illustrated magazine *America*, a printed periodical produced in the city of Rio de Janeiro in 1923 that dealt with issues related to modernity, among its main themes are art, fashion, sport and cinema. The magazine is available in four editions in the digital collection of Biblioteca Brasileira Guita and José Midlin. The research was developed based on its importance as it was printed in the 1920s, a period in which Brazilian and world society were undergoing social and economic transformations caused by the spread of modernity. For its analysis, the methodological bias of Cultural History is used, specifically by the French historian Roger Chartier, therefore, it focuses mainly on its production, on the graphic and page editing techniques, and on its reach of circulation. Therefore, firstly, Rio de Janeiro was contextualized in the 1920s, to problematize the environment in which *America* was born and to understand how graphic developments and the transformation of the press into a cultural industry took place. Subsequently, based on a mapping carried out on the contents of the four editions of the magazine, the relationship between traditional and modern customs was discussed, the ambiguity of ideals is reflected in the materials, opening up the field for problematizing the diffusion of modernity in print. In conclusion, the magazine *America* is located in the middle of several illustrated or specific journals, disputing the clientele and bringing interesting subjects to its readers, possibly being an intellectual project by Sylvio Figueiredo, its editor-in-chief, a notable writer of the time.

Keywords: New habits. *America*. Graphic techniques. Illustrations.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Texto “A Cidade-Proteu”, presente primeira edição da revista <i>America</i>	18
Figura 2: Anúncio da casa Hoepfner	23
Figura 3: Anúncio da Casa Vianna.	23
Figura 4: Anúncio da “Casa Vianna” na revista <i>America</i>	24
Figura 5: Página ilustrada da quarta edição do magazine <i>America</i>	26
Figura 6: Matéria “A vida moderna” da quarta edição da revista <i>America</i>	32
Figura 7: Fotografia do casamento entre Sylvio e Nair.	36
Figura 8: Fotografia de Sylvio Figueiredo	39
Figura 9: Fotografia de Ivette Charante, presenta na segunda edição do magazine <i>America</i>	44
Figura 10: Fotografia feita de um avião da praia José Menino, em Santos.....	45
Figura 11: Capas das quatro edições do magazine <i>America</i>	46
Figura 12: Logomarca do magazine <i>America</i>	47
Figura 13: Cabeçalho do magazine <i>America</i>	47
Figura 14: Fotografias dos vencedores dos jogos de tennis e do campeonato de remo, presentes na terceira edição de <i>America</i>	49
Figura 15: Fotografia da arquibancada da piscina da Ilha das Enxadas, presente na primeira edição de <i>America</i>	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	OS TRAÇOS DOS IMPRESSOS NA FORMAÇÃO DA SOCIEDADE MODERNA DO RIO DE JANEIRO	14
2.1	Os impressos e seu enredo no Rio da década de 1920	14
2.2	A modernização das técnicas de impressão e a ressignificação de fazer imprensa. 19	
3	MAGAZINE <i>AMERICA</i>: ENTRE O MODERNO E O ANTIGO	29
3.1	<i>America</i> e Sylvio: possíveis faces	34
3.2	Nas páginas de <i>America</i>	40
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa em fontes impressas, como livros, revistas e jornais periódicos, dispõe de amplas possibilidades de estudo, pois além de apresentar as próprias temáticas que as compõem, revelam parte da cultura da sociedade em questão, através, por exemplo, tipo de papel que utilizavam e de quais eram as técnicas de impressão, de como era a disposição gráfica do conteúdo na página, que pode criar hipóteses sobre os modos de leitura, as possibilidades são variadas.

Todo esse ensejo abriu caminho para a pesquisa sobre o magazine *America*, revista ilustrada do ano de 1923, da cidade do Rio de Janeiro, que já na sua primeira edição trouxe um entusiasmado texto sobre o futuro, na opinião do diretor de cinema estadunidense David Llewelyn Griffith.

Griffith previu em 1923, que no ano de 2023, a indústria editorial publicaria filmes ao invés de livros, que o cinema seria muito mais importante que o teatro e que o público não se interessaria mais pelas palavras, pois preferiria as imagens cinematográficas. Para ele, no ano de 3023, o homem terá perdido o dom da voz e retrocedido para o primata, pois irá abandonar gradativamente o uso da palavra.

Essas especulações que fazem parte do texto “Cinema do Futuro” nos servem de breve exemplo para entender a época, pois a década de 1920 foi marcada por profundas mudanças que alteraram hábitos diários, formas de sociabilidade e imaginários. As mudanças alcançaram todos os aspectos da vida e instalaram um ar de modernidade na vida cotidiana. Griffith não previu o surgimento da internet, muito menos das redes sociais, mas foi certo em imaginar um tempo em que pessoas valorizam muito mais uma imagem do que uma palavra, dada a ascensão que a fotografia, o cinema e os próprios impressos atingiram.

O acelerado aparecimento de tecnologias, impulsionadas em grande parte pela Primeira Guerra Mundial (1914-1918), colocou em questão o sentido da felicidade humana, em uma sociedade marcada por horrores sangrentos, perdas insubstituíveis e o terror comum, fez com que o novo, o moderno, surgissem como novas expectativas, conforme afirma Nicolau Sevcenko:

O que distinguiu particularmente o século XX, em comparação com qualquer outro período precedente, foi uma tendência contínua e acelerada de mudança tecnológica, com efeitos multiplicativos e revolucionários sobre praticamente todos os campos da experiência humana e em todos os âmbitos da vida no planeta.¹

¹ SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI: No loop da montanha-russa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 23.

E, neste contexto de mudanças, os impressos se tornaram grandes influenciadores na divulgação do novo, informando e levando o moderno para o lar daqueles que o liam. O que antes se caracterizava por jornais diários, com noticiários repletos de textos, dá lugar, a partir do desenvolvimento da indústria gráfica, para impressos carregados de ilustrações e que tratavam de assuntos variados, ressignificando a sua leitura como um novo hábito moderno, e ainda, por suas características que se diferenciam do jornal diário, abrangiam o consumo de maior número de interessados.² Dado isso, se projetava uma nova relação com a imagem, fazendo com que, David Llewelyn Griffith pudesse imaginar um mundo sem o uso da palavra.

As influências que os impressos periódicos carregavam principalmente no Brasil evidenciam a relação que pode se estabelecer com a era digital da informação. Inicialmente, uma imprensa que nasce e cresce marcada pela censura religiosa e política, pousa num lugar onde notícias são rapidamente consumíveis e espalhadas, onde fofocas de celebridades ganham cada vez mais prestígio e ainda, uma imprensa acessível à maioria da população. Pensar um lugar como esse é imaginar a sua fonte primeira na virada do século XIX para o XX, momento em que os impressos passam a fazer parte do lar das famílias, se transformando num meio de difusão de informações e condutas a partir de sua leve leitura.

No Brasil da década de 1920, quantidades consideráveis de impressos circulavam no território brasileiro,³ alguns estados com maior número de produções que outros, e ainda os lugares, em maioria, que somente os recebiam. Em meio a estes impressos, revistas ilustradas e de variedades, surge, em 1923 no Rio de Janeiro, o magazine *America*.

Em um primeiro contato, *America* nos encanta pelos seus aspectos gráficos, pois suas páginas são ricas em ilustrações e tratam de conteúdos variados, como moda, esporte, arte, cinema e alguns textos de literatura, e servem como um reflexo dos hábitos do período, exibindo a sociedade dos loucos anos 20. Os nomes que assinam seus textos e suas ilustrações são de intelectuais e artistas renomados da época, que marcavam presença constante em diversos impressos e produziram diversas obras.

O magazine *America* tinha como diretor-proprietário Sylvio Figueiredo, custava 500RS (réis) para o estado do Rio de Janeiro, e 600RS (réis) para outros estados brasileiros. Atualmente encontram-se quatro edições da revista, ambas de 1923, no acervo da Biblioteca

² MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em Revista: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República**, São Paulo (1890-1922). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2008.

³ CASTRO, Ruy. **Metrópole à beira-mar: o Rio Moderno dos anos 20**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

Brasileana Guita e José Midlin.⁴ A circulação da revista em outros estados se dava pela presença de representantes e agentes nestas localidades que se encarregavam de fazer encomendas e cobrar assinaturas. As variadas ilustrações que compõem a revista eram feitas em sua maioria por três artistas, Sylvio, Jefferson e Calixto, nomes que aparecem em outras revistas da época e que nos permitem pensar o magazine *America* além de um projeto editorial comum, mas também como um impresso que contava com nomes renomados do setor e conseqüentemente com consideráveis investimentos para sua produção e circulação.

Em um primeiro momento, é importante conhecer o papel que os impressos ocuparam ao longo da história brasileira para assim melhor compreender a sua atuação na sociedade brasileira e suas mudanças correntes com o passar do tempo. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca, pesquisadoras consideradas pioneiras na história da imprensa brasileira, afirmam que, “A imprensa é, a um só tempo, objeto e sujeito da história brasileira.”⁵ Se tornam diferentes possibilidades de pesquisa, pois fazem parte de um gênero “[...] privilegiado notadamente pelo historiador que, ao simples folhear dessas publicações de época, sente-se envolvido pelo tempo pretérito que busca reconstruir.”⁶ Desde jornais diários carregados de extensos textos que tinham como principais consumidores homens letrados da sociedade, até páginas cheias de ilustrações feitas pelas tecnologias gráficas que possibilitava a diversas populações o acesso ao hábito da leitura, tomando ele como forma de entretenimento, se tornam grandes possibilidades de estudo e também de complemento em diferentes pesquisas.

As pesquisas sobre os impressos são, em sua maioria, trabalhos que têm se voltado a análises de frações, mas que acabam inconclusas devido à inviabilidade da empreitada.⁷ No entanto, é preciso atenção no uso desta fonte, pois é constante a existência de imagens relativas, desconfiguradas e com o objetivo de difundir uma realidade diferente a da época em questão, Martins (2008) chama esta característica de cilada documental, todavia,

A pertinência desse gênero de impresso como testemunho do período é válida, se levarmos em consideração as condições de sua produção, de sua negociação, de seu

⁴ Link para acessar o magazine *America*: <https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm-ext/2073>

⁵ MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018, p. 08.

⁶ MARTINS, 2008, p. 21.

⁷ As pesquisas se fazem a partir de recortes específicos, de coletâneas de textos e servem também de diversas formas de auxílios, e permitem a reconstituição da história. Esses textos, mesmo que de produção salteada, revelam acervos, recuperam conjunturas e ainda sistematizam informações por meio de, por exemplo, organizações de séries, mas que ainda estão dispersos e de pouco acesso àqueles não especializados. (LUCA; MARTINS, 2018)

mecenato propiciador, das revoluções técnicas a que se assistia e, sobretudo, da natureza dos capitais nele envolvidos.⁸

Sendo assim, ao utilizar a revista *America* como objeto de pesquisa, realizando um estudo sobre a imprensa da década de 1920, é preciso atentar-se também para seu caráter mercantil que abasteceria as expectativas do público alvo, questão essa que abre possibilidades da revista conter algumas invenções da realidade. Então considerando a importância do estudo da imprensa para reconstituir o processo histórico da comunicação, se apresenta uma revista que até então tem permanecido despercebida sobre os milhares números de periódicos e jornais brasileiros e que agora pode ser objeto de novas perguntas para o passado.

Finalmente alcançamos o objetivo desta monografia: entender a modernidade, representada na mudança de hábitos, sociabilidade e imaginários, a partir do magazine *America*, assim estabelecendo relações com o período histórico, com enfoque nas questões que permeiam a produção do impresso, como as questões gráficas e editoriais, no seu alcance de circulação, e no seu consumo, momento que os leitores dão sentido aos textos e imagens e principalmente as influências dos processos de modernização que marcam o período.

Torna-se importante salientar que as questões metodológicas são calcadas pela História Cultural, em específico dos trabalhos do historiador francês Roger Chartier, que se concentra no estudo da materialidade dos impressos, a partir de conceitos como produção, autorias, circulação e apropriação. Esse viés trilhará o caminho de análise sobre o magazine *America*, que será esmiuçado a partir de questões sobre a sua produção, desde seus conteúdos, textos e imagens até as suas técnicas de impressão e de editoração, e ainda explorando a sua circulação no Rio de Janeiro e seu alcance em outros estados. A partir dessas questões, a apropriação, ou seja, a leitura e os leitores podem ser objetos de especulação, considerando o período histórico que se situa a revista, a descoberta de seus leitores e modos de leitura permanece duvidosa, mas permite breves pinceladas.

O estudo do magazine *America* se dará inicialmente a partir de um mapeamento de seus conteúdos - que giram em torno das artes, esportes, moda, cinema e literatura - que serão divididos por categorias pré-estabelecidas e que configurarão significados ao longo desta pesquisa, podendo servir de uso para estabelecer relações com sentidos de modernidade da época. Através da *America*, será construída uma análise diante dos seus

⁸ MARTINS, 2008, p. 21.

aspectos modernos que se relacionam com os ideais de vida moderna. Dessa maneira, se fará um estudo do período com base em uma produção da época, que nos serve tanto quanto uma afirmativa em relação a características da modernidade, quanto um meio de problematização diante dos problemas resultantes destas mesmas características.

Considerando quem faz e como faz a leitura de determinado texto, para assim entender seu significado tanto no momento de sua produção, quanto de seu consumo, a partir da perspectiva de Chartier sobre a construção de uma História Cultural do impresso, abordaremos, num primeiro capítulo, a relação dos impressos com a formação da vida moderna, esmiuçando as características do período que acompanham a indústria impressa. Para poder compreender o magazine *America*, além de seus conteúdos produzidos na década de 1920, que conseqüentemente refletiam a vida cotidiana, para uma perspectiva que relacione a sua produção e a sua recepção. Pelo fato de não terem pesquisas específicas sobre a *America*, serão feitas relações com outras revistas do seu tempo e que já carregam pesquisas, para traçar semelhanças e diferenças que possam auxiliar no estudo da *America*

O primeiro capítulo que se intitula “Os traços dos impressos na formação da sociedade moderna do Rio de Janeiro” se concentra em apresentar o contexto que marca a virada do século XIX para o XX, primeiramente apresentando a situação social, política e econômica do Rio de Janeiro na época, para assim poder compreender em que meio nasce o magazine *America*. No segundo momento serão discutidos os avanços da indústria gráfica, que acarretam uma mudança no objetivo dos impressos perante a sociedade, além das mudanças editoriais.

Já o segundo capítulo, intitulado “Magazine *America*: entre o moderno e o antigo” tratará da revista *America* em si, em que serão analisados mais a fundo sua produção, seus conteúdos e autorias. Para assim, poder construir um paralelo com outros periódicos de variedade da época, entender o lugar da *America* na sociedade e como ocorria a difusão dos ideais da vida moderna.

Portanto, a presente pesquisa que apresenta um estudo inédito sobre a revista *America* pretende contribuir para a construção da história da imprensa brasileira, entendendo a sua relevância para a sociedade, especialmente na década de 1920, momento caracterizado por diversas mudanças culturais, destacando a imprensa como produto e produtora destas mudanças.

2 OS TRAÇOS DOS IMPRESSOS NA FORMAÇÃO DA SOCIEDADE MODERNA DO RIO DE JANEIRO

2.1 Os impressos e seu enredo no Rio da década de 1920

As primeiras décadas do século XX iniciam marcadas pela Primeira Guerra Mundial e pela pandemia do vírus influenza, e no início da década de 1920 encontram um novo horizonte, sem metralhadoras, gases venenosos, febre, intensas dores musculares, e principalmente sem a constante ameaça à vida. Esse momento de “terra à vista” foi carregado de ares que inspiraram a busca de novos valores e formas de expressividade que marcaram todo o universo europeu, e no Brasil essas condições se impuseram de medida tão rápida que tornaram a sua assimilação distante.⁹ Enquanto a sociedade estava na plena busca pelo moderno, ela encontra nos impressos uma espécie de manual de instruções para se viver na modernidade, nesse novo horizonte, conforme Marcelo Teó:

Os últimos anos do século XIX e os primeiros do seguinte foram como um furacão a passar sobre as grandes cidades, mudando a ordem das coisas, redefinindo valores, criando a necessidade de tudo discutir. [...] A imprensa assumia novos papéis carregando os temas e perspectivas desejáveis da vida moderna.¹⁰

O trabalho dos intelectuais da época fervilhava no cinema, no teatro, na literatura e o meio que mais se divulgava essas novas experiências era por meio dos impressos, jornais diários com folhas enormes circulavam pelas mãos da população, eram lindos à mesa do café da manhã, nos bondes a caminho do trabalho e em cafés que recém iniciaram seu expediente do dia. As novidades traziam o anseio de um novo estilo de vida pós-guerra, mais alegre, mais animado e, sobretudo, moderno.

E nesse contexto nasce o magazine *America*, em um Rio de Janeiro que desabrocha no século XX como uma das cidades mais populosas do mundo, com 1.157.873 habitantes¹¹ e, conforme Sevcenko, com mudanças econômicas que o transformam no maior centro cosmopolita do país, que estabelecendo contato próximo com a produção e comércio europeu e americano, difundia para toda a nação já tomada pela febre de consumo voltada para as novidades da última moda,

⁹ SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu extático na metrópole**: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

¹⁰ TEÓ, Marcelo. Entre a crônica e o retrato: o corpo, o visual e o sonoro na construção do moderno. In: FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes; PETERLE, Patricia (org.). **Arte e Pensamento**: Operações historiográficas. São Paulo: Editora Rafael Copetti, 2016, p. 255-256.

¹¹ Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6> Acesso em: 16 Nov. 2020.

A nova filosofia financeira nascida com a República reclamava a remodelação dos hábitos sociais e dos cuidados pessoais. Era preciso ajustar a ampliação local dos recursos pecuniários com a expansão geral do comércio europeu, sintonizando o tradicional descompasso entre essas sociedades em conformidade com a rapidez dos mais modernos transatlânticos.¹²

Uma sociedade que beirava a contrastes, palco do Império e da Capital Federal da República, e cidade onde desde 1835, era marcada por suas festas de Carnaval, que passou de casa-grande e senzala, de chácaras e cortiços, para a capital dos arranha-céus e das favelas,¹³ vinha passando por diversas transformações, e a do momento era a transformação do espaço público, dos estilos de vida e das mentalidades, adotando padrões originais,

Quatro princípios fundamentais regeram o transcurso dessa metamorfose, (...): a condenação dos hábitos e costumes ligados pela memória à sociedade tradicional; a negação de todo e qualquer elemento de cultura popular que pudesse macular a imagem civilizada da sociedade dominante; uma política rigorosa de expulsão dos grupos populares da área central da cidade, que será praticamente isolada para o desfrute exclusivo das camadas aburguesadas; e um cosmopolitismo agressivo, profundamente identificado com a vida parisiense.¹⁴

Os quatro pontos que Sevcenko destaca, tinham por objetivo de regenerar a cidade do Rio de Janeiro, transformando-a no cartão de visitas brasileiro, um lugar civilizado, desenvolvido, com ruas seguras e limpas, mascarando toda a pobreza e adversidade que existia, jogando-as para as margens da cidade. Ainda segundo Sevcenko, a criação de uma vitrine urbana e moderna na imagem do Brasil no exterior, se deu a partir da “remodelação urbana do Rio de Janeiro, por volta de 1904, sob a direção do engenheiro Pereira Passos e as ordens do presidente de República, o paulista Rodrigues Alves”.¹⁵

A precaução em adequar-se aos padrões de modernidade vigentes e a inspiração europeia estiveram na base do intenso debate desencadeado através da imprensa em torno do projeto de reforma urbana do Rio de Janeiro no início do século XX – o famoso ‘bota-abaixo’ do prefeito Pereira Passos.¹⁶

Ainda conforme afirma Cohen (2018), neste período ocorrem também às práticas de erradicação da febre amarela, e juntas, essas intervenções tinham como impulso a

¹² SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como Missão**: tensões sociais e criação cultural na Primeira República. São Paulo: Brasiliense, 1999, p.28 grifo do autor.

¹³ CASTRO, 2019.

¹⁴ SEVCENKO, 1999, p. 30.

¹⁵ SEVCENKO. **Literatura como Missão**: tensões sociais e criação cultural na Primeira República, p. 25-51 *apud* SEVCENKO, 1992, p. 127.

¹⁶ COHEN, Ilka Stern. Diversificação e segmentação dos impressos. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018, p. 113.

transformação da capital federal em uma cidade civilizada e moderna. O auge desta reforma foi a construção da Avenida Central, de arquitetura larga e rodeada por edifícios e canteiros.

Esse período ficou marcado também pelas políticas de higienização, protagonizadas pelas elites e pelo Estado, visto a disposição do aval da ciência, em relação ao perigo de contágio que moradias insalubres com concentrações populacionais ofereciam, a higienização dos locais era ainda mais legitimada, e ainda contava com apoio de setores empresariais que buscariam lucrar com a construção de novas moradias e a ocupação de espaços desabitados das cidades, se apropriando da ciência higienista para justificar seu investimento.¹⁷ O contexto que precede o início do século XX nos ajuda a entender como a cidade do Rio de Janeiro já caminhava rumo à modernização desde a Corte e como ela foi nociva e causadora de inúmeros prejuízos para as classes mais pobres, principalmente a população negra que já vinha sofrendo com o abandono da administração antes e após a proibição da escravatura. Todo esse contexto tem a possibilidade de ser pesquisado através dos impressos da época, que desde então faziam do Rio de Janeiro um mundo literário, com grande número de jornais diários e revistas semanais e mensais circulando ao mesmo tempo.¹⁸

Apesar da relação que se estabelece entre a higienização e o caminho a modernidade, salienta-se de que o desenvolvimento urbano carioca foi como uma potência de propagação cultural inserida num período de rápidos progressos, essa intensa modernização, que aconteceu principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, se identificam basicamente como uma tentativa de recuperação do tempo perdido.¹⁹

Esse aspecto pode ser considerado contumaz num “país de tradição colonial e dependência econômica -, subordinado às novidades que lhe conferiam tão-só apanágios de moda, incorporados independentemente do necessário lastro, construído sobre a tradição”.²⁰ Diante disso, o estado do Rio de Janeiro assume o papel de centro cultural do país, ao mesmo tempo em que ocorria a formação um mercado cultural de teatros, cinemas e meios

¹⁷ Segundo Sidney Chalhoub as classes mais pobres começaram a ser vistas como perigosas para a manutenção da ordem pública e para o contágio de doenças, os médicos-intelectuais da época diagnosticaram que os hábitos dos moradores pobres seriam as causas da irradiação de epidemias, além de serem terrenos férteis para a propagação de vícios de todo o tipo. A Higiene como ideologia se calcava nos princípios de ordem e de civilização que precisavam ser alcançadas pela sociedade, os esforços contados eram principalmente da elite e da administração, juntamente com o trabalho da polícia. (CHALHOUB, 1996) A partir dessas questões levantadas seguem-se as proibições de cortiços, a expulsão de seus moradores para os morros que rodeavam o centro e as inúmeras tentativas de limpar a cidade e erradicar as doenças que mais causavam mortes na época, como a varíola e a febre amarela, que levam a Revolta da Vacina (1904).

¹⁸ CASTRO, 2019.

¹⁹ MARTINS, 2008.

²⁰ MARTINS, 2008, p. 186.

de comunicação, Daniela Queiroz Campos, que concentra suas pesquisas na coluna *Garotas*, da revista carioca *O Cruzeiro (1950-1964)*, destaca que o Rio era a cidade mais conhecida do país, tudo nele era tido como urbano e moderno,

O Rio de Janeiro era considerado uma espécie de vitrine cultural para o restante do país. No desenrolar do século XX, São Paulo já se destacava como o principal centro industrial do país. Contudo, o Rio, ainda projetava os mais famosos pintores e pintoras nacionais, os atores e as atrizes de maior renome; lá estavam as gravadoras de discos, as emissoras de rádio. Além de ali serem produzidos os espetáculos grandiosos, eram também editados os maiores jornais e as maiores revistas brasileiras.²¹

Além de ser considerada uma vitrine cultural, o Rio de Janeiro invocava também o significado de ser carioca, de frequentar espaços de sociabilidade urbana, assistir a peças de teatro e tomar banho de sol nas praias ao uso de leituras leves, como as revistas ilustradas. Assim como a revista *O Cruzeiro*, citado anteriormente, que circula a partir de 1950, a revista *America*, ainda em 1923 apresenta as significações do ser moderno e urbano no Rio de Janeiro.

Um Rio de Janeiro como único e para poucos é descrito no texto “A cidade-proteu”, que se encontra na primeira edição da *America*, (figura 1). O texto que tem como autoria Saul de Navarro, apresenta as mudanças da cidade, conforme o trecho:

O Rio já ostenta alguns edificios bellos, de estylo nobre, embora se adorne, aqui e alli, com ‘elephantes brancos’, numa faceirice própria de megeras.. Demais, substituiu ‘Provisorio’ pelo ‘Municipal’, si bem que este theatro definitivo tenha defeitos insanaveis e irremoviveis. Tem, além disso, hoteis modernos, cofortaveis, onde se paga muito para a aquisição de dyspesias, assim como possui cassinos, estabelecimentos balncarios, cabarés e casas de chá, que, noutro tempo, só se tomava ás vezes, em pequeno. [...] Actualmente, a sua insipidez desapareceu, com movimento dos turistas, o bulicio das ruas, o augmento do transinto, as delicias da vida nocturna, cheia das pernas, das vozes, dos risos do ‘Ba-ta-clan’ e do encanto, da graça, dos mencios das ‘tiples’ da Velasco. Si o Rio continuar nesse crescendo, ficará em breve um paraiso... para os ricos. [sic]²²

No trecho descrito, as características de cidade moderna são apresentadas através das construções que se desenvolviam e também pela movimentação de turistas e da vida noturna festiva. No entanto, aponta também o fato desta cultura ser alcançada somente pelas classes sociais mais ricas, transparecendo uma sutil crítica sobre as desigualdades sociais que permanecem diante do progresso urbano. Considerando que o texto é o primeiro, da

²¹CAMPOS, Daniela Queiroz. **Entre o eucronismo e o anacronismo:** percepções da imagem na coluna Garotas do Alceu. Orientador: Profa. Dra. Maria Bernardete Ramos Flores. 2014. 397 f. Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014, p. 66.

²² AMERICA, 1923.

primeira edição da revista, carrega certa importância pelo fato de discutir uma questão nacional do período.

Figura 1: texto “A Cidade-Proteu”, presente primeira edição da revista *America*.



Fonte: AMERICA, 1923.

As mudanças que transformaram o Rio de Janeiro em uma capital cultural, São Paulo como a capital industrial, e em menor escala o desenvolvimento econômico de outras cidades como Manaus e Belém eram os temas mais buscados pela imprensa nesse período. Conforme Maria de Lourdes Euletério, os periódicos notabilizavam as alterações que aconteciam na construção de uma nova urbanidade, que com o auxílio tecnológico faziam

com que a burguesia triunfasse cada vez mais, “A crença no progresso é destaque nas páginas dos jornais e revistas sob forma de crônicas, reportagens, entrevistas”.²³

E nessa corrente de mudanças e da busca por incorporar o moderno em todas as áreas da sociedade, em 1922 acontece a Semana da Arte Moderna em São Paulo. O evento contou com a participação de nomes consagrados do modernismo brasileiro, como Heitor Villa-Lobos, Mário de Andrade, Anita Malfatti, Di Cavalcanti, dentre outros, e buscou trazer uma identidade própria para arte no Brasil, a partir da experiência por caminhos diferentes.

Conforme Sevcenko, apesar das apresentações de poetas e as exposições de artistas plásticos, a grande atração da Semana foi o maestro Villa-Lobos,

Prodígio da arte moderna brasileira (...) conseguiu a mais efetiva expressão até então de temas e ritmos populares, formas modernas e acento nacional. Conseguiu um público policlassista. Empolgara a cena pública. Ele era a própria plataforma viva da nova arte.²⁴

No entanto, houve também hostilidade por parte do público, que ainda valorizando autores ou obras consideradas clássicas, disparou vaias e insultos a aqueles que deixavam os símbolos representativos do passado em busca do desejo pelo novo, pela mudança. Isso tudo suscitou outra reputação a Semana da Arte Moderna. Vale ressaltar ainda que 1922 era o ano do centenário da Independência, e após a celebração da Semana, houve outros eventos de mesmo caráter, no entanto com celebrações opostas, como por exemplo, a valorização da arquitetura colonial na Exposição do Centenário da Independência, que ocorreu no Rio de Janeiro.²⁵

As relações conturbadas que se estabeleciam entre a ampla valorização do moderno e das raízes do antigo, nos mostra que, “não se trata de escolher entre o moderno de 1922 e algum outro, mas de evidenciar que não existe uma única maneira de se apreender ou definir o moderno e o novo”.²⁶

2.2 A modernização das técnicas de impressão e a resignificação de fazer imprensa

Além dessa modernização que transforma a arquitetura dos centros urbanos, a economia e a sociedade, a indústria das técnicas de impressão também progride, era preciso

²³ ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018, p. 97.

²⁴ SEVCENKO, 1992, p. 273

²⁵ SEVCENKO, 1992.

²⁶ LUCA, 2010, p. 9. *apud* PIAZZA, 2011, p. 246.

entrar no ritmo frenético das ruas para dar conta da demanda cada vez maior da população por periódicos que a atualizasse sobre as notícias e novidades do dia. Vale ressaltar também que o modernismo artístico da primeira Semana da Arte Moderna, se relaciona profundamente com as mudanças gráficas nas revistas modernas. Como na figura 1 apresentada anteriormente, numa breve análise, se notam aspectos gráficos modernos, como o acabamento bem feito, o uso de diversas fontes que destacam o título do texto, além disso, o cabeçalho com as informações sobre o magazine que se mantém dessa forma nas próximas edições mostra a atenção que o periódico tinha sobre os padrões gráficos da revista.

Conforme Ilka Stern Cohen (2018), antes dos avanços técnicos os impressos eram muito parecidos, o formato mais comum era de quatro folhas com duas colunas, essa precariedade obrigava aqueles interessados em produzir edições diferenciadas, a buscar alternativas de imprimir fora do país. No início do século XX, a modernização possibilitou o aumento do número de páginas e o aperfeiçoamento das características gráficas dos impressos, como o uso de cores e de ilustrações, dessa forma o número de jornais diários se multiplicou, sendo vendidos por todo o país.

Os jornais diários alcançaram porte expressivo graças à introdução das rotativas, ao incremento das formas de publicidade e ao aumento da rede de distribuição decorrente do crescimento da malha ferroviária. O crescimento e a diversificação do mercado editorial assentaram-se no tripé da florescente economia urbano-industrial, em combinação com a modernização técnica e a ampliação do mercado leitor.²⁷

Era um avanço conjunto entre a economia e a sociedade, a tecnologia das novas máquinas impressoras aliada ao crescimento do interesse pelos impressos fez o desenvolvimento técnico acelerado, considerando as características que a imprensa tinha até então, dependente de outros países e desinteressante aos olhos do público.

Durante boa parte do século XIX, os textos dos impressos eram compostos manualmente, ‘com tipos de metal fundidos em matrizes [...] cujos [...] equipamentos de impressão eram os *prelos* ou *prensas*’, constituindo a imprensa denominada tipografia. Essa indústria, nascida com Gutenberg no século XV, encontrou vertiginosas transformações com a Revolução Industrial e esse processo gerou mudanças no papel social e econômico da comunicação tipográfica.²⁸

²⁷ COHEN, 2018, p. 104

²⁸ LEHMKUHL, Luciene; PEREIRA, Túlio Henrique. *Corpos impressos: técnicas e visualidades na imprensa ilustrada*. In: FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes; PETERLE, Patricia (org.). *Arte e Pensamento: Operações historiográficas*. São Paulo: Editora Rafael Copetti, 2016, p. 219, grifos dos autores.

A tipografia é um processo lento de impressão, o tipógrafo precisa reunir as letras uma por uma para formar o texto e então utilizar a prensa para imprimir no papel, além da tipografia existia a litografia, que utilizava de meios parecidos, porém com a agilidade de poder formar frases com os tipos de metal através de uma máquina que fundia o metal sobre as letras já organizadas, conforme afirma Dúnya Azevedo:

No processo de composição manual, os tipógrafos retiravam os tipos das caixas para compor as linhas, processo que se fazia à velocidade de 1.200 a 1.500 caracteres por hora. A composição mecânica em linotipo agilizou consideravelmente o processo, passando a ser compostos de 6 mil a 9 mil caracteres por hora.²⁹

A litografia acabou se tornando muito popular na imprensa brasileira do século XIX, pois é um processo que permite, além da sua agilidade em comparação com a tipografia, a produção de imagens mais atraentes do que as produzidas pela xilografia. Permitiu ainda a redução de custos, fazendo com que a imprensa migrasse pouco a pouco de uma fase artesanal para a industrial.³⁰

[...] o extraordinário avanço técnico registrado na Europa, a partir do último quartel do século XIX, foi amplamente utilizado pelos periódicos, enriquecendo ainda mais aquelas publicações, transformadas em objetos atraentes, acessíveis até mesmo ao público menos afeito à leitura, se não à população analfabeta, que recebia as mensagens através dos desenhos de forma visualmente inteligível.³¹

Essas tecnologias, como a da linotipo, as máquinas a vapor e ainda a ampliação do uso da eletricidade, traziam na sua essência a ideia de rapidez, segundo Marialva Barbosa “O tempo cotidiano parece estar voltado para um projeto de futuro que é construído no próprio presente. Rapidez é mais do que uma palavra de ordem: dá sentido a uma ideia de tempo que se espalha pela sociedade.”³²

Para viver a modernidade dos anos 1920, gozar dos espaços públicos e fazer parte de uma sociedade alegre e festiva, era preciso estar atento as novidades, e no caso dos periódicos, tanto quem precisa ler quanto quem os produz.

É o caso que ocorre com a antiga revista *O Brasil Artístico, Revista da Sociedade Propagadora das Artes*, que foi reeditada em 1911 trazendo em sua produção artistas como

²⁹ AZEVEDO, Dúnya. A evolução técnica e as transformações gráficas nos jornais brasileiros. Mediação. Belo Horizonte, v. 9, n. 9, p. 81-97 jul./dez. 2009, p. 87.

³⁰ AZEVEDO, 2009.

³¹ FERREIRA, 1977; KOSSOY, 1980; LIMA, 1985; MARTINS FILHO, 1981; MINDLIN, 1995, *apud* MARTINS, 2008, p. 40.

³² BARBOSA, 2007, p. 27.

o xilógrafo Calixto Cordeiro, que se faz presente em ilustrações no magazine *America*, confirmam a desvalorização de técnicas artesanais, nesse âmbito se destacam também revistas como *A Ilustração Brasileira*, *O Malho*, *Fon-fon*, entre outras, como ênfase nas ilustrações.³³

Além disso, o magazine era impresso na casa Hoepfner & Cia. Ltd., que na época trabalhava com processos de impressões litográficas e tipográficas. A casa Hoepfner aparece em vários anúncios em jornais e revistas da década de 1920 no Rio de Janeiro, como no *Jornal do Brasil (1920-1929)* e *Correio da Manhã (1920-1929)*, em 1922, e ainda em revistas, como *A Casa (1923-1952)*, em 1923 conforme segue a figura 2. Cita-se ainda que a mesma era responsável pela impressão de diversas outras revistas da época, como *A Maçã (1922-1929)* e *Vida Carioca (1921-1963)* que circulam da cidade carioca e se caracterizam pelo seu estilo ilustrado.

Já a responsável pela impressão das gravuras do magazine *America* era a Casa Vianna, que também era conhecida como *Casa Brun* (figura 3), de propriedade de Antonio Sepuvela, localizada na Rua Lédo, no Rio de Janeiro. A Casa Vianna é uma das principais oficinas gráficas de impressão de gravuras da época, seu nome aparece constantemente em periódicos do Rio de Janeiro, principalmente das décadas de 1920 e 1930. Segundo anúncio encontrado no volume 1, edição 6 da revista *Sino Azul (1928-1989)*, de Junho de 1928, a Casa Vianna, teria sido fundada em 1895, oferecendo serviços de fotogravuras, zincografias, desenhos artísticos, dentre outros. Também era responsável pela impressão de diversas revistas reconhecidas no meio periódico da época, cita-se entre elas a revista *Vida Domestica (RJ – 1920-1962)*, em 1924 e 1925 e a *Revista Shimmy (RJ 1925 – 1933)* em 1926 a 1929.

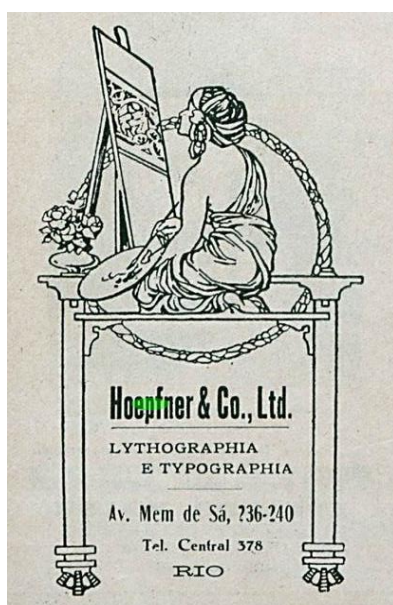
Essas informações nos servem de base para compreender qual o lugar que a *America* ocupa no campo dos impressos de seu período, tendo sua produção em meio às principais oficinas da época, levam a compreensão da sua produção na perspectiva de uma produção social e também de mercado.

Além das mudanças nos processos de impressão, o objetivo dos periódicos passa por mudanças, antes o que era produzido e vendido apenas com a intenção de informar, passa a ser uma arte. Não bastava que apresentassem notícias ou curiosidades corriqueiras em suas páginas, mas sim, que cada uma delas pudesse agradar e encantar seus consumidores como se fossem obras de arte. Desse modo, a presença de ilustrações se torna constante em

³³ MARTINS, 2008.

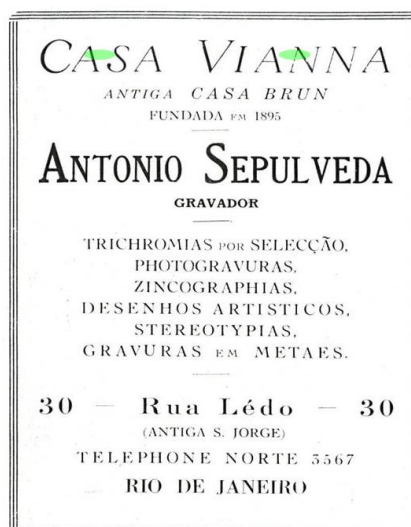
periódicos, e acabava por atrair maior público de leitores. E ainda seu alcance diante de assuntos diversos que apresentava, tornava a leitura um meio de se atualizar diante de diferentes contextos, pois, a revista se caracteriza por ser uma ferramenta na propagação de valores culturais, tendo em vista seu caráter impresso, condensado, ligeiro e de fácil consumo.³⁴

Figura 2: Anúncio da casa Hoepfner



Fonte: VIDA CARIOCA, 1923

Figura 3: Anúncio da Casa Vianna.



Fonte: Revista Sino Azul, 1928

³⁴ MARTINS, 2008, p. 27.

Figura 4: Anúncio da “Casa Vianna” na revista *America*



Fonte: AMERICA, 1923.

Legenda: “Todas as gravuras impressas n’esta revista são feitas na Casa Vianna (antiga Casa Brun) de Barreto & Seupulveda Rua Ledo, 30 Teleph. Norte – 3567 Rio de Janeiro”.

Esse contexto fez com que no alvorecer do século XX, os impressos carregassem papel primordial na difusão de ideais e perspectivas desejáveis da vida moderna,³⁵ periódicos de esporte, periódicos femininos, periódicos literários, periódicos agrícolas, periódicos infantis... A sociedade existia através dos periódicos, e dela eles se faziam.³⁶

A seguir (figura 5), apresenta-se uma página da quarta edição da revista *America* capaz de exemplificar o encanto que as páginas passaram a oferecer com os desenvolvimentos gráficos e a presença de ilustrações. Nota-se que a página estampa uma poesia do poeta brasileiro Martins Fontes, com uma ilustração feita por Sylvio.

Conforme afirma Ana Luiza Martins (2003) a virada do século XIX para o XX transforma o jornalismo em indústria, sendo assim, se usava do que era rentável no momento, numa tentativa de suprir a lacuna do mercado e atender aos interesses do público, ou seja, “[...] expressavam o comprometimento apriorístico com aquilo que o leitor queria

³⁵ TEÓ, 2016, p. 255-277.

³⁶ MARTINS, 2008.

ler e ‘ouvir’.”³⁷ Sendo assim, a revista torna-se moda e também dita moda, e ainda seu custo baixo, de aspecto leve e de poucas folhas diversificadas entre texto e imagens se diferencia dos demais impressos, como o livro, um objeto sacralizado e de difícil acesso e o jornal, que passa a fazer parte do cotidiano diário com caráter informacional.³⁸

No caso do Brasil, no início do século XX, é preciso considerar o limitado público alfabetizado, logo as revistas de variedades eram utilizadas para atingir um maior número de leitores. As ilustrações que marcam o desenvolvimento de recursos gráficos, e a necessidade de transmitir a mensagem com rapidez, segundo Ana Luiza Martins³⁹ são características do periodismo brasileiro.

Amplamente ilustrada, essas revistas traziam novos padrões de apreciação visual, misturando a linguagem do *art nouveau* às novas dinâmicas da fotografia e do cinema. Este último aparecia tanto como tecnologia, sintoma do progresso, quanto como modelo para a vida cotidiana, criando novas necessidades de consumo e formas de lazer. Aos anúncios associava-se a imagem, criando ou reforçando padrões de consumo e comportamento.⁴⁰

E ainda conforme Marcelo Teó, tudo era conectado ao consumo, a mobília, o vestuário, os modos, eram incentivados a ser consumidos através das crônicas e dos anúncios ilustrados, que tinham o objetivo de oferecer uma versão de vida aproximada ao sonho do cinema. Na revista *America*, é constante a presença de ilustrações entre os textos e também nas propagandas, com a intenção de chamar a atenção do leitor para o produto que se oferecia, acabava por acrescentar na revista mais encantamento sobre seus aspectos gráficos fazendo com que o produto ou serviço oferecido parecesse mais interessante.

Além de aspectos que remontam a tecnologia gráfica, as ilustrações que encantavam o público consumidor dessas revistas, influenciados ao consumo de determinados objetos e bens, também serviam de subterfúgio para a maioria dos brasileiros analfabetos, o saber ler sofre ressignificações. Vale mencionar que no período do Império, a leitura e a escrita não eram sinônimos de poder a uma população marcadamente agrária, já no Brasil republicano, o ler se torna um atributo expressivo para o cidadão da nova ordem, torna-se um atributo de destaque.⁴¹

³⁷ MARTINS, Ana Luiza. **Da fantasia à História: folheando páginas revisteiras**. Em *História: São Paulo*, n. 22, 2003, p. 03.

³⁸ MARTINS, 2008, p. 40.

³⁹ MARTINS, 2003.

⁴⁰ TEÓ, 2016, p. 257.

⁴¹ MARTINS, 2008.

Figura 5: Página ilustrada da quarta edição do magazine *America*.



Diante disso, a busca pelo progresso marca iniciativas de alfabetização na população, com a disseminação de escolas públicas pelo Estado, principalmente na capital São Paulo, onde o ensino primário se torna prioridade. Além de marcar um passo significativo para o desenvolvimento brasileiro, as práticas de alfabetização consolidaram o consumo da indústria periódica, mesmo para um público semianalfabeto ou analfabeto e com menos poder compra, as revistas significavam bens de consumo desejados, pois transmitiam o sentimento de se ocupar um lugar na sociedade.

Essa questão abre espaço para discussões sobre o preço do magazine *America*, que custava em torno de 500RS, se comparando a outras revistas do período, como a *Careta* (1909-1964) que em 1925 e *O Malho* (1902-1953) custavam 500RS, e ainda *Fon-Fon* (1907-1945), que em 1923 custava 1\$000, conclui-se que o preço pode ser baixo, mas lembrando do contexto histórico e econômico do período, não eram todos que podiam comprar os periódicos mesmo eles sendo de baixo custo. Ou seja, públicos não letrados podem ter sido alcançados pela imprensa, principalmente através das ilustrações, mas a forma que esse público adquire os periódicos é diversificada.

Essas iniciativas produzidas na busca pela necessidade de viver o momento desencadearam mudanças, a natureza dessas mudanças é relacionada por Chartier em um trecho de sua Lição Inaugural do Collège de France/Fayard, em 2007:

As mutações de nosso presente transformam, ao mesmo tempo, os suportes da escrita, a técnica de sua reprodução e disseminação, assim como os modos de ler. Tal simultaneidade é inédita na história da humanidade. A invenção da imprensa não modificou as estruturas fundamentais do livro, composto, depois como antes de Gutenberg, por cadernos, folhetos e páginas, reunidos em um mesmo objeto⁴².

Chartier continua afirmando que o códice, a nova forma do livro, passou a ser usada em detrimento do rolo, mas que não causou uma transformação nas técnicas de reprodução dos textos. E que as várias revoluções da leitura ocorrem durante o aparecimento do códice, como os modos de leitura medievais, silenciosa e visual, ou o furor pela leitura que se instala durante o século das Luzes, “ou então, a partir do século XIX, o ingresso maciço na leitura de recém-chegados: os meios populares, as mulheres e, dentro ou fora da escola, as crianças.”⁴³

⁴² CHARTIER, Roger. Escutar os mortos com os olhos. *Estudos Avançados*. v. 24, n. 69, 2010, p. 08.

⁴³ CHARTIER, 2010, p. 09.

A partir do trecho citado reflete-se sobre os diferentes modos de leitura que as sociedades conheceram e que movimentam constantemente o processo de transformações da escrita e da leitura, como o desenvolvimento da indústria de impressos que ao longo das primeiras décadas do século XX alcança notável circulação pela sociedade, o que transforma a sua maneira de ler.

Ao perpassar brevemente sobre os aspectos dos impressos durante a história do Brasil, pode-se compreender o valioso papel dos mesmos na década de 1920 e ainda como é construída pela imprensa a rede de influências que permanece até os dias atuais, e que agora atinge a todos os cidadãos por diversos meios de comunicação, que atualmente são em sua maioria virtuais.

A breve análise sobre a revista *America* através de seus aspectos editoriais permite estabelecer visíveis relações com seu tempo e com outras pesquisas da área, e ainda conflagra-se como um periódico que exerceu influência sobre a sociedade e que circulava em diversas localidades. A arte, o cinema, o esporte e as propagandas formavam a vida cotidiana da década 1920 e também materializavam a nova ordem criada pela modernidade que deveria ser levada a todos os brasileiros para a construção de um meio urbano, civilizado e moderno, perpetuado por pessoas modernas que viviam vidas modernas.

3 MAGAZINE *AMERICA*: ENTRE O MODERNO E O ANTIGO

A palavra ‘moderno’ nos remete a muitos significados e sentidos, “nos termos da nova tecnologia publicitária, essa palavra se torna peça decisiva para captar e mobilizar as fantasias excitadas e projeções ansiosas da metrópole fervilhante.”⁴⁴ Era usada como a peça fundamental para chamar a atenção do público, tudo o que era moderno era preferível, se torna assim uma legenda classificatória para sublinhar tudo o que pode ser a última moda vigente. A revolução tecnológica, a passagem do século e o pós-guerra eram contextos que intensificavam seu sentido.⁴⁵

‘Moderno’ se torna a palavra-origem, o novo absoluto, a palavra-futuro, a palavra-ação, a palavra-potência, a palavra-libertação, (...) Ela introduz um novo sentido à história, alterando o vetor dinâmico do tempo que revela sua índole não a partir de algum ponto remoto no passado, mas de algum lugar no futuro. O passado é, aliás, revisitado e revisto para autorizar a originalidade absoluta do futuro.⁴⁶

No entanto, do ponto de vista daqueles que foram educados na rígida moral de outra época, esse termo acaba ganhando conotação negativa, como uma perda de controle, indisciplina e ofensas aos tradicionais costumes. Essa desarmonia ganha espaço nos periódicos através dos seus conteúdos, pois, eles caracterizavam qual era a temática principal dos impressos e qual era seu objetivo perante o público, também funcionavam como um reflexo da sociedade, pois,

[...] construíam um discurso sobre seu tempo, projetando concomitantemente um ideal de sociedade. Nesse sentido, eram produtos e produtores de um modelo de ‘modernidade’ e ‘civilização’. Foram também importantes veículos responsáveis por trazer as *novidades*, as quais passavam a ser a matéria-prima da imprensa.⁴⁷

No entanto, apesar das novidades, a maioria das revistas ainda carregava o tradicionalismo em suas páginas, máquinas modernas podiam ser compradas, o domínio da técnica também estava acessível, porém os conteúdos ainda estavam presos a um quadro mental ainda pautado no caráter do país escravocrata e de obediência cristã.⁴⁸

⁴⁴ SEVCENCO, 1992, p. 228.

⁴⁵ SEVCENKO, 1992.

⁴⁶ SEVCENKO, 1992, p. 228.

⁴⁷ REIBNITZ, Cecília de Sousa; LEMOS, Clarice Caldini, TEIXEIRA, Cristiane Garcia, PIAZZA, Maria de Fátima Fontes. O decadentismo em revista: revistas culturais, artes visuais e a modernidade brasileira. In: FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes; PETERLE, Praticia (org.). **Arte e Pensamento**: Operações historiográficas. São Paulo: Editora Rafael Copetti, 2016, p. 214, grifo das autoras.

⁴⁸ MARTINS, 2008.

Esse choque entre o visual moderno e o interior antigo ilustra a defasagem cultural e a contradição vivida pelo momento. Ali se colocavam grupos não de todo refratários à renovação em curso, mas que procuravam viver, obstinadamente, seu tempo cultural, temerosos pela perda de valores evocativos das origens sinalizadoras de sua nacionalidade.⁴⁹

Ainda sobre esse aspecto, segundo Walter Benjamin a virada do século XIX para o XX colocava em questão a própria sobrevivência do ser humano, atropelado por impulsos de mobilização dos sentidos que passavam a falar mais alto do que a cultura herdada.⁵⁰ Esta ruptura acaba por gerar um sentimento de desorientação e um clima de melancolia, uma busca incansável pelos jovens em estar à frente de seu tempo, sem ter que se preocupar com heranças deixadas pelo passado e divergência com aqueles de maior experiência, que se veem atropelados pela nova ordem e obrigados a deixar de lado tudo àquilo que antes lhes assegurava sentido.

A modernidade traz consigo uma “doença da tradição, na qual se enraíza o florescer alegórico: isto é ao mesmo tempo um excesso de imagens e de signos legados pelas gerações anteriores e o desaparecimento dos sentidos que os mantinha ligados num conjunto coerente.”⁵¹ Não obstante disso,

[...] podemos concluir que ou a peça é uma comédia tão maluca que não dá para rir, ou é um drama em que nos deram o papel mais ingrato. Porque o fato é que as mudanças tecnológicas, embora causem vários desequilíbrios nas sociedades mais desenvolvidas que as encabeçam, também canalizam para elas os maiores benefícios.⁵²

Apesar do aspecto melancólico do período, houve transformações essenciais ao desenvolvimento das sociedades, momento em que suas ruas começaram a ser lotadas por automóveis, com a agitação em clubes de dança e buscando ideais modernistas, situações que se entrecruzam de um lado jovens desportistas carregados por novos anseios em busca de diversão, e do outro, pessoas cuja vivência ignorava a sociabilidade humana, até serem envolvidos por tal. E diante disso, a imprensa cumpre, conforme Tania Regina de Luca:

[...] a função de combater o passado e dar publicidade aos novos ideais, esses periódicos também desempenharam (e ainda desempenham) papel estratégico no processo que consagra e transforma novidade em cânone, uma vez que colaboram

⁴⁹ MARTINS, 2008, p. 192

⁵⁰ BENJAMIN *apud* DIAS, 1992, p. 15.

⁵¹ GAGNEBIN, Jeanne Marie. **História e Narração em Walter Benjamin**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

⁵² SEVCENKO, 2001, p. 21.

para difundir procedimentos típicos de corrente literárias e para habituar os leitores aos mesmos.⁵³

Ao combater o passado, as revistas de variedades também transformavam em normativa o novo, o moderno, como mostra a figura 6, que apresenta a vida moderna como mulheres dirigindo um automóvel, ressaltando a novidade que esse pequeno ocorrido é para a sociedade, tanto em relação ao uso do automóvel, quanto à possibilidade de mulheres estarem o conduzindo.

Sendo assim, Reibnitz et al. afirmam que “As revistas se caracterizam por trazer ideias em movimento e por seu caráter inacabado, e assim se diferem do jornal, mais efêmero, e do livro, mais duradouro”.⁵⁴ Além de trazerem conteúdos diversos, como a revista *America*, abrangendo tanto homens quanto mulheres, cumpre a função de entretenimento que se estende a todos os membros de uma família, ao mesmo tempo em que representa em si uma prática adequada ao novo estilo de vida moderna. Ou seja, como afirma Clara Rocha, “Uma revista é uma publicação que, como o nome sugere, passa em revista diversos assuntos, o que [...] permite um tipo de leitura fragmentada, não contínua, e por vezes seletiva”.⁵⁵

Conforme afirma Sevcenko, “A participação da imprensa nesse empenho pela mobilização permanente, dada a sua condição estratégica como meio monopolizador da comunicação social até então, era de uma importância particularmente notável”.⁵⁶ Pois, vivia-se no momento uma busca pela sociabilidade urbana, onde o corpo passa a ser valorizado, neste momento a dança, o esporte e a moda ganham ressignificações e sentidos modernos, fumar cigarros, tomar cafés, ler revistas, dançar, praticar esportes, surgem como hábitos novos que valorizam o estar em sociedade, “liberando uma crisálida moderna, com gestos ágeis, [...], cigarro do canto da boca e o desejo irrefreável de se fundir numa força colossal, uma massa devastadora que em avalanche sepulte o velho mundo e redesenhe um novo mundo à sua imagem”.⁵⁷

A velocidade das mudanças que atropela os sentidos de assimilação de uma vida calcada em heranças com o momento em que o novo se apresenta como melhor e mais

⁵³ LUCA, Tania Regina de. A construção do ideal modernista: o lugar das revistas. In: FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes (org.). **História e Arte: movimentos artísticos e correntes intelectuais**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2011, p. 227.

⁵⁴ REIBNITZ; LEMOS; TEIXEIRA; PIAZZA, 2016, p. 214.

⁵⁵ ROCHA, Claudia, 1985, p. 33 *apud* REIBNITZ; LEMOS; TEIXEIRA; PIAZZA, 2016, p. 214.

⁵⁶ SEVCENKO, 1992, p. 54.

⁵⁷ SEVCENKO, 1992, p. 87

adequado, ao mesmo tempo em que transforma em antiquado tudo o que conferia sentido e legitimidade para o viver, faz com que fique:

[...] clara a convivência entre o desejo de modernidade e o conservadorismo, entre a proclamada pureza da alta cultura e a valorização da mestiçagem como elemento de renovação que, para além do âmbito racial, marcou a arte de vanguarda na Europa e nas Américas, sobretudo pela via do primitivismo.⁵⁸

Tendo em vista isso, passa a acontecer à valorização de diferentes formas de expressão, principalmente no que tange a musicalidade e dança, e a imprensa passa a articular em suas páginas essas recentes novidades do mundo moderno com o desejo de seus leitores em fazer parte deste mundo, encantando através das ilustrações, fotografias e novas modalidades de diversão, como o cinema, para criar novas necessidades de consumo. Neste momento todas as esferas da vida em sociedade sofrem mudanças, inclusive a própria noção de vida pública e privada se altera.

Figura 6: Matéria “A vida moderna” da quarta edição da revista *America*.



Fonte: AMERICA, 1923.

Legenda: “A vida moderna – Quão longe está o tempo dos pagens e des liteiras! Na vertigem progressista dos nossos dias duas frágeis e elegantes senhoritas, quando, desejam passear, entram sósinhas num auto e vencem distancias pasmosas. E o monstro de aço obedece docilmente às mãos femininas, como os dragões das lendas obedeciam às fadas...”

⁵⁸ TEÓ, 2016, p. 259.

Para tais papéis de influência que os periódicos passam a assumir, o trabalho dos editores aumenta sua importância e ganha destaque. Era preciso estar atento a disposição das manchetes e dos textos, a tipografia, a ortografia, que na época era ponto de discordâncias, ao uso adequado das ilustrações, e, sobretudo, a disposição estratégica de cada tema e conteúdo. Marialva Barbosa chama atenção para o papel do leitor na configuração de sentido aos impressos, toma como base os estudos de Tzvetan Todorov sobre a noção de função do leitor, que esta estaria inscrita no próprio texto.⁵⁹

A partir disso, Barbosa explica que o conteúdo dos impressos adquire seu sentido na recepção, ou seja, na sua leitura, e que:

O leitor recebe um segundo tipo de instrução contido no próprio texto: a edição. A disposição na página, a ilustração, os cortes produzidos na narrativa, a tipologia empregada, a diagramação, tudo indica um leitor e uma forma de leitura. A leitura se faz também pela apreensão de outro sentido: a visão.⁶⁰

Considerado a frágil alfabetização da maioria dos leitores, Barbosa afirma que com as imagens se produz um sentido de realidade que somente com o texto não seria possível, e que existe um protocolo de leitura que se impõe a partir do que chama de dispositivos textuais.

Toda escrita inscreve nos textos convenções sociais e literárias que permitem uma espécie de pré-compreensão, e as formas narrativas escolhidas provocam efeitos de leituras quase que obrigatórios. Esses protocolos induzem as maneiras de ler. Um texto entrecortado, com o uso de expressões correntes, reproduzindo fragmentos de um cotidiano familiar, faz supor um leitor que procura naquelas páginas a emoção, a sensação de veracidade, ainda que entremeada por um mundo de sonho.⁶¹

Em complemento a isso, segundo Roger Chartier, cada leitor, para cada leitura e circunstância, é singular, porém, essa singularidade é atravessada pelo que faz com que esse leitor seja semelhante aos outros da mesma comunidade, por exemplo:

No mundo do século XIX ou XX, a fragmentação resulta das divisões entre as classes, dos processos diferentes de aprendizagem, das escolaridades mais ou menos longas, do domínio mais ou menos seguro da cultura escrita. Poder-se-ia também evocar o contraste que se revelou, no século XVIII, entre leitores de um tipo antigo, que reliam mais do que liam, e leitores modernos, que agarravam com avidez as novidades, novos gêneros, novos objetos impressos – o periódico, o libelo, o panfleto.⁶²

⁵⁹ BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil 1900-200. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p. 55.

⁶⁰ BARBOSA, 2007, p. 56.

⁶¹ BARBOSA, 2007, p. 56.

⁶² CHARTIER, Roger. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. São Paulo: Editora UNESO, 1999, p. 92.

Ou seja, além das mudanças sociais provocadas pela modernidade, responsáveis em grande parte pela mudança de se fazer revistas e jornais, acontece também uma mudança no modo de leitura, que vem se transformando desde a leitura em voz alta, até a leitura individual e despojada de variedades. Uma não se faz sem a outra, e as duas dependem, neste caso, do editor.

Os maiores responsáveis por essas práticas de produção e de recepção eram os editores, pois eles juntavam todas as colunas dos textos às imagens, fazendo com que a página chamasse a atenção do leitor e fosse sensível ao seu olhar. E quem fazia isso em *America* era Sylvio Figueiredo.

3.1 *America* e Sylvio: possíveis faces

O magazine *America*, lançado em setembro de 1923, teve divulgação em diversos outros periódicos da época, como nos jornais *Gazeta de Notícias (1920-1929)*, *Jornal do Brasil (1920-1929)*, *O Jornal (1920-1929)* e *O Paiz (1920-1929)*, ambos do Rio de Janeiro, além de ser mencionado no jornal *O Dia (1923-1961)*, do estado do Paraná. Vale descrever alguns dos trechos em que *America* é citado.

No *Jornal do Brasil (1920-1929)*, o comentário se encontra na edição do dia 13 de Setembro de 1923, de número 219:

“AMERICA”- apareceu hontem um novo magazine mensal illustrado. “America” é o título. É amplamente illustrado e impresso em fino papel “couché”. “America”, tratando de arte, de moda, de cinema e de sport, conta com grande numero de colaboradores, entre elles muitos notáveis no jornalismo e nas letras. E o director do novo magazine o Sr. Sylvio Figueiredo, que não poupou esforços para apresentar ao publico uma verdadeira novidade do jornalismo illustrado. Ao “America” desejamos vida longa e prospera. [sic]⁶³

No setor de publicações do jornal *Gazeta de Notícias (1920-1929)*, na edição de número 236 de 20 de Outubro de 1923:

“America” – o 2º número do já vitorioso magazine de Sylvio de Figueiredo está simplesmente magnifico. Se a estreia desse optimo e modico mensariofoi um sucesso o numero que temos sobre a mesa confirma o exito inicial e firma-se no conceito do publico que o acolheu com sympathia e reconhecimento, por que tem

⁶³ JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 13 de set. de 1923. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_04&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=24058 Acesso em: 2 Nov. 2020.

uma leitura agradável... por 500 réis. Essa circunstancia, nos tempos de hoje, é de uma importancia tal que não se faz mistér encarecer... [sic]⁶⁴

Diante de tais comentários, o magazine *America* inicia sua trajetória sendo apresentado ao público com sucesso já garantido, as informações que os comentários oferecem permitem perceber-lo como um magazine inovador, barato e de qualidade. O papel *couché* que é citado no *Jornal do Brasil*, consiste em um tipo de papel revestido por uma mistura de materiais que conferem mais qualidades ao papel, como por exemplo, o peso, o brilho superficial e a sua suavidade, é amplamente utilizado pela indústria gráfica devido as suas inúmeras possibilidades de uso. Além disso, no comentário citado do jornal *Gazeta de Notícias*, percebe-se que o preço do número do magazine *America*, que custava 500 réis, é um preço acessível e considerado barato diante do sucesso inicial do magazine e da sua oferta de uma leitura agradável.

O editor-chefe da *America* era Sylvio Figueiredo, nome que aparece junto aos anúncios do lançamento do magazine, carregando até certo prestígio, também aparece constantemente nos demais periódicos da época, o que deflagra um obstáculo no processo de descoberta de quem era o Sylvio Figueiredo, editor de *America*.

Sylvio Figueiredo parece ter sido um intelectual escritor de notabilidade, principalmente nas primeiras décadas do século XX, publicava sonetos, poesias e contos em diversos periódicos, escrevendo sobre o amor, mas também era crítico expondo os problemas sociais da época. Segundo registros do *Almanak Laemmert: Administrativo, Mercantil e Industrial (1891 a 1940)*, do Rio de Janeiro, Sylvio também trabalhava na administração dos Correios.

Em trecho do jornal carioca *O Fluminense*, de setembro de 1927, Sylvio, descrito como uma pessoa muito relacionada no meio artístico casa-se com Nair Ferreira da Costa, filha do notável funcionário de Estado, Godofredo Ferreira da Costa.⁶⁵ E no jornal *O Malho*, já de dezembro de 1928, consta uma fotografia do casal no dia do enlace amoroso.⁶⁶

⁶⁴ GAZETA DE NOTICIAS, Rio de Janeiro, 20 de out. de 1923. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=103730_05&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=10127 Acesso em: 2 Nov. 2020.

⁶⁵ O FLUMINENSE. Rio de Janeiro, 8 de set. de 1927. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=100439_06&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=10090 Acesso em: 09 Set. 2020.

⁶⁶ O MALHO. Rio de Janeiro, 22 de set. de 1928. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=116300&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=67307> Acesso em: 09 Set. 2020.

Figura 7: Fotografia do casamento entre Sylvio e Nair.



Fonte: O MALHO, 1928.

Sylvio e Nair tiveram sua primeira filha, chamada Lucia, em dezembro de 1928, segundo informações do jornal *Diario Carioca*,⁶⁷ do dia 13 de dezembro. No entanto, já no dia 26 de dezembro de 1928, *A Noite*⁶⁸ anuncia o falecimento de Nair, que tinha em torno de 25 anos.

⁶⁷ DIARIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 13 de dez. de 1928. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093092_01&pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&past a=ano%201928&pagfis=1471 Acesso em: 9 Set.. 2020.

⁶⁸ A NOITE. Rio de Janeiro, 26 de dez. de 1928. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=348970_02&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagf is=24572 Acesso em: 9 Set.. 2020.

A partir disso, encontram-se homenagens que Sylvio presta a sua falecida esposa e a sua filha Lucia, uma delas é um texto presente na edição de 13 de agosto de 1932, da revista *Fon Fon*,⁶⁹ onde é notável o carinho e apreço de Sylvio por sua filha, que no auge dos três anos de idade vive suas primeiras descobertas e as expressa de um jeito singular, como toda e qualquer criança.

Essa provável vida intelectual do editor-chefe de *America*, pode relevar alguns dos objetivos do magazine. A presença de Sylvio nos periódicos através de poemas, sonetos e contos, já é notada na década de 1910, mas principalmente a partir de 1920 é que o intelectual aparece com maior prestígio nos periódicos, período em que se encontram algumas fotografias e também informações de sua vida pessoal, como a notícia de seu casamento descrita anteriormente.

Essa hipótese pode ser analisada a partir da relação dos intelectuais com os periódicos, onde não eram apenas meros participantes, com suas produções impressas nas páginas, mas sim como protagonistas de projetos editoriais únicos e com objetivos próprios. As revistas, muitas vezes, eram como uma segura pista de decolagem para aqueles que se aventurariam no meio intelectual,⁷⁰ através delas é que o trabalho dos jovens intelectuais poderia ser conhecido pela população e engajado. É recorrente encontrar textos de nomes hoje consagrados da literatura brasileira nas revistas periódicas, sejam as mais efêmeras até as que alcançaram vida longa e notabilidade.

Sendo assim, o magazine *America* lançado em 1923, período em que Sylvio estaria ganhando mais notabilidade, pode ter sido um projeto pessoal do intelectual, com o objetivo de firmar um periódico para divulgar as letras e também até como uma forma de lucro. Essas revistas encontraram, na maioria dos casos, muitas dificuldades financeiras, com vida breve o suficiente para conseguir espalhar novidades e revelar novos talentos, “criadas por grupos de jovens ávidos por abrir espaço na cena literária, é natural que tais revistas percam a razão de ser quando eles se emplumam e ganham segurança para voar sozinhos em seu livro de estreia (...)”.⁷¹

Alguns exemplos podem ser citados, como a revistas *Kósmos*, lançada em 1904, com textos de Bilac, João do Rio, Coelho Neto, Artur Azevedo e Euclides da Cunha. Já em 1909, Euclides da Cunha se juntaria com Joaquim Nabuco e Sílvio Romero na *Revista Americana*,

⁶⁹ FON-FON. Rio de Janeiro, 13 de ago. de 1932. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=80779> Acesso em: 9 Set.. 2020.

⁷⁰ CAMARGO, Suzana (Cord.). **A revista no Brasil**. Abril, 2000.

⁷¹ CAMARGO, 2000, p. 112.

que sobrevive até 1919. A partir da Semana da Arte Moderna surgem novas revistas, no amago dessa modernidade é criada a revista *Klaxon* com iniciativa de Mário de Andrade e Guilherme de Almeida, que contou com nove números.⁷²

Em *America*, o corpo de autores conta com nomes notáveis da época, contos e fragmentos de Azevedo Junior, textos de opinião de Carlos Maul e Saul de Navarro... Entre outros, mas por hora, permite complementar a compreensão que se traça sobre o projeto que Sylvio desenvolve em *America*, um periódico construído a partir dessas participações importantes, revela que além de bem construído, era um projeto que visava à divulgação da intelectualidade, de novos debates e perspectivas para as questões do período.

No que tange as contribuições de autoria de Sylvio Figueiredo, enumeram-se poucas e ainda duvidosas, os textos eram assinados com “S. F.”, e algumas ilustrações assinadas somente com “Sylvio”. Na primeira edição, Sylvio escreve um texto, de título “O ‘Salão’ de 1923 (ligeira notícia)”, sobre as diferenças das exposições de arte que ocorreram no ano anterior, possivelmente durante a Exposição do Centenário, ocorrida no Rio de Janeiro, que comemorava os 100 anos de independência brasileira, em relação às exposições de 1923, enfatizando que as atuais eram mais modestas. Faz ainda uma crítica:

Antes do mais, o ‘Salão’ deste anno denota uma operosidade e um esforço dignos de admiração num paiz em que a indiferença glacial ambiente ameaça matar em germen toda velleidade artistica e em que é preciso ter a obstinação dos fanaticos para vencer os incontáveis óbices que estorvam a carreira das artes – ainda entre nós consideradas um passa-tempo de meninas ricas ou uma mania de indivíduos que não dão para outros mistéres *mais sérios*. [sic]⁷³

Sylvio segue com sua crítica afirmando que a atual exposição conta com trabalhos excelentes, que mostram que os artistas brasileiros, com talento e esforço, fazem do Brasil um terreno artístico de destaque entre as nações americanas. Em seguida o texto descreve os autores expositores do evento, com descrição e elogios de Sylvio aos respectivos artistas.

Na segunda edição de *America*, a possível presença de Sylvio se dá num fragmento, provavelmente de um conto, chamado “Os Exames”. Em seguida, na terceira edição, outro fragmento, de título “Historias”, e na quarta edição um fragmento de “O Catecismo”. Além disso, a partir da terceira edição, é recorrente ilustrações assinadas por “Sylvio”, possivelmente do próprio Sylvio Figueiredo. As ilustrações variam entre pequenos adereços aos textos, que completam o espaço da página, até desenhos mais elaborados e coloridos que ilustraram poemas e trocadilhos de humor. Sylvio era também um ávido colaborador da

⁷²CAMARGO, 2000, p. 116.

⁷³ AMERICA, 1923, p. 27

revista *Careta*, do Rio de Janeiro, que circula de 1909 a 1964, seus textos estão presentes nas páginas da revista até o seu fim.

Todos esses aspectos podem revelar que *America* surge como um periódico comprometido com o público e como parte de um projeto intelectual de Sylvio que visava, principalmente, divulgar trabalhos de outros intelectuais da época e até como maneira dele próprio se firmar como um escritor de respeito no meio artístico.

Figura 8: Fotografia de Sylvio Figueiredo



Fonte: O MALHO, 1931.⁷⁴

Legenda: "Sylvio de Figueiredo que, com um prefácio de Carlos Maul e capa de Oswaldo Teixeira, publicará dentro em breve, 'Contos que a vida escreve'."

⁷⁴ O MALHO. Rio de Janeiro, 21 de nov. de 1931. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=116300&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=75628> Acesso em: 10 Set. 2020.

3.2 Nas páginas de *America*

Em sua história, a imprensa brasileira passou por vários momentos de censura, tanto política quanto religiosa, o controle sobre o que era publicado se dava desde o Brasil Império, mesmo que sendo revista algumas vezes, a regulamentação dos periódicos era constante. E no século XX não seria diferente, sendo assim:

Aprovou-se a Lei da Imprensa, de autoria do senador paulista Adolfo Gordo, cujo projeto apresentado na sessão de 19 de julho de 1922 ampliava o espectro do que era considerado crime de imprensa, que passou a incluir, entre outras manifestações, a ofensa ao presidente da República. (...) Foram tempos de expansão da grande imprensa, com impressos de vários matizes políticos, muitos de expressão reivindicatória, periodicidade variada, segmentação enriquecida e pluralidade temática, sobretudo nos cenários urbanos que se modernizavam.⁷⁵

No entanto não deixaram de existir periódicos críticos ao Estado, considerando ainda as conturbações sociais que marcaram as primeiras décadas do século XX. Todavia, é importante atentar-se a esse fato ao analisar os conteúdos de impressos da época. Ao folhear as revistas de variedades nos deparamos com algumas características em comum, como a presença de fotografias, de desenhos para o preenchimento da página, de determinados conteúdos comuns e também a presença das propagandas, dentre outros pontos. *America*, assim como as revistas ilustradas e de variedades do seu tempo, apresenta tais características que a partir de então serão mais bem detalhadas.

O primeiro ponto que destacamos, e que é considerado determinante para os demais aspectos que serão tratados, é o preço de venda desses periódicos, tendo em vista que a qualidade do papel, das técnicas de impressão e também a quantidade de conteúdos e de participações de pessoas renomadas, são questões que determinam o preço final do impresso.

A colocação da revista no mercado vinha como um dos maiores desafios do empreendimento. À complexa rede que envolvia sua produção – da convocação de colaboradores à obtenção do papel, escolha de tipografia, registro da publicação na Junta Comercial e estabelecimento da sede de um escritório – seguia-se a tarefa tão ou mais difícil de sua distribuição, a começar pelo angariar das assinaturas.⁷⁶

⁷⁵ EULETÉRIO, 2018, p. 84.

⁷⁶ MARTINS, 2008, p. 226. As assinaturas eram a principal e mais eficaz maneira de venda e de divulgação do periódico, permitiam, no primeiro momento, a própria fundação do periódico e sua existência garantida por certo período de tempo. No entanto, a difusão das revistas por meio das assinaturas ainda era precária, visto os atrasos e extravios de correios, que ainda eram dispersos. As práticas de obtenção de assinaturas se davam, por exemplo, pelo envio de um exemplar sem compromisso, apenas para sua divulgação, solicitando aos interessados o envio de endereço para a compra da assinatura. Com a conquista das primeiras assinaturas, os periódicos recorriam a uma série de práticas para cativar o leitor, desde brindes, concursos, jogos, charadas e

O valor das assinaturas oscilava conforme o contexto mundial, por exemplo, a partir de 1900 os custos baixaram, considerando o aumento do número de anunciantes, que passaram a perceber as revistas como mecanismos publicitários eficazes. No entanto, o pós-guerra fez com que os preços aumentassem, devido à escassez do papel.

A *America*, em 1923, circulou no estado do Rio de Janeiro por 500RS (réis), e para outros estados brasileiros 600RS (réis), o valor da sua assinatura semestral e/ou anual não é conhecido, mas ao comparar com outras revistas cariocas do mesmo período e com características comuns, como a *Careta* (1909-1964) que em 1925 custava 500RS e *O Malho* (1902-1953) que mantinha os mesmos preços, 500RS para o Rio de 600RS para outros estados, ambas as revistas tiveram vida longa e eram muito semelhantes a *America*, mantinham a mesma faixa de preços. São apenas exemplos para ilustrar a análise que se traça sobre o magazine *America*, um periódico ilustre, de variedades e de preço comum.

Além do preço de venda, a propaganda e a publicidade também fazem parte dos principais aspectos em comum dessas revistas, em *America*, os anúncios aparecem em grande número. Visto que os periódicos impressos se transformaram em grandes meios de divulgação, tanto de notícias, como de modos de viver, a publicidade encontra espaço para semear seu desenvolvimento nas páginas que eram folheadas por considerável número de pessoas. Conforme Martins (2008) a revista e a publicidade se lançavam para os mesmos propósitos, se produzir para se vender, “A revista, pois, *era* a publicidade; ou por outra, no periodismo da época, a revista transformou-se na embalagem ideal para o produto publicidade”.⁷⁷

O periodismo transformou-se em desaguadouro dessa propaganda e/ou publicidade, enquanto passava igualmente a depender das encomendas publicitárias de comerciantes, leiloeiros, teatros, cinematógrafos, empresas cinematográficas, casas de patinação, firmas de importação, casas comissárias, enfim, de tudo que a cidade experimentava de “novo” e precisava ser colocado no mercado.⁷⁸

Para tanto, revista e publicidade não poderiam ser separadas, bem como o avanço das técnicas gráficas que faziam com que a revista se transformasse um objeto cobiçado, fazia o mesmo com as propagandas.

A presença da propaganda em jornais e revistas abria novas perspectivas para ambos os lados: para a imprensa, como suporte econômico; para a indústria como veículo

preços especiais para anunciantes, dentre outros, com o objetivo de garantir a posterior dependência do periódico. (MARTINS, 2008)

⁷⁷ MARTINS, 2008, p. 244 grifo da autora.

⁷⁸ MARTINS, 2008, p. 264.

de ampliação do número de consumidores. Efeito de mão dupla que ampliou o papel transformador da imprensa numa sociedade que se constituía em novo patamar, com o advento da República e do novo século.⁷⁹

Sendo assim, ainda conforme Cohen (2018), a imprensa periódica ganha destaque privilegiado na lógica do capitalismo, pois oferecia um produto atrativo e que veiculava ao mercado leitor, outras diversas possibilidades de consumo no mundo moderno. No entanto, as iniciativas de periódicos mais modestos dependiam do apoio de amigos e de publicidades de longo prazo, esse contexto acabava por exigir certa estrutura comercial, que poucas publicações conseguiam. O lançamento de uma revista era, sobretudo, um investimento, que nem sempre dava retorno, isso explica a quantidade de periódicos que surgiram na década de 1920, mas que não alcançaram longevidade.

Para poder analisar *America* através de seu material, realizou-se um mapeamento nas quatro edições disponíveis do magazine que se concentrou na distribuição dos seus conteúdos em categorias que foram pré-estabelecidas, com o objetivo de melhor visualizar o material e poder problematizá-lo. Levando em consideração o número extenso de páginas, o mapeamento serviu para enumerar a quantidade de assuntos por tema e perceber sua influência.

A partir de então se constatou a presença das propagandas, a sua importância é vista pela sua quantidade presente nas páginas, desde anúncios que ocupam uma folha inteira até aqueles que se misturam com os outros conteúdos. Seus gêneros são dos mais diversos, desde construtoras, como a Companhia Construtora de Santos, Germania tinta de tecidos, até o chá da marca Lipton, e ainda a divulgação de muitos adereços de moda, a maioria com citações as últimas tendências de Paris.

Outras categorias utilizadas no mapeamento foram a arte, que abrangia desde ilustrações que compunham a página até o tratamento sobre diversificadas obras; moda, preenchida quase que totalmente pela moda feminina, em sua maioria com referências a moda parisiense; esporte, desde notícias sobre campeonatos até destaques de atletas famosos; celebridades, matérias que tratavam de personalidades do cinema, teatro e música; aspectos como humor, contos, curiosidades, dentre outros, também foram analisados.

Nessa mesma linha, outro ponto a ser destacado é a presença de fotografias, tanto no magazine *America* como em outras revistas ilustradas e de variedades da época, a presença de fotografias é notória. O uso dessas imagens também se fez muito em jornais diários, pois

⁷⁹ COHEN, 2018, p. 106-107.

dava credibilidade à notícia em questão, acidentes, celebridades, eventos, tudo era mais interessante quando acompanhado por uma fotografia.

Contudo, foi a fotografia, decisiva como recurso de ilustração, a que mais concorreu com os artistas do pincel e invadiu progressivamente aquele periodismo, fosse para definir as capas com personagens, paisagens, vistas urbanas, ou a serviço da reportagem fotográfica, recurso ideal para documentar a transformação da cidade ou as cerimônias de impacto no âmbito político e social.⁸⁰

No magazine *America*, a fotografia é utilizada em propagandas, principalmente de construções realizadas pelas construtoras que o magazine divulga. Porém, o maior destaque se dava na divulgação de atrizes e atores de teatro e cinema, dando considerável relevância a arte, com fotografias de esculturas, pinturas, cenas de teatros, enfim, fazendo com que o leitor pudesse se sentir mais próximo do que estava lendo.

Ambas as figuras ilustram o uso da fotografia, a figura 9, presente na segunda edição do magazine *America*, se trata de uma fotografia da artista Ivette Charante, a qual está posando para o momento, e revela o uso desse mecanismo como objeto protagonista do conteúdo da matéria, nesse caso, exaltando a própria artista. Já na figura 10, referente já a quarta edição do magazine, é a fotografia de uma praia, tirada de um avião, que além de mostrar o avanço da época, sendo possível fotografias aéreas, também proporciona ao leitor a visão de uma perspectiva diferente e única da praia de José Menino, levando ao leitor a sensação de estar sobrevoando a praia juntamente com o fotógrafo.

Além desses dois exemplos do uso de fotografias existem vários outros presentes na *America*, que em conjunto com o restante da página, configuram maior visibilidade ao texto em forma escrita, proporcionando ao leitor o entendimento do que se trata a seção apenas ao passar os olhos por ela. A fotografia se transforma em um importante objeto de uso, tanto das revistas, quanto do jornal noticioso, e acaba criando um novo suplemento para tais, o fotojornalismo.

Outro aspecto de grande relevância no magazine *America*, e em outros de sua época, é a presença da arte, em todos os seus sentidos, poucas são as páginas recheadas somente com texto, a maioria traz consigo alguma ilustração ou apresenta algum aspecto gráfico que compõe o design da página, como pequenos desenhos ou elementos geométricos. Esses aspectos são definitivos na impressão visual que o magazine carrega, além de apresentar a riqueza de detalhes e de cuidado com cada um desses elementos, as páginas decoradas encantam a leitura e a tornam mais interessante e agradável.

⁸⁰ CAMARGO; MENDES, 1992, p. 16-41 *apud* MARTINS, 2008, p. 253.

Figura 9: Fotografia de Ivette Charante, presenta na segunda edição do magazine *America*

— AMERICA —

PHOTOGRAPHIA ARTISTICA



ção. Tens qualquer prova de que és amada em meu lugar?

— Mas ...

— Si assim fosse, já m'ò terias lançado ao rosto... Agrada-te desviar em teu proveito as homenagens que me são dirigidas. A vontade! Porque razão iria eu dar-me ao trabalho de disputar-te um coração que me pertence? Até logo...

E Mme. Lamirre afastou-se altiva, deixando Mme. Semplut estarecida e suffocada...

Numa cidade pequena como Sembledont tudo é mysterio e não ha mysterio que se não torne a fabula de toda a população. E' provavel que Semplut se tivesse lançado a outras indiscrições e que Mme. Lamirre, que nada mais tinha a perder, tivesse espalhado algumas intrigas sobre os fallaciosos colloquios de Mme. Semplut com o seu «alto-fallante». O certo é que o caso dessas duas senhoras não tardou em ser conhecido de todos os homens, que falavam delle em vóz baixa.

Ora, dentro em pouco alguns delles notaram em sua mulher uma inquietação insolita: expandiam-se de modo aspero, cheias de fel, a respeito das suas melhores amigas. Dir-se-ia que todas as habitantes de Sembledont tinham ciumes umas das outras.

Alguns maridos, subitamente com a pulga atraz da orelha, puzeram-se a vigiar as suas companheiras. E descobriram immediatamente que todas essas senhoras, á hora em que elles iam para o trabalho, entregavam-se á audição culposa das palavras de amor que já haviam enloucido Mme. Lamirre e Mme. Semplut. Esposas veneraveis e deploraveis solteironas bebiam-n'as mesmo com volupia.

Lamirre teve um certo allivio ao perceber que elle não era o unico ridiculo. Quanto a Semplut, sentiu-se grotesco de confiar com tanta preecaução á sua mulher um segredo que ella propria lhe occultára. Entrementes, os maridos de Sembledont, que ainda não tinham decidido fazer saber ás suas mulheres que

Uma deliciosa "pose" de Ivette Charante, ex-favorita dos cabarets de Paris e actualmente uma das melhores artistas do cinema no Velho Continente.

Fonte: AMERICA, 1923.

Legenda: Uma deliciosa 'pose' de Ivette Charante, ex-favorita dos cabarets de Paris e actualmente uma das melhores artistas do cinema do Velho Continente."

Figura 10: Fotografia feita de um avião da praia José Menino, em Santos.



Fonte: AMERICA, 1923.

Legenda: “Aspectos do paiz: Uma vista da praia José Menino, em Santos, tomada de um avião”.

A lista de artistas cariocas que produziam ilustrações para os periódicos da época é volumosa, dentre eles estão Raul Pederneiras, J. Carlos, K. Lixto, Luiz Peixoto, Frtiz, Seth, dentre outros. Além de ilustradores, eram também chargistas políticos, caricaturistas, editores de arte, capistas de livros...⁸¹ Em *America*, as ilustrações são de Calixto, citado anteriormente, Jefferson, Sylvio, e ainda uma participação de F. Acquarone para a capa da quarta edição do magazine.

A capa das edições merece atenção especial, pois, destinadas a seduzir os leitores à primeira vista, eram um grande desafio aos editores, que buscavam criar um rosto para a revista que fosse único e que permitisse ao leitor reconhecê-la ligeiramente a partir de seu logo.⁸²

⁸¹ CASTRO, 2019, p. 162-163.

⁸² CAMARGO, 2000.

Figura 11: Capas das quatro edições do magazine *America*.



Fonte: *America*, 1923

Figura 12: Logomarca do magazine *America*



Fonte: AMERICA, 1923

Figura 13: Cabeçalho do magazine *America*



Fonte: AMERICA, 1923

A logomarca do magazine *America*, como ilustra a figura 12, está presente nas capas das quatro edições do magazine, seguidas de uma ilustração, diferente a cada edição (figura 11), logo percebe-se a riqueza de cores e traços das ilustrações, que remetem ao contexto da década de 1920, a presença feminina é marcante, revelando um tom festivo e moderno. O cabeçalho, conforme figura 13, presente também nas quatro edições do magazine, contém as informações gerais do magazine, como seus assuntos, ano, número e local, bem como o nome do editor, o cabeçalho se apresenta páginas depois da capa, esse espaço das primeiras páginas é preenchido principalmente por propagandas.

Além da arte gráfica que compõem o design das páginas, é constante a presença de comentários sobre pinturas, esculturas, dentre outras obras artísticas, que se configuravam como novidades, ou seja, alguma obra inédita de certo artista, novas perspectivas e tendências modernas. Quase sempre esses assuntos estão acompanhados de uma imagem da obra em questão, geralmente fotografias. No mapeamento que se realizou sobre os conteúdos, as artes são o tema que mais preenche a revista, que por conter em seu título a palavra 'ilustrada', faz jus a ela.

Por ser uma revista de variedades, a *America* buscava tratar de assuntos de interesse de vários públicos, por tal, é nítido o tratamento que o magazine apresenta sobre o esporte, relacionando com os homens e a moda destinada a agradar o público feminino.

O esporte, ou *sport*, termo usado na época, começa a ter maior notoriedade no pós Primeira Guerra, com a valorização do corpo físico através das inúmeras possibilidades que

já se tinha na época, práticas de natação, nado coordenador, saltos ornamentais, esgrima, boxe, ginástica... Enfim, muitas elas as alternativas para aqueles que buscavam aderir a esse novo hábito da modernidade.⁸³

É mais que um mero adjetivo introduzido nas revistas pra alcançar o público masculino, o esporte se transforma em um hábito moderno, sua simples menção evocava valores que passam a ser prezados pela sociedade, como o lazer, a saúde, a higiene e a civilidade.⁸⁴ Nesse ritmo, o esporte ganha espaço entre os periódicos, as revistas esportivas ampliaram o público leitor, atraindo um segmento que tradicionalmente era reticente ao consumo dos impressos, os leitores masculinos.⁸⁵

Com o desenvolver das práticas esportivas, passa a se perceber o quanto o adestramento físico e suas implicações, como as relacionadas à higiene, alimentação regulada e uma rotina organizada, além de causarem o desenvolvimento físico, estimulavam uma disciplina de comportamento, que por fim causariam grande impacto na dimensão das expressões coletivas.⁸⁶ Ou seja, o esporte promoveria não só ações disciplinadas, propósitos coletivos, regras e limites, mas também incorporava um ‘espírito coletivo’ maior do que a simples busca por vencer alguma competição: “A cidade não assiste ao esporte como um episódio isolado e externo: ela lhe dá vida, corpo e voz – ela não o vê de fora, ela se vê nele”.⁸⁷

Como todo esse entusiasmo, o esporte fazia com que surgissem novos heróis, ídolos das cidades, esses semideuses do novo século, como chama Sevcenko, eram pessoas comuns, de nomes lusos brasileiros, mas que carregavam ardente paixão pelo movimento e velocidade.⁸⁸ Tanto é pela existência de matérias do magazine *America* que exaltam esportistas, conflagrando o volume de matérias sobre o esporte nas suas páginas.

Ao poucos o esporte vai se tornando um hábito doméstico, passa a ser comum praticar exercícios simples dentro de casa e ter uma rotina diária que integrasse todo e qualquer cidadão, tamanho o seu alcance e valorização atingem o mundo da moda, tornando as roupas mais leves, adequadas aos movimentos do corpo, mais coloridas e estampadas, o momento era de barbas e cabelos raspados, com roupas que deixassem mais pele á vista.⁸⁹

⁸³ SEVCENKO, 1992.

⁸⁴ MARTINS, 2008.

⁸⁵ MARTINS, 2008.

⁸⁶ SEVCENKO, 1992.

⁸⁷ SEVCENKO, 1992, p. 60.

⁸⁸ SEVCENKO, 1992.

⁸⁹ SEVCENKO, 1992.

Figura 14: Fotografias dos vencedores dos jogos de tênis e do campeonato de remo, presentes na terceira edição de *America*

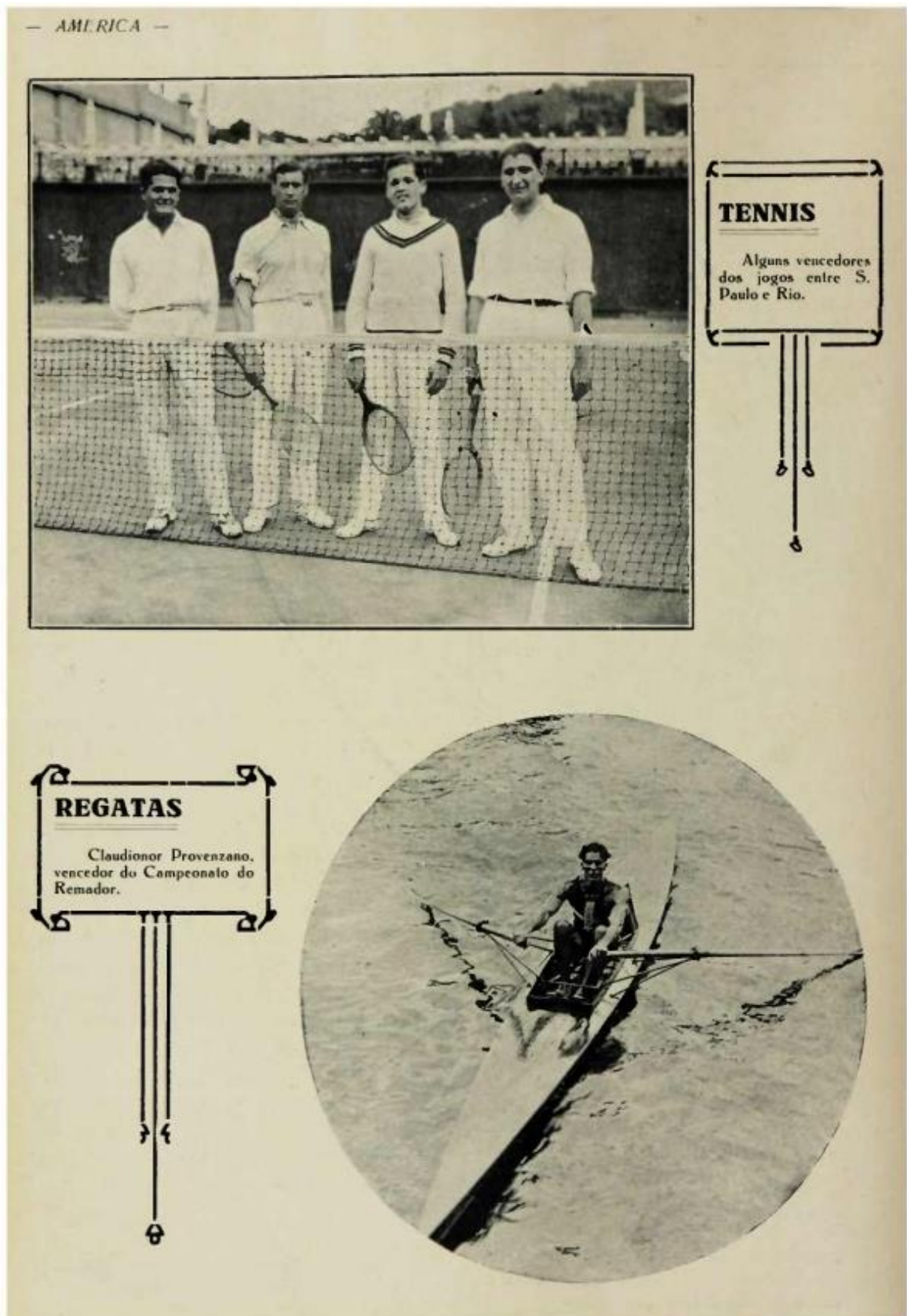
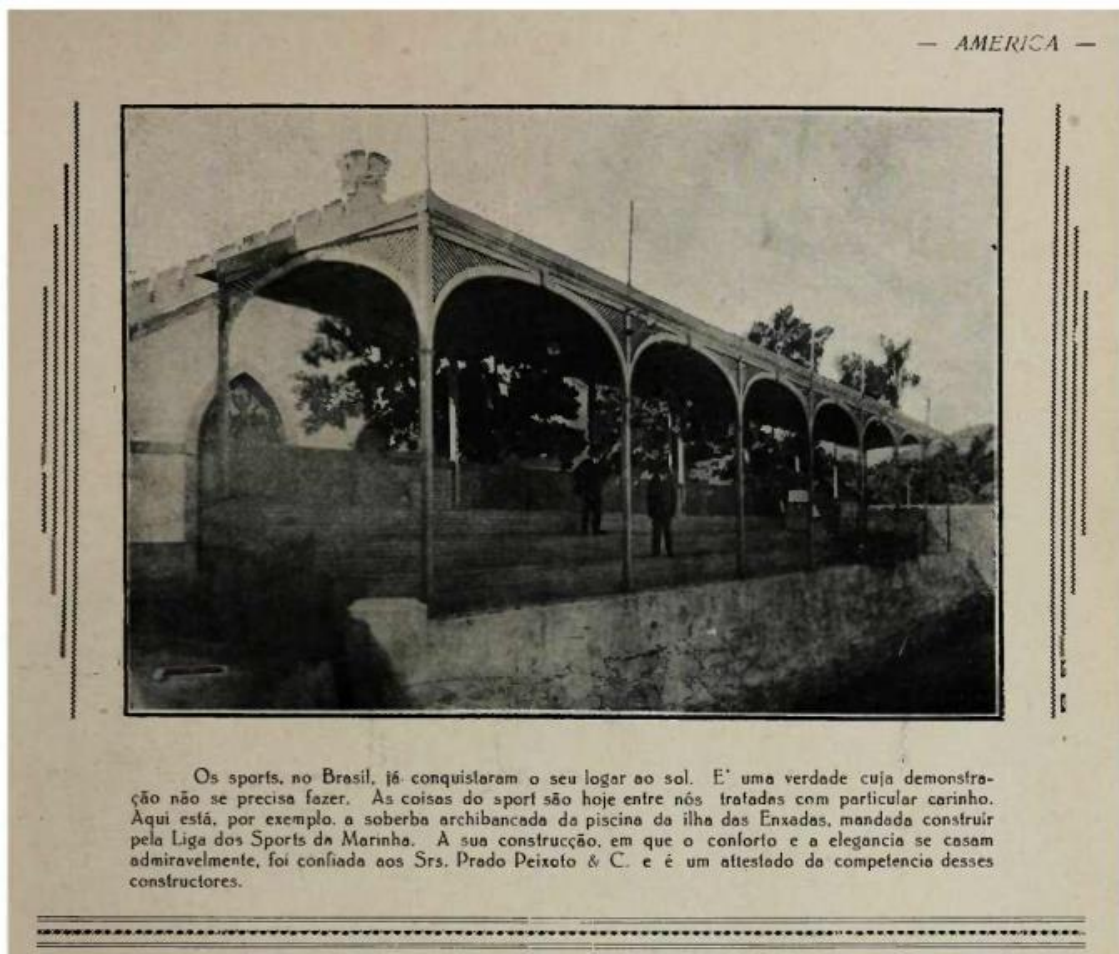


Figura 15: Fotografia da arquibancada da piscina da Ilha das Enxadas, presente na primeira edição de *America*



Fonte: AMERICA, 1923.

Legenda: “Os sports, no Brasil, já conquistaram o seu lugar ao sol. É uma verdade cuja demonstração não se precisa fazer. As coisas do sport são hoje entre nós tratadas com particular carinho. Aqui está, por exemplo, a soberba archibancada da piscina da ilha das Enxadas, mandada construir pela Liga dos Sports da Marinha. A sua construção, em que o conforto e a elegância se casam admiravelmente, foi confiada aos Srs. Prado Peixoto & C. e é um atestado da competência desses constructores.”

No entanto, quando o assunto foram as mudanças da moda feminina causadas por essa busca por roupas mais leves e esportistas, as reações foram de espanto e desaprovação, nos embalos dos novos ares de independência, as mulheres aderiram com entusiasmos os hábitos modernos, num mundo que até então era dominado pela figura masculina, as mulheres tomam seus espaços, preenchendo os carros, bondes, cafés, bares, bailes, teatros...

Os tecidos leves, transparentes e colantes; a renúncia aos adereços, enchimentos, agregados de roupas brancas, perucas, armações e anquinhas; o rosto ao natural, a cabeça descoberta e os cabelos cortados extremamente curtos, quase raspados na

nuca, davam às meninas uma intolerável feição masculina, agressiva, aventureira, selvagem.⁹⁰

Constante eram os ataques em busca dos antigos costumes que condenavam o pouco comprimento das saias e os enormes decotes, no entanto as mulheres já se ocupavam de empregos nas fábricas e oficinas de moda e no comércio, ocupando o centro, fazendo da cidade uma passarela e do flerte um torneio itinerante.⁹¹

A mulher burguesa passa a almejar independência, libertando-se de alguns preconceitos, passando a usar saias curtas e cabelos à *la garçonne*, a fumar, dirigir automóveis, praticar esportes, dançar e frequentar clubes noturnos. As roupas mais leves facilitavam os movimentos frenéticos das novas danças, como o *charleston* ou o tango, definido a imagem da nova mulher eu despontava.⁹²

Determinadas a ocupar seus espaços, as mulheres conquistam o mundo dos periódicos, começam a surgir revistas femininas, com foco em assuntos do seu público, inicialmente tratando de moda, receitas culinárias, dicas para o lar e educação dos filhos, mas aos poucos adquire ares de independência e emancipação. No entanto, essas revistas eram em sua maioria, escrita por homens, o que deflagra certas contradições em seus conteúdos:

Concebidas como objeto de lazer, essas revistas se revelaram essencialmente normativas, definindo o papel social e determinando os padrões de comportamento desejáveis para a mulher da época. Nesse discurso – da imprensa em geral e da feminina em particular –, a tônica recaía sobre as formas de conduta da mulher no lar e no mundo. Nesse sentido, ultrapassavam o papel de vitrine dos costumes da época, constituindo-se em veículo privilegiado de imposição de um modelo social.⁹³

Essa discussão relembra as questões abordadas anteriormente sobre as dificuldades de aderir ao moderno no lugar dos costumes tradicionais e antigos. Revistas que defendiam o direito ao voto feminino, ao mesmo tempo condenava a hostilidade do movimento sufragista inglês, pois essas revistas, mesmo que femininas, eram escrita sobre o olhar masculino, muitos textos assinados por mulheres, eram na verdade escrito por homens.⁹⁴

Conflagra-se em uma situação que divide a mulher, entre aquela que já usa de certas independências, mas que se mantém reservada ao lar e à família, e aquela que está mais envolvida na modernidade e goza de maior liberdade. E de certa maneira os periódicos

⁹⁰ SEVCENKO, 1992, p. 50.

⁹¹ SEVCENKO, 1992.

⁹² TEO, 2016, p. 272.

⁹³ COHEN, 2018, p. 117.

⁹⁴ CAMARGO, 2000.

buscavam agradar as duas, disseminando comportamentos veiculados das duas imagens de mulher, um no texto e outra na publicidade⁹⁵

Texto ainda construído para a *mãe-esposa*, conformando a imagem da mulher brasileira aos costumes e tradições, de forte influência católica, de apelo nacionalista; já as imagens, as ilustrações, a publicidade com vistas ao consumo, configuravam o modelo de fora, da mulher esportiva, liberada, moderna, que fumava e dirigia automóveis, engendrando o estereótipo que reinou naquela transição: a melindrosa, perfil objeto de acirrada crítica (...).⁹⁶

O termo ‘melindrosa’ determina uma mulher fútil, que vive de aparência e sua única preocupação é o flerte, por não se preocupar com o futuro, casa, filhos e trabalho, coloca em risco a própria sociedade, e por isso deveria ser combatida, pois mancharia a moral burguesa⁹⁷. Por isso, se tem dois espaços para as mulheres, a imagem moderna era vendida nas revistas da elite, e as de classe média eram destinadas a discursos de economia e recato. No entanto é através das revistas que, gradualmente, se desestabilizava as fronteiras simbólicas entre os sexos, desfazendo papéis tradicionalmente construídos da sociedade patriarcal brasileira.⁹⁸

No magazine *America* tem-se esta situação, textos que ora exaltam a liberdade feminina, ora que a condenam. Logo em sua primeira edição contém um texto intitulado “Feminismo e Economia”, de autoria de Gomez de Baquero, que ressalta a igualdade entre gêneros, o autor exemplifica a questão a partir do desenvolvimento industrial, que leva a mulher da economia da casa para o trabalho na indústria, sendo motivo para a divisão entre homens e mulheres não existir mais. No entanto, mais adiante, o magazine faz um trocadilho com as sufragistas, descrevendo um encontro das mesmas, a presidenta discursa e após sua fala abre para as dúvidas que surgem em uníssono sobre onde ela teria comprado seu chapéu.

Esse trecho desmoraliza o movimento e o faz parecer um grupo de mulheres que se reúne para tomar chá e jogar conversa fora, além desse existem outros textos de tratamento pejorativo com a mulher, principalmente no formato humorístico. Nas três primeiras edições tem-se uma coluna fixa, intitulada “Elas por Eles”, é formada por frases de diversos sujeitos, sobre o sexo feminino, seu comportamento, personalidade, traços comuns, qualidades, defeitos... Em sua maioria, trechos que inferiorizam a feminilidade.

⁹⁵ MARTINS, 2008.

⁹⁶ MARTINS, 2008, p. 385 grifo da autora.

⁹⁷ MARSON, 1995-1996, p. 90-91 *apud* MARTINS, 2008, p. 385.

⁹⁸ MARSON, p. 84 *apud* MARTINS, 2008, p. 387.

E como a moda é o aspecto que mais se volta para o público feminino, é interessante a presença de indicações sobre como a mulher deve se vestir e se comportar. Trechos como “O Anjo de Lar”, de autoria de Herminia C. Brumana, que descreve como a mulher deve ser e como não deve ser, para facilitar a vida de seu marido. Outro exemplo é o texto “Os cabelos curtos e a psyche feminina”, de Pierre Mille, que relaciona mulheres que usam seus cabelos curtos às características de sua personalidade, por exemplo, que não era comum o divórcio para moças de cabelo curto, e ainda que elas seriam mais alegres e que por isso não era comum suas tentativas de suicídio, o autor conclui seu texto indeciso se a moda de cabelos curtos seria um sinal feliz ou infeliz do desenvolvimento.

Outro trecho que trata sobre os cortes de cabelos femininos se intitula “Cabelos Cortados”, que se trata de uma pesquisa de opinião dos homens sobre os cabelos curtos, de início o texto já apresenta que essas opiniões pouco interessam o público feminino, mas que servem para aquelas que se preocupam demasiadamente com a moda, são expostas as opiniões de Jacques Gaudet, Jacques Favier, Paul Ainaud e Jacques Trévière, que condenam o uso de cabelos curtos, pois eles tornam as mulheres feias, parecidas com o ‘sexo feio’, mas que entendem o desejo delas em ter maior liberdade, mas que não seja através da aderência dos aspectos masculinos, como cabelos curtos, roupas e manias de fumar e jogar. O texto, sem autoria, conclui que as opiniões dos homens sobre a moda dos cabelos cortados não é favorável, mas que o que importa é que as mulheres a estimem.

Essa oferta variada da imprensa diante da segmentação feminina mostra as múltiplas condutas e posturas que estavam em curso na época.⁹⁹ E que, apesar do constante desenvolvimento da liberdade feminina, o tradicional prevaleceria ainda nos menores detalhes, como por exemplo, a mínima presença de mulheres como autoras nos impressos. No magazine *America*, a presença de autoras é minúscula, e ainda em outros periódicos pode-se encontrar assinaturas falsas de nomes femininos, que por trás estavam homens.

Diante dessa revisão que se realizou sobre os conteúdos do magazine *America*, percebe-se claramente a presença e a difusão de ideais da vida moderna e os processos de mudança que são causados. A fotografia, o esporte, a moda, o feminismo, são alguns dos diversos aspectos que podem ser analisados a partir da imprensa moderna.

⁹⁹ MARTINS, 2008.

Os jornais e as revistas expressam os sentimentos que se viviam no momento, fazem com que quem os lê se sinta em meio a Avenida Central, ao som de buzinas e gramofones, com roupas e penteados elegantes conversando sobre a última peça apresentada no teatro. Estudar o período a partir destes contextos que se apresentam através dos conteúdos, as dualidades presentes na vida e sociabilidade feminina, o fervor cultural das cidades, as torcidas no esporte, atletas campeões e as demais celebridades, permite vislumbrar de perto o que os periódicos expressavam.



A América

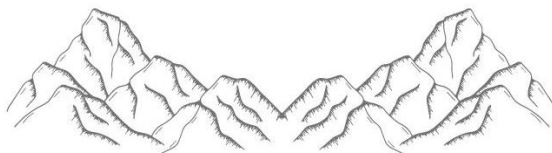
Debalde forjarão para o teu pulso algemas
os caudilhos bestiais da Europa invertebrada,
ó terra senhoril, que és tão rica e adornada
de liberdade como de ouro e puras gemas!

Que arregacem o lábio à espera do que tremas!
Ante o infame atentado há-de vibrar em cada
peito de homem a repulsa indômita somada
da telúrica raiva às convulsões supremas!

Não flectirás as pétreas vertebras dos Andes!
Há-de eriçar-se, imensa, a juba de florestas
que a este sol tropical galhardamente expandes!

Como um leão rugirá da Antilha o vendaval
e o Amazonas, crescido, em cóleras funestas,
cuspirá para o oceano o escarro colossal!

Sylvio Figueiredo, 1952



4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

America se mostrou uma fonte histórica que oferece muitas possibilidades de problematizações sobre a década de 1920, tendo sido em 1923 uma revista rica em conteúdo e de formato agradável para os ávidos leitores em busca de novidades e informação sobre o mundo. O magazine ilustrado já se anunciava em seu próprio nome como uma revista que tratava de temas americanos, mas com espaço para os outros continentes, especialmente o europeu.

O papel dos impressos na sociedade do início do século XX é de grande importância, sua função na difusão de notícias, novidades e tendências era como se trouxesse em suas páginas o próprio progresso e urbanização buscada pela burguesia. Mas, além disso, ajudou na criação de novos hábitos, era a modernidade ganhando espaço na sociedade e sendo registrada nos periódicos.

Esta cultura moderna que se inicia na sociabilidade em cafés, bares, as idas aos clubes de dança, aos teatros, aos cinemas, as bancas de jornal, passa a valorizar os artistas, os músicos, as celebridades de teatro e cinema, as modelos, os atletas esportivos, dentre a infinidade de novos espaços que emergiam naquele período. E então, os periódicos se lançam na corrida de retratar toda essa agitação para que o leitor, além de vivê-la, possa a ter em suas mãos.

Desse modo, *America* foi um dos competidores dessa busca, ocupando o lugar de um periódico de assuntos comuns, corriqueiros e de um periódico que dava espaço para artistas divulgarem seus trabalhos, que trazia informações sobre as novidades da arte tanto nacionais quanto de outros países... Era um periódico de variedades, mas que se voltava também para o meio intelectual. Parte dessa característica intelectualizada de *America* pode vir da influência da possível vida do seu editor, Sylvio Figueiredo, que instalado no meio dos impressos como escritor, cria o próprio periódico a fim de divulgar o seu meio a preços baixos para o público comum.

Ao lado dessa busca pela modernidade e a valorização cultural estão o desenvolvimento das técnicas de impressão, que possibilitaram melhores condições para que os impressos se difundissem, como o exemplo da casa Hoepfner & Cia. Ltd., responsável pela impressão do magazine *America*, que apresentam capacidades consideráveis quando se analisa quantos outros periódicos eram de sua competência. Além do mais, confirmam a extensa demanda de produção de impressos, a partir de então, se tem mais clara a

diferenciação da revista, já repleta de ilustrações, fotografias e detalhes gráficos que enfeitavam as páginas.

A diversificação de conteúdos é uma marca clara dos periódicos modernos, ao tratar de vários assuntos ao mesmo tempo garantia o interesse de maior número de leitores, a partir da ampliação do mercado de impressos, surgiam periódicos com assuntos específicos, voltados a determinados públicos. *America* ostenta ampla diversidade de conteúdos, abrindo espaço para várias discussões, para afunilar essas possibilidades, e também ter maior conhecimento das quatro edições do magazine, foi realizado um mapeamento, onde se dividiu os conteúdos categorias com base na sua temática.

A partir disso, foram analisadas as questões de maior visibilidade - quando se pensa em modernidade - e que foram mais recorrentes no mapeamento. Neste momento, salientam-se o esporte e a moda, o primeiro trata sobre a mudança para hábitos mais saudáveis, a busca por um corpo em forma e também a própria significação de ser um meio de sociabilidade, de torcida e profissão. E a moda, que além de refletir sobre as mudanças na maneira de se vestir, remete as ambiguidades do mundo feminino e incertezas quanto ao papel da mulher, são questões de relevância para se pensar a década de 1920 e problematizar a intensa busca pelo novo e o abandono das bases tradicionais.

A relação que se estabelece entre o moderno e antigo ganha espaço nas páginas do magazine *America*, refletindo-se nos seus conteúdos, que ora enfatizam os costumes modernos, ora os condenam calcando-se no tradicional. Na corrida em que era preciso estar atento a tudo, o ávido leitor por vezes era jogado de um lado para o outro dividindo opiniões com seus colegas, tendo a imprensa o papel de referência e a voz para essas problemáticas.

Ao notar estas questões que permeiam as primeiras décadas do século XX utilizando a imprensa como fonte percebe-se a transição que estava ocorrendo e que hoje fazem parte dos livros de história, marcando o início da República, depois a Era Vargas e assim por diante, sem perder de vista os aspectos de transição de um tempo pra outro, que quando vistos de longe, podem ser melhor notados.

A importância que os impressos carregam ao longo do século XX, as características marcantes de *America*, de páginas encantadoras e assuntos interessantes, revistas de variedades, lidas de pé nos bondes, folheadas em bares e cafés, encontram em seu desfecho a revista lida nas telas luminosas de computadores.

A arte não evolui – muda. Revistas mudam e fazem sentido quando se tornam uma fala poética, transcendem o óbvio. Lembra o poeta e crítico Ferreira Gullar que, ‘para acrescentar à vida mais banalidade, não se faz necessário o artista’. Pois,

nesses quase dois séculos de existência, os artistas gráficos se fizeram necessários. Sua função foi enaltecer o conteúdo das palavras. E embebê-las de viço e frescor para reavivar a *anima* e a crença dos leitores.¹⁰⁰

Sendo, pois, a revista não é somente o que passa em suas páginas, mas sim o que representa para o leitor. E *America* se provou uma revista que além de rica em temas é rica de significado. As incertezas diante da sua circulação, do seu fim e do seu editor, deixam em *America*, em um primeiro momento, uma perspectiva de inutilidade, em meio a tantas pesquisas em periódicos que alcançaram vida longa, analisar um periódico encontrado por acaso em um acervo digital, com o risco de mergulhar em equívocos e terminar sem solução, é o desafio que buscam os historiadores.

Ao longo da pesquisa, entendendo a influência do contexto econômico, dos desenvolvimentos tecnológicos de impressão, das transformações culturais e sociais, confirmou que *America* foi um pequeno reflexo do que acontecia na imprensa e na sociedade do período, sendo de relevância para se entender o processo que a modernidade atravessa e como ela produziu seus efeitos. Sendo um periódico encontrado por acaso em meio a acervos digitais online, *America* mantém a avidez em seus conteúdos, encanta pelos seus aspectos gráficos e representou esta possibilidade de pesquisa sobre a sua relação com a modernidade.

¹⁰⁰ CAMARGO, 2000, p. 136, grifo da autora.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMERICA: magazine mensal ilustrado. Rio de Janeiro: [s.n.], 1923-? Disponível em: <https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm/6819>. Acesso em: 25 Nov. 2019.

A NOITE. Rio de Janeiro, 26 de dez. de 1928. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=348970_02&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=24572. Acesso em: 9 Set. 2020.

AZEVEDO, Dúnya. A evolução técnica e as transformações gráficas nos jornais brasileiros. *Mediação*. Belo Horizonte, v. 9, n. 9, p. 81-97 jul./dez. 2009. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/296>. Acesso em: 28 Set. 2020.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil 1900-200**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

CAMARGO, Suzana (Cord.). **A revista no Brasil**. Abril, 2000.

CAMPOS, Daniela Queiroz. **Entre o eucronismo e o anacronismo: percepções da imagem na coluna Garotas do Alceu**. Orientador: Profa. Dra. Maria Bernardete Ramos Flores. 2014. 397 f. Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/129369>. Acesso em: 19 Nov. 2019.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: entre práticas e representações**. Trad. de Maria Manuela Galhardo. Lisboa: Difusão Editora, 2002.

CHARTIER, Roger. **A história ou a leitura do tempo**. Trad. Cristina Antunes. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

CHARTIER, Roger. Escutar os mortos com os olhos. *Estudos Avançados*. v. 24, n. 69, 2010. p. 6-30. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/10510>. Acesso em: 17 Nov. 2019.

COHEN, Ilka Stern. Diversificação e segmentação dos impressos. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018, p. 103-130.

DIARIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 13 de dez. de 1928. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=093092_01&pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pasta=ano%20192&pagfis=1471. Acesso em: 9 Set. 2020.

DIAS, Maria Odila da Silva. Prefácio: Hermenêutica e Narrativa. In: SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu estático na metrópole: São Paulo, sociedade e cultura dos frementes anos 20**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992, p. 11-23.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018, p. 83-102.

FIGUEIREDO, Sylvio. A América. **Careta**. Rio de Janeiro, 22 de mar. de 1952. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=083712&pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pasta=ano%20192&pagfis=94352>. Acesso em: 10 Dez. 2020.

FIGUEIREDO, Sylvio. O Pequeno Jornaleiro. **Careta**. Rio de Janeiro, 30 de out. de 1951. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=083712&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=93356>. Acesso em: 10 de Dez. de 2020.

FON-FON. Rio de Janeiro, 13 de ago. de 1932. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=80779>. Acesso em: 9 Set. 2020.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. **História e Narração em Walter Benjamin**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

GAZETA DE NOTÍCIAS, Rio de Janeiro, 20 de out. de 1923. Disponível em:
http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=103730_05&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=10127. Acesso em: 2 Nov. 2020.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 13 de set. de 1923. Disponível em:
http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_04&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=24058. Acesso em: 2 Nov. 2020.

LEHMKUHL, Luciene; PEREIRA, Túlio Henrique. Corpos impressos: técnicas e visualidades na imprensa ilustrada. In: FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes; PETERLE, Praticia (org.). **Arte e Pensamento: Operações historiográficas**. São Paulo: Editora Rafael Copetti, 2016, p. 278 – 301.

LUCA, Tania Regina de. A construção do ideal modernista: o lugar das revistas. In: FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes (org.). **História e Arte: movimentos artísticos e correntes intelectuais**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2011, p. 221 – 235.

LUCA, Tânia Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005.

MARTINS, Ana Luiza. **Da fantasia à História: folheando páginas revisteiras**. Em História: São Paulo, n. 22, 2003.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018, p. 7-19.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em Revista: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República, São Paulo (1890-1922)**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2008.

MOREL, Marcos. Os primeiros passos da palavra impressa. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018, p. 23-43.

O FLUMINENSE. Rio de Janeiro, 8 de set. de 1927. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=100439_06&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=10090 Acesso em: 09 Set. 2020.

O MALHO. Rio de Janeiro, 22 de set. de 1928. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=116300&Pesq=%22sylvio%20figueiredo%22&pagfis=67307>. Acesso em: 09 Set. 2020.

PIAZZA, Maria de Fátima Fontes. A dupla face de Jano: modernismo e nacionalismo em periódicos culturais. **In:** FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes (org.). **História e Arte: movimentos artísticos e correntes intelectuais**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2011, p. 237- 261.

REIBNITZ, Cecília de Sousa; LEMOS, Clarice Caldini, TEIXEIRA, Cristiane Garcia, PIAZZA, Maria de Fátima Fontes. O decadentismo em revista: revistas culturais, artes visuais e a modernidade brasileira. **In:** FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes; PETERLE, Patricia (org.). **Arte e Pensamento: Operações historiográficas**. São Paulo: Editora Rafael Copetti, 2016, p. 212-235.

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI: No loop da montanha-russa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como Missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu extático na metrópole – São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

TEÓ, Marcelo. Entre a crônica e o retrato: o corpo, o visual e o sonoro na construção do moderno. **In:** FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes; PETERLE, Patricia (org.). **Arte e Pensamento: Operações historiográficas**. São Paulo: Editora Rafael Copetti, 2016, p. 255-277.

PETERLE, Patricia (org.). **Arte e Pensamento: Operações historiográficas**. São Paulo: Editora Rafael Copetti, 2016, p. 255 – 277.

PIAZZA, Maria de Fátima Fontes. A dupla face de Jano: modernismo e nacionalismo em periódicos culturais. **In:** FLORES, Maria Bernardete Ramos; PIAZZA, Maria de Fátima Fontes (org.). **História e Arte: movimentos artísticos e correntes intelectuais**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2011, p. 237- 261.