

Luis Carlos dos Passos Martins
Mônica Karawejczyk
[Orgs.]



HISTÓRIA & MÍDIA

Leituras do Brasil



América Latina em revistas: *O Cruzeiro Internacional e Life en Español*

Marlise Regina Meyrer

A revista *O Cruzeiro* em sua edição internacional foi publicada de abril de 1957 a outubro de 1965. Era publicada em língua espanhola, circulando quinzenalmente em toda a América Latina - Argentina, Bolívia, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai, Venezuela - e alguns estados dos Estados Unidos, Ilhas Canárias e Espanha. Nos dois primeiros anos a revista logrou um sucesso de vendas, chegando à tiragem de 300.000 exemplares, superando publicações tradicionais em alguns países como *El Hogar*, na Argentina (CASADEI, 2014).

Embora exista uma considerável produção sobre a revista *O Cruzeiro* no Brasil, não foram encontrados estudos significativos sobre a edição internacional do periódico. Temos conhecimentos de dois trabalhos que, no entanto, tem objetivos distintos dos aqui propostos. Um deles, de Elisa Bachea Casadei (2012), trata-se um artigo na área da comunicação, tendo como objetivo apresentar periódico, em geral, desconhecido. O outro, é um livro de um professor da Universidade Católica do Chile, Alejandro Jiménez Escobar (2004) com o título: *Neruda En O Cruzeiro Internacional*, cuja proposta não é a revista em si, mas a publicação, em 1962, da obra de Neruda - *Confieso que he vivido* - na revista *O Cruzeiro Internacional*, em dez capítulos. Segundo o autor, os capítulos publicados constituem-se na essência do posterior *best seller* com o mesmo título.

As matérias veiculadas na revista, tanto nos textos verbais, quanto imagéticos são de conteúdos diversos: ciência, tecnologia, artes, política e economia e, sobretudo, temas simbólicos da modernidade que exaltam o estilo de vida da classe média, seus valores e hábitos de consumo. Entretanto, devido as características próprias do veículo - revista ilustrada de variedades - estes aparecem de uma forma branda e, ao mesmo tempo, dotados de um caráter pedagógico intensificado pelos recursos das novas tecnologias visuais como a composição, montagem, primeiros planos, etc. Esta pedagogia visual em *O Cruzeiro Internacional*¹ está diretamente associada a um ideal civilizador na correta condução do mundo, missão assumida explicitamente em relação ao Brasil na publicação nacional, pretendendo exercer o mesmo papel em relação a América Latina.²

Este tipo de periódico teve uma importante função política, na medida em que fatos sociais do período (tratados, guerras etc.) foram apreendidos, interpretados e difundidos por eles. Podemos citar, além de *O Cruzeiro Internacional*, a *Life en Espanõl* que cumpria as mesmas funções. Recorre-se aqui, ao conceito de poder brando (*soft power*) desenvolvido por Joseph S. Nye (1990), no qual as relações internacionais não estão subsumidas exclusivamente as relações diplomáticas oficiais, mas constituem um conjunto de relações oficiais, privadas, comerciais e culturais. Essencialmente, refere-se à atração exercida por um conjunto de ideias defendidas e sua capacidade de convencimento dos outros. Para

¹ A revista de seu lançamento, em abril de 1957 até agosto de 1958 é publicada com o título *O Cruzeiro: edición internacional*, a partir de setembro de 1958 passa a denominação de *O Cruzeiro Internacional*. Usaremos aqui, de uma forma geral, essa segunda denominação sempre que nos referirmos ao periódico.

² Como citado em outro trabalho: “Para O Cruzeiro, o desenvolvimento se constituía num projeto civilizatório. Conforme os autores que estudaram o perfil de Assis Chateaubriand, ele acreditava no “poder civilizatório do capital internacional” ou ainda na “reeducação pelo capitalismo”. O objetivo era inserir o Brasil no mundo civilizado, integrando um momento importante do processo civilizador pelo qual, acreditava-se, passava o país. Para pôr em prática tal objetivo, empenhou-se em difundir padrões de comportamento e cultura mais adequados ao modelo de desenvolvimento que defendia, participando, assim, da luta simbólica pela imposição de uma determinada visão do Brasil” (MEYRER, 2010, p.200).

Ramos e Zahran (2006) o termo aproxima-se do conceito de hegemonia de Gramsci. Ambos se referem "a um conjunto de princípios gerais, ideias, valores ou instituições; compartilhados, consentidos ou considerados legítimos por diferentes grupos; mas que ao mesmo tempo são recursos de poder, influência ou controle de um grupo sobre outro" (p.134).

A imprensa é considerada, assim, não como uma instância controlada pelo Estado ou por grupos econômicos, mas como uma instituição com relativa autonomia. Com base na teoria dos campos de Bourdieu (1987;1989;1997) entendemos que o campo jornalístico sofre pressões externas (de outros campos, como os econômico e político) e também internas ao campo, na medida em que disputa a hegemonia com outros integrantes do próprio campo, numa luta contínua pela imposição de visões de mundo mais legítimas. Nesse sentido, podemos dizer que *O Cruzeiro Internacional* e *Life en Español*, nos anos aqui estudados, sofreram tanto pressões políticas dos seus países-sede e dos demais países latino-americanos. Também eram pressionadas pelo mercado, pois dependiam sobretudo dos anunciantes para manter suas publicações. Entretanto, ambas as revistas disputavam a capacidade de impor visões de mundo mais legítimas sobre e para a América Latina. Nesse processo, pautavam-se por uma lógica própria do campo jornalístico, recorrendo a estratégias específicas ao campo.

Este papel de agente político da revista *O Cruzeiro Internacional* não passou despercebido pelos intelectuais e lideranças dos países do Hemisfério. Fernando Diez de Medina, na época ministro da educação da Bolívia, fez publicar uma resposta à um discurso de Assis Chateaubriand veiculado na mesma revista, por ocasião do aniversário de um ano do periódico, na sua versão internacional. Para Medina,

o Sr. Chateaubriand é um estadista e um condutor de opinião em sua pátria. Amparado por uma poderosa cadeia de diários, revistas, rádio e televisão, parece que agora aspira a orientar o pensamento americano segundo sua própria fórmula: ampliar cada vez mais o ciclo vital dos brasileiros (*O CRUZEIRO INTERNACIONAL*, 18/06/1958, p.58).³

Mais adiante, o autor critica o projeto imperialista de Chateaubriand, levantando hipóteses sobre o verdadeiro sentido do seu discurso pan-americanista:

De que se trata? De vender uma mercadoria – O Cruzeiro - [...] de abrir novos mercados - ou expandi-los – para a poderosa expansão industrial de interesses mercantilistas que defende a cadeia publicitária do Senador Chateaubriand? Ou se trata seriamente de uma política definida que se não sustenta o Itamaraty, ao menos contaria com o respaldo de grandes setores da opinião brasileira? (*O CRUZEIRO INTERNACIONAL*, 18/06/1958, p.58).

Nesse sentido, pode-se inferir que estas revistas exerciam o que Valente e Santoro (2007) definem como "diplomacia midiática".⁴ Mesmo que não vinculadas oficialmente ao Estado, elas influenciavam e, em alguns casos, reforçavam valores culturais subjacentes a política externa exercida pelos países centrais. Elas iam além do âmbito estatal, mobilizando a opinião pública no processo de convencimento e formação de opinião, que agiam e interferiam sobre a política externa. No caso da *Life en Español*, muitas de suas publicações davam continuidade a visão civilizadora dos EUA, ou seja, a ideologia que fundamentava sua política externa. Nessa perspectiva, Hunt (1987) utilizando fontes diversas, inclusive iconográficas, descreve as formas como a América Latina era

³ Todas as citações que têm como referência os textos publicados na revista *O Cruzeiro Internacional*, foram traduzidos livremente para o português pela autora deste texto, portanto, optei por não incluir nota explicativa em todas citações.

⁴ Mesmo que os autores se refiram as mídias atuais que envolvem os novos recursos midiáticos da era da informação, consideramos úteis as ideias gerais contidas no conceito.

representada na virada do século XX, reproduzindo uma imagem, em geral, ligada a feminilidade, infância, emoção, grotesco, etc.

Para Thompson (2005), essa forma de poder simbólico é atribuição específica dos meios de comunicação caracterizados como "um tipo distinto de atividade social que envolve transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica utilização de recursos de vários tipos "todos eles decorrentes de alguma forma técnica"(p.24). Para o autor, "as ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios de estado ou sublevar as massas em revolta coletiva"(p.24)

A imprensa, assim, enquanto meio de comunicação de massa, é entendida como um dos principais mediadores das representações sociais no mundo contemporâneo. Os meios de comunicação, segundo Sandra Jovchelovitch (2000, p.89), "tornaram-se constitutivos da vida social, [...] alteraram modos de interação, transformaram o acesso a, e ao consumo de bens simbólicos", sendo por isso, uma fonte importante para o estudo das representações sociais, neste caso, aquelas relativas as relações interamericanas no contexto do pós- segunda Guerra Mundial.

Essas considerações, a respeito da importância da mídia na sociedade moderna e contemporânea, tornam seu estudo uma fonte privilegiada para análise histórica. Ela constitui-se, também, num registro impresso dos acontecimentos de uma época sem descuidar, no entanto, que foi elevada a esta categoria – acontecimento - por uma escolha dentro de uma multiplicidade de acontecimentos que permeiam a vida social. Por isso é fundamental para a análise desvendar essa subjetividade, procurando identificar quais as forças que agem sobre uma ou outra representação e como elas poderiam influenciar a realidade ou mesmo quais as relações que mantém com a realidade. No caso da revista *O Cruzeiro Internacional*, esse entendimento pode ser encontrado tanto nas ideias defendidas por

seu proprietário, já bastante difundidas na bibliografia sobre a imprensa, no Brasil, bem como na ideologia relacionada aos grupos que ela representava.⁵

Parafraseando Thompson (2005), a mídia é fundamentalmente cultural, sendo que a questão central nos estudos que a tomam como objeto é o caráter significativo das formas simbólicas e sua contextualização social. Portanto, o conhecimento histórico das sociedades americanas do período, suas inter-relações internas e externas são fundamentais para o entendimento do significado dos periódicos em questão.

O contexto histórico, situado nos anos 1950, tinha como pano de fundo a Guerra Fria e as discussões acerca do desenvolvimento latino-americano, culminando com a Revolução Cubana em 1959 e os posteriores desdobramentos. O período foi marcado por uma série de tratados e organizações que visavam regular as relações interamericanas sob a hegemonia dos Estados Unidos num clima de crescente oposição, por parte dos países latino-americanos, à política imperialista deste país.

Entre os anos 1950 e 1970, o capitalismo mundial desenvolveu-se em torno dos Estados Unidos que quadruplicaram as suas exportações para o resto do mundo, mas também se tornaram um importante importador de bens de consumo a partir do final da década de 1950. Em 1952, a eleição do republicano Eisenhower para a presidência dos Estados Unidos marcou a culminância desse processo. Segundo Muniz Bandeira (1973), Oswaldo Aranha teria se referido a Eisenhower como sendo manipulado pelos

⁵ Chateaubriand posicionava-se quase sempre ao lado do poder, seja ele privado ou estatal. Por meio de uma rede de favores, intrigas e chantagem, ameaçando colocar seus veículos a favor ou contra determinado grupo, empresa ou indivíduo, na esfera pública ou privada, ele obtinha uma série de privilégios que soube usar em seu benefício. Participou ativamente das discussões nacionais, tanto na imprensa quanto na tribuna, durante seus dois mandatos de Senador. Suas posições podem ser sintetizadas como vinculadas às da ala liberal e conservadora da elite brasileira ligada aos setores exportadores, defesa do capital estrangeiro e combate aos nacionalistas mais radicais, que definia como xenófobos. Defendia, também, a criação da “cultura nacional” com base no exotismo das paisagens e do povo mestiço. Ver mais em Marlie Meyrer (2017).

grandes banqueiros, industriais e comerciantes norte-americanos. Para ele, o período que se inaugurava seria caracterizado pelo domínio de *Wall Street* sobre o Estado. “O capitalismo no poder não conhece limitações, sobremodo as de ordem internacional” (p.341).

As multinacionais americanas aumentaram suas filiais estrangeiras de cerca de 7,5 mil em 1950 para mais de 23 mil em 1966. Contudo, as empresas de outros países as foram seguindo cada vez mais, sendo sua principal função a de “internalizar mercados ignorando fronteiras nacionais”, tornar-se independentes de fronteiras nacionais, isto é, tornar-se independentes do Estado e seu território. Assim, “[...] na América Latina, já em 1950, trezentas filiais de empresas norte-americanas respondiam por 90% das inversões realizadas pelas empresas estadunidenses na região [...]” (FURTADO, 1975, p.53).

Inserida na luta contra o avanço do fascismo no hemisfério, na década de 1930, na tentativa de mudar a imagem negativa dos EUA na América Latina, Roosevelt lançou a política da Boa Vizinhança - uma série de acordos que previam intercâmbio cultural e econômico e a suspensão das intervenções militares norte-americanas na América Latina. É desta época o lançamento da edição latino-americana da revista estadunidense *Reader`s Digest* que, com apoio do governo norte-americano, tornou-se um importante instrumento de penetração do *american way*.⁶

No contexto que emergiu após o segundo conflito mundial, entretanto, as estratégias principais dos Estados Unidos concentraram-se em afastar do hemisfério qualquer influência da União Soviética. Contudo, a exclusão da América Latina dos planos de ajuda do governo americano no pós-guerra, deixando esta função unicamente à iniciativa privada, gerou muitos descontentamentos. A ênfase na Segurança Nacional no que

⁶ A este respeito ver Mary JUNQUEIRA (2001).

se refere a política externa para a América Latina, não ia ao encontro dos anseios dos países latino-americanos.

Em meio as reformulações da política norte-americana para a América Latina foram criados novos instrumentos a fim de preservar sua influência na região. Em 1947, foi criado o TIAR (Tratado Interamericano de Assistência Recíproca) que obrigava seus signatários, com o quórum de dois terços de aprovação, a interromper relações com qualquer violador dos princípios soberanos dos países americanos. Em 1948, era criada a OEA, que tinha como princípios básicos a não intervenção, igualdade jurídica entre os Estados, arranjo pacífico das diferenças e a defesa coletiva contra as agressões. Tratava-se de manter a paz interamericana, mantendo o foco no combate comum ao principal inimigo externo: o regime comunista, definido pelos Estados Unidos como contrário a democracia que deveria ser defendida na América Latina. No entanto, os Estados Unidos não tardaram a apoiar os regimes ditatoriais surgidos no período, como os de Fulgêncio Batista (Cuba), Pérez Jiménez (Venezuela) e Somoza (Nicarágua).

Em 1953 é criada a United States Information Agency (USIA), destinada a fortalecer as ações diplomáticas dos Estados Unidos no contexto da Guerra Fria. A agência, que funcionava no interior das embaixadas, não era um órgão isolado, mas estava ligada a uma rede de outras instituições que vinham sendo criadas no período após Segunda Guerra, a fim de consolidar a hegemonia norte-americana no mundo. Ela contava com uma rede de colaboradores, entre os quais alguns setores da imprensa internacional, como o grupo Time-Life. Essas ações eram elaboradas pela Agência Central de Informações dos Estados Unidos (CIA), que atuou fortemente na construção do consenso baseado na propaganda encoberta, na guerra psicológica e na promoção de frentes culturais.

O esforço bélico e “psicológico” dos Estados Unidos, no processo de intensificação de sua política de segurança hemisférica contra a ameaça comunista e seu conseqüente apoio as ditaduras latino-americanas, contribuiu para o crescimento do antiamericanismo na região. A própria OEA, criada como uma tentativa norte americana para submeter os vinte e um países membros ao controle norte-americano, passou a ser palco de disputas de influências. A principal divergência era quanto as prioridades distintas entre os países latino-americanos e os Estados Unidos. Os primeiros tinham como preocupação central a ajuda financeira para seu desenvolvimento, enquanto os últimos preocupavam-se exclusivamente com a segurança hemisférica.

Na esteira das queixas dos países latino-americanos contra a política estadunidense em relação a América Latina emerge a proposta do presidente brasileiro Juscelino Kubitscheck, de criação da Organização Pan-americana (OPA) que reivindicava, em última análise, maior apoio financeiro para o desenvolvimento dos países latino-americanos. A ideia era uma espécie de plano Marshall para a região. A OPA foi uma das mais significativas iniciativas da política brasileira frente a política externa norte-americana que, posteriormente, deu margem a Política Externa Independente. "Com a OPA, o governo Kubitscheck pretendia aglutinar várias nações latino-americanas, tendo a clara e reforçada liderança brasileira" (PEREIRA, 2011, p.5). Embora encarnando uma perspectiva tradicional, o que a OPA trouxe de novo era

a crença que só o desenvolvimento econômico poderia deter a revolução comunista, que este desenvolvimento só poderia ser obtido com um esforço aglutinado dos países latino-americanos e com a decisiva participação e compromisso dos Estados Unidos em restabelecer a aliança pan-americana (PEREIRA, 2011, p.5).

Assim, embora o antiamericanismo tenha raízes históricas na região, durante os anos 1950, a disputa entre as duas grandes potências pela hegemonia mundial aliada ao esforço americano na luta anticomunista no hemisfério, levou a reedição de políticas de interferência no continente, contribuindo para a intensificação de reações contra a hegemonia norte-americana. Além do mais, muitos países latino-americanos vivenciavam um crescimento urbano-industrial decorrente, em parte, da política de substituição de importações do período da guerra. As políticas nacionalistas, por sua vez, promoviam acirradas discussões da intelectualidade nacional e regional, acerca do desenvolvimento dos países latino-americanos e, de uma forma geral, andavam no sentido radicalmente contrário às instruções norte-americanas.

Exemplo da potencialidade explosiva do antiamericanismo na América Latina foi demonstrado por ocasião da visita do vice-presidente Richard Nixon na Venezuela, em maio de 1958, quando enfrentou uma série de manifestações antiamericanas em Caracas e quase foi agredido fisicamente por manifestantes, expondo a insatisfação latino-americana com a política externa dos Estados Unidos.

É este o contexto em que foi lançada *O Cruzeiro Internacional*, primeiro empreendimento editorial internacional brasileiro. A versão brasileira da revista já era nacionalmente consagrada como a principal revista ilustrada do país, carro-chefe da rede de comunicação dos Diários Associados que, em 1957, pôs em prática um ousado projeto de expansão para os países da América Latina, incluindo Espanha, e Estados Unidos.

O Cruzeiro integrou o primeiro conglomerado de imprensa e a primeira Rede de Comunicação, englobando diferentes mídias no Brasil - o oligopólio formado pelos Diários Associados de propriedade de Assis Chateaubriand. Fundada em 1928, a revista inseriu-se no contexto inicial do processo de modernização dos meios de comunicação no país, no final

dos anos 20 e que se consolidou nos anos 50. Porta-voz de um discurso modernizante, a revista foi a primeira do gênero de circulação nacional. O grande boom da revista ocorreu nos anos 40, quando trouxe propostas inovadoras, entre as quais, a intensa utilização do fotojornalismo, difundindo um ideal editorial de “reportagem” em contraposição ao modelo literário vigente no país até os anos 30. A linha adotada inspirou-se no jornalismo norte-americano, especialmente em revistas como a *Life*, tendo, por base, atualidades rapidamente digeríveis, adequando-se à vida moderna. O grande diferencial era a utilização da fotografia, não mais como mera ilustração, mas como construtora de um discurso visual sobre os acontecimentos.

Estas mudanças conectam-se com uma renovação da linguagem fotográfica no Brasil apontada por Fabris (2012) como ligada aos partidários da Nova Visão e Nova Objetividade. Eles “tinham colocado no centro de seu programa a ideia do ver melhor: concebiam a objetiva da câmera como um segundo olho capaz de educar o olho natural, levando-o a perceber o mundo a partir de ângulos inusitados” (FABRIS, 2012, p.178). Esta concepção tinha como princípio fundamental a ideia de objetividade documental que foi amplamente utilizada pela comunicação de massa, sendo seu principal expoente o fotojornalismo. A fotografia de imprensa deixa de servir apenas como ilustração do texto, passando a ser “[...] uma elaboração conceitual, materializando um conhecimento visual específico sobre o mundo. Não se tratava mais de simplesmente registrar o real, mas de ativamente construí-lo” (COSTA, 2012, p.170).

Nesse contexto, as revistas ilustradas, como *O Cruzeiro*, tiveram um importante papel na defesa de interesses políticos e econômicos de grupos e/ou governos e mesmo na difusão de determinadas visões de mundo. Elas fundamentavam-se, de um lado, na pretensa objetividade das fotorreportagens e, de outro, na possibilidade de construção da realidade

por meio, sobretudo, dos novos recursos tecnológicos e das ideias da fotografia de vanguarda.

A revista *O Cruzeiro*, nacionalmente, adotou um discurso pedagógico direcionado explicitamente e nominalmente a uma *burguesia nacional*⁷, a qual pretendia educar segundo os moldes do mundo que julgava civilizado, ou seja, europeu e norte-americano. Na sua versão latino-americana, ela guiou-se pelos mesmos princípios. Porém, nessa, o Brasil aparecia como líder do processo, colocando-se num estágio de civilização superior aos demais países latino-americanos.

O lançamento de *O Cruzeiro Internacional* ocorreu em meio a conjuntura político-econômica brasileira marcada pelo entusiasmo juscelinista, coincidindo também com outro lançamento – o da Operação Pan Americana (OPA), conforme descrito acima. Wilson Aguiar e Odylo Costa Filho foram encarregados de dirigir a edição internacional, sendo substituídos mais tarde por outros diretores, entre os quais Constantino Paleólogo, na década de 1960. Em seu livro: *O Brasil na América Latina: uma experiência de jornalismo internacional*, com tradução para o espanhol, Paleólogo (1960) escreveu sobre o processo de idealização e concretização do projeto da revista. Descreveu, também, a nova proposta editorial, sob sua gestão, que propunha conteúdos mais voltados para a realidade dos países latino-americanos, criticando a forma estereotipada como o continente vinha sendo tratado pela revista até então.

Antes do lançamento oficial em 1957, a empresa editorial havia feito algumas ‘experiências veiculando, no ano anterior, em alguns países da América Latina, edições da revista brasileira com parte das reportagens

⁷ O termo “burguesia nacional” é referido em diversos discursos da própria revista em sua versão brasileira e em discursos proferidos em outros veículos de imprensa por Assis Chateaubriand, que entre as diversas campanhas que promovia através de seus veículos de imprensa, uma dela tinha como objetivo a educação da “burguesia nacional”. Mais sobre este tema em Marlise Meyer (2017).

traduzidas para o espanhol. Porém, após pesquisas realizadas na Argentina, Uruguai, Chile, Bolívia e Paraguai, ao longo do ano, decidiu-se pela edição de uma revista voltada para alguns interesses específicos dos países vizinhos. Paleólogo (1960) afirma que as pesquisas revelaram que uma revista brasileira, que pretendesse somente difundir a “filosofia de vida” do Brasil, fracassaria, sendo preciso uma orientação totalmente nova. O autor argumenta que a *Life en Español*, mesmo com sua qualidade gráfica e beleza de suas fotos, não tinha confiabilidade entre os latino-americanos devido “a maneira ostensiva pela qual se fizera intérprete da política exterior do governo norte-americano” (PALEÓLOGO, 1960, p.21).

O empreendimento teria recebido apoio inicial do Presidente da República que, segundo Glauco Carneiro (1999), havia se comprometido a liberar verbas para publicações do Governo em todas edições, de no mínimo oito páginas, a fim de divulgar os projetos estatais desenvolvidos a partir do Plano de Metas. Esse apoio governamental, entretanto, não se efetivou, o que contribuiu para inviabilidade financeira da revista que, mesmo assim, manteve-se em circulação por oito anos com um déficit que contribuiu para a decadência do grupo Associados, conforme apontado por autores que estudaram o periódico⁸. A revista, mesmo com o sucesso inicial, foi deficitária desde o início e, embora a publicação tenha encerrado oficialmente em 1965, a partir de meados de 1961 ela foi minguando e passou, quase que exclusivamente, a traduzir parte da edição de sua congênera nacional.

Além da alegada promessa por parte de Juscelino Kubitschek, teriam sido feitos acordos com anunciantes norte-americanos para a venda de espaços publicitários, o que também não se efetivou. Tanto Carneiro (1999) quanto Acioly Netto (1998) atribuem a desistência dos anunciantes

⁸ CARNEIRO (1999); NETTO (1998); SILVA, 1989.

à interferência do grupo *Time- Life*, que havia lançado uma versão em espanhol para circulação na América Latina em 1953. Importante conhecer a atuação desta revista, na medida em que ela serviu de base para criação de *O Cruzeiro Internacional*, sendo sua principal concorrente.

A revista *Life* era a versão "mais leve" da *Time*, uma revista de notícias criada em 1923 que, de uma forma geral, divulgava uma síntese dos eventos ocorridos na semana - nacional e internacionalmente -, tendo como alvo a classe média americana. A *Life en Español* era voltada para a América Latina e trazia, além dos conteúdos da versão em inglês, outros específicos da região. A revista obteve apoio do Estado defendendo a importância de divulgar produtos e valores americanos, o que foi consolidado com o *Smith-Mundt Act* "que incentivava a divulgação e promoção dos Estados Unidos através da mídia americana em circulação em outros países" (SILVA, 2012, p.68).

Para Silva (2012), o grupo dirigido por Henry Luce atuava no sentido de tentar influenciar os rumos da política externa americana, cobrando e realizando ações que reforçassem a hegemonia norte-americana. A mesma autora afirma que as edições internacionais de *Time* e *Life* "ajudaram a transmitir ao mundo uma certa imagem da América: a América do consenso, da classe média, do capitalismo, do consumo, da democracia e da liberdade"(SILVA, 2012, p.70)

Esta expressão imperialista da mídia norte-americana, entretanto, sofria resistências nos países latino-americanos. As reações antiamericanas no continente tinham raízes históricas, devido a política intervencionista na região desde o século XIX, culminando com a Doutrina Monroe, que estimulou posições intelectuais contrárias ao imperialismo norte-americano, bem como algumas ações e movimentos de cunho nacionalista contrários ao domínio estadunidense. No século XX, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, este sentimento chegou ao

seu ápice em um contexto que foi se tornando cada vez mais complexo no decorrer dos anos 1950.

Mesmo sendo declaradamente favorável ao domínio econômico norte-americano, especialmente no que diz respeito a defesa da entrada do capital estrangeiro no país, o grupo dos *Diários Associados* soube aproveitar o contexto. Pretendia assumir o posto de intermediário entre os países latino-americanos e os Estados Unidos, papel que, em termos de imprensa, vinha sendo ocupado pela *Life*. Entretanto, os nacionalismos emergentes na América Latina poderiam ser um empecilho. Por ocasião da inauguração de *O Cruzeiro Internacional*, em 1957, Assis Chateaubriand, discursou dizendo:

A edição desta revista em língua espanhola [...] tinha que ser feita por nós, por nossa organização. Ela significa mais um golpe que das nossas fileiras parte contra o nacionalismo caricatural que aqui se faz. Nosso povo, senhor presidente, ou se levanta contra este nosso estado macrocefálico, contra o dilúvio dos monopólios estatais, que todos os dias nos esmagam, e contra a deformação da idéia nacional, ou ele sucumbirá nos dias que correm e que significam em todas democracias ocidentais, a partir da Alemanha, da Inglaterra, dos Estados Unidos e do Canadá, a ressurreição da livre empresa
(*O CRUZEIRO*, 04/05/1957, p.22)

O Cruzeiro Internacional, desde o início, se inspirou na revista *Life*, ao mesmo tempo em que se posicionava como sua concorrente.

A ideia inicial era compor uma redação com jornalistas contratados de diversos países latino-americanos e que utilizassem, em seus textos, uma espécie de "espanhol interamericano", ou seja, que passasse por cima das diferenças regionais da língua e fosse relativamente bem aceito em todos os países (CASADEI, 2012, p.82).

O objetivo de concorrer com as americanas *Seleções* e *Life*, mais especificamente com esta última é citado por Paleólogo (1960). Para o autor, eles tiveram "coragem de exportar, sob a forma da revista, o seu pensamento e a sua concepção filosófica de vida" (p.17). Segundo a avaliação feita pelo autor, devido aos nacionalismos dos países latinos, seria prudente evitar a propaganda excessiva do Brasil. Avaliava, ainda, que havia um desconhecimento mútuo entre o Brasil e os países hispânicos, mas havia também um interesse desses países pelo Brasil.

Para Paleólogo (1960, p.30), entre os Estados Unidos e o Brasil, "ao sul, evidentemente, estava situado o país amigo, o aliado desinteressado, a nação que pelo tamanho e pelas suas possibilidades de progresso, estava destinada a estabelecer o equilíbrio de influências na América [...], assumia o novo papel no novo contexto". Esta concepção é simbolizada na imagem publicitária (Figura 1) veiculada nas primeiras edições da revista. Nela, o Brasil, representado por sua bandeira, aparece na parte superior da imagem apoiando os demais países da América Latina (representados por suas respectivas bandeiras) intermediado pela revista *O Cruzeiro*.

Esse novo papel, ainda segundo o autor e membro da editoria da revista, era explicitado na missão anunciada como sendo a de aproximar os povos latino americanos (Brasil e hispânicos), atuando, assim como "intérpretes":

Que éramos nós todos, afinal de contas? Uma comunidade de nações classificadas de subdesenvolvidas, lutando pela sua emancipação econômica e rebelando-se contra aqueles que viam em nós, apenas um campo lucrativo para a intervenção de capitais, mas que não se preocupavam em absoluto com nosso destino e nossa e a nossa evolução. Tínhamos deficiências, sem dúvida, mas ninguém poderia julgar-nos por elas. Chegara o tempo em que devíamos empenharmos, todos, em estimular os nossos inúmeros aspectos positivos, a fim de que as deficiências fossem eliminadas. A comunidade latino-americana

de nações não necessitava de críticos, necessitava, isto sim, de um intérprete (PALEÓLOGO, 1960, p.46).

Figura 1 - Anúncio *O Cruzeiro Internacional*



O Cruzeiro Internacional, 02/04/1957, p.5.

Fonte: Acervo Biblioteca Mário de Andrade – São Paulo

O autor continua a explanação dos objetivos e méritos da revista internacional, afirmando que foi esta sua função, de “intérprete da América Latina”, que preparou o caminho para a Operação Pan Americana de Juscelino Kubitschek. Paleólogo tece críticas ao monopólio norte-americano das notícias que veiculavam somente informações positivas dos EUA de forma acrítica, enquanto as notícias da América Latina tratavam, em geral, de seu subdesenvolvimento (PALEÓLOGO, 1960, p.66). *O Cruzeiro Internacional* assim se posicionava:

[...] num processo de evolução natural como intérprete da América Latina [...] a divulgação dos episódios da vida norte-americana exclusivamente sob seu aspecto róseo, sem submetê-los a qualquer crivo analítico, foi eliminando esse tipo de matéria "fabricada", substituindo-a por artigos e fotos referentes ao Brasil e à América Espanhola. E a revista nada sofreu do ponto de vista jornalístico. Pelo contrário: toda uma multidão de criaturas, que até então nunca se julgara nem fôra julgada digna de transformar-se em tema de reportagem, começou a surgir nas páginas da publicação. Mulheres lindas de todas as nações, cientistas, escritores, pintores, atôres e atrizes, mendigos e milionários, excêntricos e idealistas, enfim toda a multicolorida gama da humanidade latina do Novo Mundo foi sendo revelada a um público que parecia nunca ter suspeitado de sua existência (PALEÓLOGO, 1960, p.67)

Em sua concepção, do papel de intérprete da América Latina”, a revista poderia dar respostas em nome do subcontinente, o que antes só era feito a nível local (nações). Definida como uma revista feita por latino-americanos para latino-americanos, "sua missão primordial, por conseguinte, acabou sendo a de oferecer uma grande e unificada tribuna livre aos povos da América Latina" (PALEÓLOGO, 1960, p.76). O autor ainda conclui que a criação de *O Cruzeiro Internacional*,

[...] é um acontecimento inédito no mundo. Pela primeira vez, na história da imprensa universal, uma revista nasceu para representar e interpretar toda uma comunidade de nações esquecida da existência de fronteiras, alheia às pequenas diferenças que geram animosidades entre países, assumiu, como objetivo superior, a tarefa de exprimir o que todos tem de grande, de belo e de justo, mesmo quando, para fazê-lo, é forçada a mostrar o reverso da medalha. Não é a revista de um só povo - pertence a vinte nações. Talvez seja esta a primeira parte da lição que a América Latina está preparando para ministrar ao mundo (PALEÓLOGO, 1960, p.89).

Conforme já assinalado, *O Cruzeiro Internacional* e *Life en Español*, enquanto publicações representantes de dois polos regionais centrais disputavam a hegemonia de determinada visão de mundo. Entretanto, essa disputa não estava localizada apenas nos polos centrais, citados, mas passava pelas querelas internas entre os países latino-americanos, como podemos auferir da publicação da resposta ao discurso de Assis Chateaubriand. A réplica foi escrita por Fernando Diez Medina, ministro da educação da Bolívia, sob o título: *Insurgência da Nova América*. Segundo ele, ao defender que a única forma capaz de “compensar nossa imaturidade social e nossa adversidade geográfica” seria a aproximação política de nossos povos e abertura dos mercados ao capital europeu e norte-americano, Chateaubriand não levava em conta a diversidade dos países latino-americanos. Nas palavras de Medina, “não é o mesmo falar de aproximação a partir do Rio de Janeiro do que de La Paz [...] em que a América, a do centro, a do Sul, é um mosaico de povos, de costumes, de diversidades econômicas, que não se pode medir com o mesmo critério.” O autor ainda cita “o repúdio ao nacionalismo e ao mito do aborígene [...] especialmente por parte de um condutor de opinião continental” como inadmissíveis (O *CRUZEIRO INTERNACIONAL*, 01/07/1957, p.49).

Sinteticamente, os objetivos da publicação latino-americana são assim descritos no editorial de abertura da primeira publicação: “O *Cruzeiro* procura por em evidência nossa origem comum, nossos comuns interesses e nossas comuns ideias. Ela surge decidida a constituir-se em um elemento promotor de nossa aproximação” (O *CRUZEIRO INTERNACIONAL*, 07/04/1957, p.8).

Munidos desses princípios frequentemente reiterados em discursos, alguns de autoria do próprio Chateaubriand, a revista promovia e divulgava uma determinada visão da América Latina para a América Latina. Para isso, produziu e reproduziu representações sociais sobre o

subcontinente, construídas por meio de um conjunto de imagens e textos veiculados em fotorreportagens sensacionalistas, colunas de fofocas ou em artigos de cunho político-econômico. Em qualquer um dos formatos, na maioria dos casos, a ideia de pan-americanismo conforme concebida pelo grupo editor da revista, permanecia como fio condutor. Nessa construção o periódico buscava afirmar um discurso pretensamente latino-americano. Paleólogo (1960, p.61) enfatiza esse caráter: “circulando, simultaneamente, em todos os países hispano-americanos, e provindo de um país latino, passava a ser o único veículo capaz de divulgar, para toda a comunidade de nações, as ideias que mais lhe interessavam”.

Nesse intento explícito de difundir uma imagem da América Latina a partir da própria América Latina, a revista seguidamente promovia um embate com as publicações norte-americanas, mais especificamente com a revista *Life en Español*. Paleólogo (1960, p. 21) infere que *Seleções e Life* eram as duas únicas revistas internacionais que circulavam na América Latina no período. Para o autor, a primeira, embora doutrinária e portavoz do *american way*, tinha já um espaço conquistado entre o público Latino Americano. Já a forma ostensiva com que a segunda se “fizera intérprete da política norte-americana” tornou-a impopular por crescentes segmentos do público latino-americano.

Essas práticas podem ser entendidas a partir das concepções de campo jornalístico por Bourdieu no que diz respeito às suas disputas internas. Para esse autor, a concorrência integra a lógica específica do campo jornalístico, que “incita a exercer uma vigilância permanente [...] sobre as atividades dos concorrentes, a fim de tirar proveitos de seus fracassos” (BOURDIEU, 1997, p.107-108). Para o autor, a concorrência, entretanto não contribui para a autonomia, pois gera uma uniformidade da oferta dos produtos ao copiar seus sucessos e evitar seus fracassos.

Seguindo ainda as críticas do primeiro diretor da revista, Constantino Paleólogo, outra limitação à divulgação de notícias de interesse essencialmente latino-americano, era o domínio das agências de notícias norte americanas na difusão de notícias, incluindo textos e imagens.⁹ Para o autor, a hegemonia dessas agências colaborava para a construção e difusão de imagens estereotipadas da América Latina além de enfatizar seu subdesenvolvimento em contraposição ao desenvolvimento e sistema de vida idealizado dos norte-americanos. Tal influência teria feito com que a própria revista *O Cruzeiro Internacional* reproduzisse essas concepções no seu primeiro ano de veiculação. O autor descreve que o processo de mudança com relação aos conteúdos publicados na revista, ocorreu após pesquisas em alguns países e a identificação da presença de um antiamericanismo aliado a prevalência de uma forte identidade cultural nas diferentes nações.

Essa distinção entre o discurso de *Life en Español* e *O Cruzeiro Internacional* pode ser observada nos primeiros editoriais por ocasião do lançamento das duas revistas. De 1953 a 1957, os editoriais da revista norte-americana têm como título *Carta de Norteamérica*. Essas *Cartas* eram assinadas como “La Dirección”. Na primeira edição a revista é apresentada ao público enfatizando que

mesmo que adote um novo idioma, a LIFE será essencialmente a revista de sempre [...] com uma seleção das “melhores reportagens” da publicação em inglês com alguns materiais específicos de interesse para a América Latina e [...] esta página, que corresponde a do editorial de LIFE em inglês, será escrita especialmente para nossos leitores de língua espanhola. Nela, tentaremos

⁹ Segundo Amanada Medeiros e Juciano Lacerda: “No pós-guerra, houve a ascensão dos Estados Unidos como principal potência capitalista e os círculos de informações globais se redesenharam com a hegemonia das agências norte-americanas. No cenário da Guerra Fria, uma nova estrutura dos sistemas internacionais de informação começa a tomar forma; ao longo dos anos as agências ‘passaram de empresas familiares para holdings de capital aberto, com subsidiárias para serviços específicos, compondo-se de uma estrutura complexa e assemelhando-se às corporações de outros setores’, inclusive se expandindo e eliminando a concorrência através de grandes fusões” (MEDEIROS, LACERDA, 2018, s/p).

resenhar o que mais atrai a atenção do povo norte-americano (*LIFE EN ESPAÑOL*, 05.jan.1953, p.32).

Já o editorial de abertura da edição internacional de *O Cruzeiro*, é assinado por Assis Chateaubriand com o título “La America Latina y el principio de la cooperacion” acentuando o latino-americanismo: “Esta edição, de um dos órgãos da cadeia ‘Diários Associados’, *O Cruzeiro*, busca destacar nossa origem comum, nossos interesses comuns e nossas ideias comuns. Ela surge determinada a se tornar um elemento promotor de nossa abordagem” (*O CRUZEIRO* – Edición Internacional, 02.abr.1957, p.3).

O próprio título do editorial de *Life* evidencia que a mensagem é emitida dos Estados Unidos para a América Latina, enquanto, Assis Chateaubriand pretende ser a voz do continente para o continente latino-americano. As diferenças também revelam a maior e menor adesão às regras do mito da “neutralidade”, caras à imprensa, especialmente a norte-americana. Lembramos que, no Brasil, é nos anos 1950 que se estabelece o comprometimento da imprensa com a imparcialidade, com a crescente profissionalização dos jornais e jornalistas, ao seguir determinados padrões e técnicas incorporadas, principalmente, do jornalismo norte-americano (BARBOSA, 2007). Muitos periódicos brasileiros, entretanto, vivenciavam ainda na época uma fase de transição entre o jornalismo moderno e o tradicional.¹⁰ Essas estratégias que criam “efeitos de neutralidade” visam, em última análise ampliar a legitimação dos discursos, agora sob outras formas e outros signos, não eximindo as publicações das pressões externas e internas sofridas.

¹⁰ Para Jacques Wainberg (1977) ao contrário do atual jornalismo do leitor, onde predomina a visão de satisfazer ao consumidor (público-leitor) aquele praticado por Chateaubriand era praticamente uma “caixa de ressonância de sua voz (o editor como ator político).” Para o autor, o jornalismo dos Diários Associados é fruto de uma época em que se praticava o jornalismo de editor, sendo que “nela preponderava a voz do chefe.” Nesse sentido, afirma que “os veículos são extensão de seus interesses, de suas ideias e projetos, ideologias e desejos.” O editor, torna-se, assim, um ator político que utiliza seus “meios” como palanque. (WAINBERG, 1977, p. 14).

Conforme já assinalado, a *Life* era ao mesmo tempo modelo e concorrência, desde o formato da revista aos temas tratados, sendo que algumas vezes *O Cruzeiro* se colocava em posição de confronto direto com a publicação norte-americana, buscando afirmação e reconhecimento de sua posição jornalística na América Latina. Em 1957, primeiro ano de veiculação da revista internacional, uma das matérias em chamada de capa foi sobre as mulheres latino-americanas. Sob o título, *La Joven Moderna da América* (O CRUZEIRO INTERNACIONAL, 01/12/1957, p.16) a reportagem, sem assinatura, descreve, em nove páginas, um perfil da mulher latino-americana que possuiria um “equilíbrio entre as virtudes tradicionais e a liberdade da educação moderna”. Por meio de textos e imagens fotográficas são ressaltadas as diferenças e as qualidades da jovem hispano-americana frente a norte-americana. Essa última, estaria “contaminada pelo “vírus do materialismo”.

Essa longa matéria chama atenção, se considerarmos que em janeiro do mesmo ano a *Life en Español* publicou uma edição especial com o título: *La Mujer em los E.E.UU.: sus triunfos y problemas*, cuja ênfase eram as qualidades das estadunidenses, derivadas dos valores e benefícios do mundo moderno capitalista.

A partir da segunda metade do segundo ano da revista, a concorrência e/ou enfrentamento com a *Life* se tornaram mais explícitos. O próprio Paleólogo enfatiza essa mudança na linha editorial. O autor descreve que inicialmente a editoria tinha certo receio de confrontar a “rival” norte-americana, mas que teriam percebido a necessidade de se diferenciar, pois estava perdendo leitores. Passaram então, sempre na versão de Paleólogo (1960), a evidenciar, em suas páginas, um não alinhamento automático com a potência do norte e, em alguns casos, confrontando diretamente suas versões dos acontecimentos. Essa mudança se expressou simbolicamente na mudança do título da revista,

que deixou de ser *O Cruzeiro – edición internacional* para tornar-se *O Cruzeiro Internacional* a partir da edição de 01 de outubro de 1958.

A denominação Edição Internacional definia a revista, sem dúvida, como uma variante da Edição Nacional, em castelhano, mas a supressão da palavra **Edição**, o uso apenas do vocábulo **Internacional**, indicava o nascimento de uma revista independente, desligada daquela que lhe dera origem, com uma nova filosofia, novos objetivos, novos rumos [...] (PALEÓLOGO, 1960, p.47, grifo no original).

No contexto da agressiva política anticomunista promovida pela imprensa norte americana, a revista *Life en Español* por ocasião da visita do, então, vice premier soviético Anastas Mikoyan aos Estados Unidos, publicou a matéria: *Um Rojo y el capitalismo: supermercados y automóviles gusta em los EE.UU. a Mikoyan*.¹¹ A reportagem é ilustrada com fotografias de Mikoyan fazendo compras, visitando uma indústria automobilística, entre outras do mesmo teor. Apresenta a imagem de um soviético sorridente e encantado com o capitalismo estadunidense. Por sua vez, a edição de *O Cruzeiro Internacional de 01 de agosto de 1959* traz a reportagem: *Por primera vez el texto integro: Mikoyan habla de su visita a EUA*.¹² Na apresentação da matéria, não assinada, o texto fala da importância dessa visita para a América e faz uma crítica ao tratamento dado pela imprensa ao fato. Diante disso, *O Cruzeiro Internacional* decidiu ir diretamente à fonte e solicitar uma entrevista ao próprio Mikoyan sobre sua ida aos EUA. Em resposta, teria recebido as notas taquigrafadas da entrevista que ele concedeu à imprensa soviética no seu retorno, o que a revista estava publicando na íntegra, sem alterações e/ou “interpretações”. A esse respeito Paleólogo (1960, p. 71) afirma que procedendo dessa forma,

¹¹ *Life en Español*, 09.fev.1959. Vol. 13, n.º 2, p. 24.

¹² *O Cruzeiro Internacional*, 01.ago.1959. Rio de Janeiro. Ano III. N.º15, p. 58-61.

O Cruzeiro Internacional adotava uma linha de “democracia superior [...] seu dever não era, portanto, emitir um pronunciamento sobre a questão, mas informar com autenticidade”.

Da mesma forma após publicações de *Life* no início de 1959, com críticas a Fidel Castro e aos acontecimentos em Cuba¹³, o *Cruzeiro Internacional* publica uma série de três longas reportagens com entrevistas “exclusivas” de Che Guevara¹⁴, com autoria de Fernando G. Campoamor, correspondente em Havana. A primeira da série é tema da capa da revista estampada com a fotografia de Che Guevara e a legenda: “CHE revela la verdadera historia de la Revolucion Cubana”. Mais uma vez, na busca de legitimação, a matéria abre com o discurso sobre autenticidade da notícia veiculada pela revista:

Em seu esforço permanente de levar aos leitores a autêntica interpretação dos eventos mais importantes da América e do mundo, O CRUZEIRO Internacional, por meio de seu correspondente em Havana, Fernando G. Campoamor atravessou os muros da Cabanha e obteve, com absoluta exclusividade mundial, de um dos principais líderes da vitoriosa Revolução Cubana, o comandante Ernesto "Che" Guevara, a história viva da campanha libertadora. (O CRUZEIRO INTERNACIONAL, 16 de junho de 1959, p.15)

Podemos citar, ainda, dois momentos de enfrentamento mais direto com a publicação norte americana, que evidenciam a linha de embate e busca de autonomia por parte de *O Cruzeiro Internacional*. Em 2 de março de 1959, a edição latino-americana da revista *Time* publicou um artigo sobre um outro foco de conflito latino-americano, dessa vez na Bolívia. No

¹³ Em especial as edições de: 09.fev.1959 - *Castro y Cuba celebran la caída del tirano* (p.10) e *Herbert L. Matthews, del Times de Nueva York, opina sobre Castro y su victoria* (p.22); 23.fev.1959 - *Los procesos de La Habana: ¿Justicia o espectáculo romano?* (p.11); 06.abr.1959 - *Uma condena que alegra a los reos: Cuba* (p.28).

¹⁴ *O Cruzeiro Internacional*, Rio de Janeiro, 16.jun.1959, ano III, nº12, p. 15-19; Idem, 01.jul.1959, ano III, nº 13. P. 16-21; Idem. 16.jul.1959. ano III. Nº 14, p. 60-64.

artigo sugere-se a divisão da Bolívia entre os países vizinhos e o fim de sua existência como país. A publicação teve grande repercussão negativa em toda imprensa latino-americana, levando o próprio Henry Luce a se justificar posteriormente. Gerou também revoltas dos estudantes nas ruas da Bolívia. O episódio é considerado como responsável pela “desistência” de Clare Booth Luce, esposa do proprietário do Grupo Time Life, ao posto na embaixada brasileira, que assumiria naquele ano.¹⁵ Mais uma vez *O Cruzeiro Internacional* publicou uma matéria-resposta com a entrevista do embaixador da Bolívia, Fernando Diez de Medina: “Bolívia, Centro e Clave de um Continente”, onde ele responde cada um dos argumentos do artigo norte-americano e defende a unidade de seu país (O CRUZEIRO INTERNACIONAL, 01.jun.1959, p. 20-25).

Uma referência mais explícita à revista *Life*, aparece em matéria de capa, de 01 de novembro de 1959 (Figura 2) com título: *Por que los yanquis no pueden comprender a America Latina* (O CRUZEIRO INTERNACIONAL, 01.nov.1959. p.22-27). A reportagem é um confronto direto e nominal a uma publicação de *Life en Español* de 10 de agosto de 1959 (Figura 3): *Por que no podemos comprendernos mejor* (LIFE EN ESPAÑOL.10.ago.1959.p 64-71), com a chamada de capa: *Dos tipos de americanos: um teólogo explica sus diferencias*. Estrategicamente a reportagem publicada na revista brasileira utiliza o mesmo título, formato, diagramação, composição e artes gráficas, estimulando o leitor a relaciona-la com a reportagem da *Life*. Ambas as reportagens iniciam em uma página dupla com uma divisão horizontal, sendo que a parte superior é ocupada com desenhos divididos em dois cenários: à esquerda a representação caricatural dos norte-americanos e a direita dos latino-

¹⁵ Proceedings and debates of the 86th Congress First Session. Vol. 105 - part 5. April 13, 1959 to april, 29, 1959. U.S. Government Printing Office: Washington, 1959, pg. 6993.

americanos, sendo que em *O Cruzeiro*, as imagens estereotipadas dos latino americanos aparecem em um balão que remete a imaginação. No canto inferior esquerdo, junto ao texto, um box apresenta o autor do artigo. A *Life* apresenta o padre Jesuíta Gustavo Weigel, autor do artigo, que viveu 11 anos na América Latina, decano da Universidade Católica do Chile. A revista assinala que o texto representa o ponto de vista pessoal do autor que não necessariamente é o da *Life en Español*. A edição brasileira, no mesmo formato, apresenta o autor Constantino Paleólogo, com uma breve biografia de sua trajetória intelectual e a observação de que o seu ponto de vista é o de *O Cruzeiro Internacional*.

Figura 2. Por que los yanquis no pueden comprender a America Latina



O Cruzeiro Internacional. 01.nov.1959. ano III. Nº21. p. 22.
 Fonte: Acervo Biblioteca Mario de Andrade – São Paulo.

Figura 3. Por que no podemos comprendernos mejor



Life em Español. 10.ago.1959. vol 14.nº3.p 64-65.
 Fonte: Acervo Biblioteca Mário de Andrade

Os desenhos têm um importante papel pedagógico e de atribuição de sentido aos textos, sendo assinados por caricaturistas reconhecidos. Também a apresentação dos caricaturistas, com suas biografias descritas em um *box*, é idêntica em ambas as publicações. As ilustrações da revista americana são feitas por um caricaturista chileno, Jorge Delano, e as da brasileira pelo caricaturista Ziraldo. Não é nosso objetivo, aqui, discutir o conteúdo textual e imagético dessas matérias. Apenas destacamos que, de uma forma geral, o texto do jesuíta opõe a operosidade e produtividade do norte-americano ao ócio e falta de engenho e eficiência dos latino-americanos. Cita ainda características como sensualidade, impulsividade e afetividade como características latino-americanas. Paleólogo, em seu artigo, contrapõe cada um desses pontos e cita as “fraquezas” dos norte-americanos: delinquência juvenil, problema racial com os linchamentos da população negra, corrupção (se refere aos gangsters de Chicago).

Essa matéria é apresentada no editorial da edição, assinado por Constantino Paleólogo, autor do texto e à época secretário de edição, enfatizando o papel a que a revista se atribui: “Em um momento como este, não podemos deixar de nos alegrar com a existência de *O CRUZEIRO Internacional*, que viabiliza a resposta, ampla e firme, a heresias dessa magnitude” (*O CRUZEIRO INTERNACIONAL*, 01.nov.1959. p.5).

A revista *O Cruzeiro Internacional*, especialmente durante o ano de 1959, engendrou um embate constante com a revista *Life en Español*, no intuito de assumir um papel de “porta-voz” da América Latina, buscando independência editorial. Para muitos analistas, a aventura internacional de *O Cruzeiro*, já estava condenada desde o início, pois por ocasião do seu lançamento a revista nacional já estava em processo de decadência, sendo

suplantada pela revista *Manchete*¹⁶ nos anos seguintes. A partir de 1961, a publicação internacional foi minguando com cada vez menos anúncios e conseqüentemente menos reportagens. Ao final limitava-se a reproduzir algumas poucas matérias da revista nacional e a republicar artigos de Assis Chateaubriand.

Entretanto, cabe destacar que, enquanto o caráter combativo de *O Cruzeiro Internacional* se arrefecia, no momento em que a publicação perdia força, a revista em sua edição nacional foi protagonista de um grande embate com a revista *Life Internacional* na língua inglesa. Esse fato é discutido em artigo de Fernando de Tacca (2006). Para fazer frente à publicação de uma série de cinco reportagens da *Life* (junho, 1961) sobre a pobreza latino-americana, sendo uma delas referente às favelas brasileiras, *O Cruzeiro* enviou o repórter Henri Ballot para fazer uma reportagem sobre a pobreza em Nova York, que foi publicada na edição nacional em outubro de 1961, conseguindo, segundo Tacca (2006), mobilizar a opinião pública.¹⁷ Estranhamente, esta matéria não foi publicada na edição internacional, evidenciando a sua perda de prestígio mesmo dentro do grupo editorial.

Mesmo já em decadência a revista nacional tinha uma longa história de êxito que lhe conferia uma posição de prestígio no campo jornalístico que possibilitava maior autonomia com relação aos outros campos e maior capital nas disputas internas ao campo. Esse fator permitiu que mesmo sem apoio político e restrições econômicas, no caso referido acima, o discurso da revista *O Cruzeiro*, na sua edição nacional, obteve significativa eficácia na disputa por visões de mundo naquele contexto histórico e

¹⁶ Revista de A. Bloch, *Manchete*, ingressou no mercado brasileiro em 1952 e passou a disputá-lo com *O Cruzeiro*. Já no final da década, esta publicação superou sua rival, tornando-se a principal revista brasileira de fotorreportagens na década seguinte.

¹⁷ Para mais informações sobre este tema consultar Fernando de TACCA (2006).

espacial. A baixa autonomia da revista internacional, entretanto, não permitia voos tão altos, o que pode explicar a não publicação dessa matéria polêmica, mas de grande repercussão e reconhecimento, dentro e fora do campo jornalístico brasileiro.

Referências

BANDEIRA, Muniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973.

BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900 – 2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 1989.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1987

_____. *Sobre a Televisão*, seguido de A influência do jornalismo e Os jogos Olímpicos. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.

CARNEIRO, Glauco. *Brasil, Primeiro. História dos Diários Associados*. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 1999.

CASADEI, Eliza Bachega. Las imágenes fotográficas de América Latina en O Cruzeiro Internacional. *Comunicacion Y Medios*, v. 1, n. 29, p. 37-51, 2014. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/135500>

_____. Eliza Bachega. O sonho imperialista de Assis Chateaubriand na América Latina: ascensão e fracasso de O Cruzeiro Internacional. São Paulo: *Extraprensa* (USP) – Ano VI – nº10. Junho, 2012.

COSTA, Helouise. Surpresas da objetiva: novos modos de ver nas revistas ilustradas modernas. In.: SAMAIN, Etienne. *Como pensam as imagens*. Campinas, Unicamp, 2012, p. 153-173.

ESCOBAR, Jiménez Alejandro. *Neruda en O’Cruzeiro Internacional*. Recuperación, introducción y notas. Santiago: Puerto de Palos, 2004.

FABRIS, Annateresa. Uma sensação estranha que faz pensar. In.: SAMAIN, Etienne. *Como pensam as imagens*. Campinas, Unicamp, 2012, p.175-189.

FURTADO, Celso. *A Hegemonia dos Estados Unidos e o subdesenvolvimento da América Latina*. 2 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

HUNT, Michael. *Ideology and US Foreign Policy*. New Haven: Yale University Press, 1987.

JOVCHELOVITCH, Sandra. *Representações Sociais e Esfera Pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao sul do Rio Grande: análise de Seleções do Reader’s Digest*, Porto Alegre: editora da Universidade São Francisco, 2001.

MEDEIROS, Amanada e LACERDA, Juciano. Agências transnacionais e agências alternativas de informação em rede na América Latina: hegemonia e resistência. *IV Encontro regional sudeste de história da mídia 2018 – ALCAR: Niterói*, 2018.

MEYRER, Marlise Regina. Revista *O Cruzeiro: um projeto civilizador através das fotorreportagens (1955-1957)*. *História Unisinos*, 14(2):196-213, São Leopoldo, Maio/Agosto, 2010

MEYRER, Marlise R. *Representações do Desenvolvimento nas fotorreportagens da Revista O Cruzeiro (1955-1957)*. Passo Fundo: Editora da Universidade de Passo Fundo, 2017.

NETTO, Accioly. *Império de Papel: os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NYE, Jr. Joseph S. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York, Basic Book, 1990.

PALEÓLOGO, Constantino. *O Brasil na América Latina: Uma experiência de jornalismo internacional*. Edições O Cruzeiro: Rio de Janeiro, 1960.

PEREIRA, Henrique Alonso de A. Pan-americanismo e anticomunismo: A operação Pan-americana no Brasil e as origens da aliança para o progresso nos Estados Unidos. In.: *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História* - ANPUH - São Paulo, jul, 2011.

RAMOS, Leonardo e ZAHARAN, Geraldo. Da Hegemonia ao poder brando: implicações de uma mudança conceitual. *Cena Internacional*, ano 8, n 1, jun 2006. p.134-157.

SILVA, Graciela Fabrício da. "O que fazer com castro": Time, Life e a Revolução Cubana (1959 -1962). Dissertação de Mestrado. Niterói/RJ: Universidade Federal Fluminense, 2012.

SILVA, Eugênio. "O Cruzeiro: por que acabou - depoimento". *Revista de Comunicação*, ano 5, n. 20, Rio de Janeiro: 1989.

TACCA, Fernando de. O Cruzeiro versus Paris Match e LIFE Magazine: um jogo especular. *Líbero* - Ano IX - n° 17 - São Paulo: Jun 2006.

THOMPSON, John B. Comunicação e contexto social. In: *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VALENTE, Leonardo & SANTORO, Maurício (2007). A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez. *Carta Internacional*, 2(1). Belo Horizonte. Recuperado de <https://cartainternacional.abri.org.br/Carta/article/view/410>

WAINBERG, Jacques A. *Império das palavras*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1977.