

Revista Senhor: Jornalismo cultural na imprensa brasileira

Eliane Fátima Corti Basso

Doutora em Comunicação Social
Universidade Metodista de São Paulo, SP

Resumo

Este texto apresenta a experiência editorial da revista SENHOR, lançada em março de 1959 no Rio de Janeiro. A publicação circulou por quase cinco anos e demonstrou seu papel principal no campo do Jornalismo Cultural. Concebe-se ainda a idéia de que SENHOR esteve na vanguarda das publicações culturais brasileiras, revelando-se como uma das mais importantes revistas consideradas cultas e de design gráfico, de todos os tempos, do mercado brasileiro. A revista serviu como um importante espaço público para a veiculação da produção intelectual.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural de revista, Revista de Cultura, História do Jornalismo.

No final da década de 50, o mercado editorial estava se desenvolvendo e não havia nas bancas uma revista que se propusesse a apresentar, ao mesmo tempo, a produção cultural e as temáticas do universo masculino para um público com alto poder aquisitivo, morador dos centros urbanos, intelectualizado, sofisticado ou com desejo de sê-lo. O surgimento da revista *SENHOR*, em março de 1959, aconteceu dentro de um contexto de profundas mudanças estruturais nos campos político, econômico, cultural e da imprensa brasileira. O Brasil atravessou a década de 50 com transformações aceleradas e *Senhor* foi um dos símbolos do país moderno que desejou viver cinqüenta anos em cinco. Para Lucy Niemeyer (2002, p. 189) "A revista Senhor veio no bojo do projeto modernista que acontecia no país".

SENHOR foi uma revista elaborada para ser uma publicação de alto nível, compatível com o programa da Editora Delta, pertencente aos irmãos Simão e Sérgio Waissman, Abrahão Koogan e Pedro Lorsch, que já publicava e vendia coleções a crédito. As fontes para a concepção de *SENHOR* partiram do jornalista gaúcho Nahum Sirotsky, experiente editor, com passado pelas revistas *Visão* e *Manchete*, que na época preparava um projeto para uma revista de política internacional que se chamaria *H&M*, o Homem e o Mundo, na linha da publicação norte-americana *U.S. News and World Report* (SIROTSKY, 2003). Ao conversar com Simão Waissman, Sirotsky falou do projeto da revista sobre política, mas a Delta objetivava uma publicação que apresentasse um conteúdo formador, se distinguindo pela qualidade do projeto gráfico. Com base na estrutura editorial de *Seleções* e *Esquire*, Sirotsky diz que foi improvisando a proposta:

Ele (Simão) disse que queria uma publicação compatível com o programa da editora e que pudesse ser como um cartão de visitas. Tinha alguma idéia? Disse que sim e fui improvisando. Parti das revistas Esquire e Seleções. Teria ensaios sobre grandes temas de todos os tipos por grandes nomes.

Publicaria uma noveleta em cada número e uns contos. Serviços para homens, como vestir bem, preparação de cocktails, escolha de bons vinhos, resenhas de livros de utilidade para o empresário e etc. As capas seriam especialmente criadas por artistas brasileiros, assim como as ilustrações. Tudo boa arte. Teria o tamanho de Esquire e preço de capa várias vezes mais caro do que a mais cara do Brasil para que fosse símbolo de status. Ele gostou. Pediu que montasse um exemplar para mostrar (SIROTSKY, 2003).

Do ponto de vista do interesse editorial, deveria ser uma revista que se portasse como obra de arte, portanto, cartão de visitas da qualidade do que a editora publicava. Desta forma depreende-se a idéia de que estaria menos submetida à intenção do lucro e mais ao prestígio. Segundo Luiz Lobo (2004), a revista buscava também lograr prestígio à editora que pretendia na época editar no Brasil a enciclopédia francesa *Larousse*. O artista plástico gaúcho, Carlos Scliar foi convidado por Sirotsky para elaborar a boneca da publicação que foi apresentada aos editores da Delta.

Aprovada a proposta, Simão deu carta branca para realizar a revista e fazer as contratações. Com a direção de Nahum Sirotsky e Carlos Scliar, a revista abriu as portas para novos talentos reunindo de um lado, um quadro de editores jovens, bem informados e de cultura sofisticada (os cariocas Paulo Francis e Jaguar, o mineiro Luiz Lobo, e o gaúcho Glauco Rodrigues); de outro, um grupo de colaboradores que representava ou veio a representar anos mais tarde a nata da intelectualidade brasileira e alguns dos nomes internacionais mais representativos.

O grupo de editores começou a trabalhar em 1958, tendo realizado várias reuniões para o aprimoramento do projeto. Segundo Luiz Lobo (2004), o grupo definiu-se por um projeto que não tivesse rótulos, mas tivesse seção de cultura permanente, abrindo espaços para a diversidade temática. A base do projeto editorial apoiava-se no público pretendido que era o dos clientes da editora, definido pelas elites econômica e intelectual. Segundo Sirotsky (2004), o alvo era o empresariado de alto poder aquisitivo, que se formava com o processo de industrialização do país e pela mulher do empresário com faixa de idade acima dos 36 anos, portanto não deveria ser uma revista eminente masculina. O projeto de ser lida pela classe com poder econômico mais alto visava também angariar fontes de sustentação além da venda do exemplar.

Paulo Francis ficou responsável pela crítica literária e cultural. Assinou algumas reportagens com seu verdadeiro nome, Franz Heilborn, que era pouco conhecido. Luiz Lobo cuidava do humor e dos serviços, além de secretariar a *SENHOR*, introduzindo nas páginas da revista formas de bem vestir e de degustar vinhos, coquetéis e culinária, tudo ao gosto refinado do público masculino. Carlos Scliar, além de ficar encarregado do projeto gráfico, contando com a assistência de Glauco Rodrigues e Jaguar, tinha forte influência no material sobre artes e liberdade total para editar a publicação. Sirotsky dirigia o projeto e se sobressaía com a influência do jornalismo político e econômico; assinou a maior parte das reportagens sob o pseudônimo de Jean Bogoty.

Editorialmente, a revista se traduziu no quadrinômio cultura, política, economia e entretenimento. Embora apresente uma multiplicidade temática, o que pode levar à definição de que se trata de uma revista de variedades ou de interesse geral, sua maior contribuição está no campo do Jornalismo Cultural com a

predominância do material publicado (BASSO, 2005). Para melhor compreensão do campo entendemos que o Jornalismo Cultural transborda a análise e a divulgação dos produtos da chamada cultura ilustrada (literatura, pintura, escultura, teatro, música, arquitetura, cinema) e abrange a cultura popular, o comportamento social – formas de ser e se portar, e as ciências sociais, ajustadas em certa medida ao campo da produção jornalística. Assim, o Jornalismo Cultural, em sua dupla postura, realiza a difusão e a análise crítica das culturas - formatando um fórum público de manifestação do pensamento. O primeiro setor acaba por limitar-se a divulgação da indústria cultural, enquanto que o segundo caracteriza-se como “capaz de realizar uma real influência na configuração das idéias e gosto público de uma época” (RIVERA, 2003, p. 21), uma vez que se traduz pela crítica com elementos contraditórios dos produtos que o leitor recebe.

SENHOR se mostrou desde o princípio como uma revista de caráter formador de opinião, sem a preocupação com a notícia de atualidade, procurando apresentar densidade editorial centrada no jornalismo formativo, portando-se como uma enciclopédia contextualizada com as contingências do cenário vivido nas décadas de 50 e 60, colocando o leitor em contato com as principais novidades e preocupações da época, numa formulação implícita (in)formar o leitor. A revista colocou em circulação obras consideradas referências na formação do leitor, buscando, muitas vezes, apresentar algo que não estava no seu domínio.

Queríamos dar um pouco de cultura e refinamento para as classes dirigentes. A intenção era ter um número variado de colaboradores mostrando os talentos brasileiros, conhecidos ou não, e como se escrevia no exterior de várias origens e época. [...] A orientação era de abrir para todas as opiniões e ideologias para textos compatíveis com a qualidade que exigíamos. A revista não existia para promover ideologia alguma, visava divulgar boa literatura nacional e estrangeira, artes em geral, o que se pensava no Brasil e mundo. Perseguimos tais objetivos sempre procurando aprimorar qualidade de texto e gráfica. (SIROTSKY, 2005).

No campo da cultura a revista familiarizou o leitor com temas que se propõem a discutir obras que nem sempre são de fácil assimilação, caracterizadas pelas temáticas questionadoras da sociedade, discutindo valores, apresentando a arquitetura da vida moderna, a dualidade dos mundos arcaico e moderno; e, de maneira geral, o espaço público como espelho de uma sociedade em transformação, em discussões amparadas nas ciências sociais e humanas. *SENHOR* debateu amplamente sobre os aspectos da formação cultural brasileira, a cultura intelectual e a cultura popular.

A revista também procurou apresentar os movimentos em evolução que se tornaram marcos para a história da cultura no cenário das manifestações nacionais e internacionais. *SENHOR* circulou num contexto otimista em que ganhava força a renovação dos movimentos artísticos e culturais brasileiros, nutridos no interior de um projeto nacional-popular, manifestando-se principalmente no teatro, no cinema e na música. Esse movimento de contestação estava em consonância com o que vinha acontecendo no panorama internacional e era amplamente explorado pela revista. Nela se encontravam as principais novidades da época como o Cinema Novo, o realismo, o cinema japonês, a *Nouvelle Vague* francesa, o teatro popular brasileiro, as influências de Bertolt Brecht, a Bossa Nova, a poesia moderna, a literatura de cordel, as tendências da nova-arquitetura, as manifestações do folclore nacional e até mesmo a cultura indígena.

No campo da política e da economia, *SENHOR* procurou apresentar um vasto material dialético na formação de um quadro de referência para o leitor. Desta forma apresentou e debateu temas como o socialismo da União Soviética, a estrutura do partido comunista e a forma de governo. Contextualizou a situação da África no pós Segunda Guerra Mundial. Apresentou o drama de Berlim, dividida em zonas de interesse, repartida entre o comunismo da URSS e o capitalismo dos Estados Unidos e os aliados. Analisou os pontos de conflito entre o Ocidente e a União Soviética. Detalhou os regimes políticos da Alemanha e da França. Traçou o perfil de Fidel Castro e a revolução cubana. Entrevistou Martin Luther King, o líder negro do sul dos Estados Unidos, símbolo da revolta dos negros contra o não-cumprimento da lei pelos brancos. Criticou o governo totalitário de Salazar, entre tantos outros temas da política internacional.

Na cobertura da política e da economia nacional se ocupou em dar destaque a assuntos da atualidade da época, falando sobre nacionalismo, exploração do petróleo, desenvolvimento nacional, eleições e formação dos partidos políticos.

Direita, esquerda não contava. Os convidados tinham plena liberdade de opinião. O essencial era talento e qualidade. Não selecionávamos temas, selecionávamos o indivíduo e o que teria a dizer. Queríamos o leitor submetido a todas as correntes de opiniões sobre as questões nacionais. (SIROTSKY, 2003).

No entretenimento, a revista explorou amplamente os temas do comportamento social masculino evidenciando um discurso voltado ao homem da cidade, cosmopolita, moderno, refinado, isto é, preocupado com modas, comportamentos sociais, de olho nas novidades para o corpo e a mente. Uma das marcas textuais e ilustrativas, nesses textos, foi o recurso da sátira, ironia e humor picante, falando com saudável deboche da moderna sociedade dos homens, chegando a apresentar comportamentos considerados progressistas para a época.

Os ensaios fotográficos, uma das marcas da publicação, inovavam na maneira de mostrar as mulheres. Eram ensaios sensuais, porém, com mulheres vestidas, que produzem uma dupla mensagem. Vestidas, as moças provocavam o imaginário masculino, projetando a mulher como objetos das "trocas simbólicas", (BOURDIEU, 2003), como belos objetos para se olhar e contemplar, constituindo-se como sujeito de desejo, incendiando o universo masculino, mas por outro lado elas se apresentavam como a imagem espelho da mulher moderna.

Eram mulheres que esbanjavam sensualidade, sem serem pornográficas. Numa época em que o principal objetivo colocado pela sociedade para as mulheres era o casamento, serem mães e donas de casa; muitas das musas que apareceram em *SENHOR* eram atrizes, musicistas, escritoras. "Nós começamos a publicar mulheres, mas nós queríamos que ela tivesse um valor por ela e não por estar pelada" (LOBO, 2004). Nesse sentido a jornalista Ana Arruda Callado (2002) destaca "as ousadas da revista eram de outra natureza". Pelos ensaios fotográficos passaram nomes como as atrizes Jayne Masfield, Odete Lara, Irma Alvarez, Helena Inêz, a atriz, escritora e dramaturga Edla Van Steen.

Os colaboradores

Proclamando a crença da difusão na cultura como valor principal, a direção da revista buscava atrair colaboradores de prestígio comprando artigos, ensaios, resenhas críticas, reportagens e principalmente textos literários. Nesse sentido, o aporte econômico dado pela editora Delta, nos primeiros tempos, permitiu aos editores os mais ousados convites para escrever na revista. Para valorizar as colaborações, a direção empenhava-se em pagar salários acima dos praticados no mercado. A cada edição havia pelo menos um texto literário inédito sendo publicado. Por uma liberalidade da *SENHOR*, os direitos autorais dos inéditos continuavam sendo do autor, o que significa que se já eram bem pagos, mantendo os direitos estavam ainda melhor remunerados. (LOBO, 2004).

SENHOR atraiu críticos, jornalistas, poetas, contistas, novelistas e cronistas, muitos já consagrados e outros estreantes ou ainda pouco conhecidos que vieram a ser notáveis, anos mais tarde. Dessa forma, incorporou colaborações da geração mais jovem da época, juntamente com nomes que já exerciam maior influência. Foi em *SENHOR* que aflorou a produção de escritores e críticos como Clarice Lispector, Fernando Sabino, Ferreira Gullar, José Guilherme Merquior entre outros nomes, publicando textos ao lado de Graciliano Ramos, Marques Rebelo, Jorge Amado, Guimarães Rosa, Carlos Drummond de Andrade, Otto Maria Carpeaux, Paulo Mendes Campos, Antônio Callado, Mário de Andrade, Nelson Rodrigues, Rubem Braga, Aníbal Machado e Vinícius de Moraes entre outros.

Clarice Lispector, na época estreante na literatura nacional, encontrou em *SENHOR*, motivada por Paulo Francis, uma abertura para seus textos.

Parece brincadeira lembrar que Clarice Lispector, antes de Senhor era conhecida apenas por uma coterie de intelectuais ou que Guimarães Rosa encontrou lá o único veículo semipermanente para a ficção dele, que todo mundo celebra, como a de Clarice (FRANCIS, 1978).

Vários contos e novelas da escritora, publicados no seu primeiro livro "Laços de Família" (1961), foram antecipados em *SENHOR*. Nos textos literários, além de inéditos de escritores brasileiros, a revista publicou autores de prestígio da literatura estrangeira como Ernest Hemingway, Ray Bradbury, Leon Tolstói, James Thurber, William Faulkner, Mark Twain, T. S. Eliot, F. Scott Fitzgerald, Dorothy Parker, Franz Kafka, Thomas Mann, D. H. Lawrence, Bertolt Brecht e Aldous Huxley.

Nos ensaios e artigos de autor, nota-se uma presença marcante da produção intelectual, apresentando densidade nas análises nas diferentes áreas do conhecimento, através de textos analíticos e autorais, num estilo de produção situada entre a jornalística e os campos especializados. Neste sentido, muitos dos nomes mais representativos da intelectualidade publicaram na revista. Destacam-se presenças como a dos educadores Anísio Teixeira e Darcy Ribeiro com constantes análises sobre a educação no Brasil como fator sociocultural de formação da identidade nacional; do diplomata, dicionarista e filólogo Antonio Houaiss dissertando sobre o nacionalismo e a formação da *intelligentsia* brasileira; do sociólogo e economista Jacques Lambert, teorizando a tese dualista do Brasil pobre e rico; do economista Celso Furtado com estudos sobre o desenvolvimento do país; Paulo Francis e Ferreira Gullar questionando a cultura, no sentido de acúmulo e assimilação de conhecimentos como um privilégio das elites, criticando a arte acadêmica como

incomunicável com o povo, servindo como um complemento chique, em consideração à moda, pela alta burguesia. *SENHOR* também colocou em circulação o pensamento da intelectualidade internacional publicando nomes como Jean Paul Sartre, Norman Mailer, Edgar Morin, Mary McCarthy; Truman Capote, Simone Weil, falando sobre filosofia, antropologia, sociologia, história, contra-cultura, enfim áreas das ciências humanas e sociais.

Nas crônicas sobressaem as colaborações de Fernando Sabino, Otto Maria Carpeaux e Vinícius de Moraes. No esporte destaca-se a presença de Armando Nogueira, poetizando principalmente sobre o futebol como uma manifestação cultural. Na política e na economia Newton Carlos e Newton Rodrigues. Na crítica de arte sobressaem as participações de Alex Viany no cinema, Ferreira Gullar na pintura, José Guilherme Merquior na literatura, Flávio Rangel no teatro. A lista de colaboradores é imensa e plural¹, procurando sempre uma renovação de nomes. A quantidade elevada de colaboradores ilustra a pluralidade de linhagens possíveis. Os editores buscavam colaboradores capazes de atualizar o seu campo de conhecimento; no entanto, esse aspecto não foi uniforme. Carlos Lacerda, por exemplo, conhecido por ser um jornalista político virulento, escreveu entre outras coisas, sobre o cultivo de rosas. Rubem Braga fez cobertura jornalística da Bienal de Artes de São Paulo e foi a Cuba para traçar o perfil de Fidel Castro. O curioso destas colaborações era justamente a idéia de colocar o cronista fora do seu padrão reconhecido.

Modernidade textual e gráfica

Na revista há um encontro da modernidade textual e gráfica. Elegante, bem paginada e editada, grafada inicialmente com as letras *SR SENHOR* inaugurou uma nova fase na valorização da linguagem gráfica, onde cada elemento estava comprometido com a informação estética. O projeto tinha uma linguagem visual moderna que acompanhava as tendências impressas nos grandes centros internacionais.

Do ponto de vista gráfico, nós fizemos uma coisa que eu vinha observando em certas publicações culturais européias: o texto é o mais importante, você tem que chamar a atenção do público através de ilustrações, organizar o espaço de maneira que a planificação gráfica seja estimulante para o leitor, nunca uma coisa fria, mas o texto é o elemento principal. Quando a matéria era séria, por exemplo, a decorávamos o menos possível, para não estimular uma idéia que não correspondesse ao conteúdo principal. Tive a colaboração da equipe, que foi peça fundamental, e apoio integral de Nahum (SCLIAR, 2000, p. 44).

Na redação, o diretor de arte colocava na parede uma tira com uma miniaturização da revista do ponto de vista gráfico, articulando fotografias, ilustrações, charges e *cartoons* com o sistema lingüístico formado pelas manchetes, títulos, textos e legendas. A miniaturização da revista colada em tiras na parede, segundo Luiz Lobo, proporcionava a criação de um ritmo harmônico para editoração. "Ele (Carlos Scliar) queria que se alguém arrancasse um pedaço da revista esse pedaço fosse identificado como da revista *SENHOR*, que isso definisse o caráter da publicação" (LOBO, 2004). A publicação projetou para fora do país um padrão de *design* editorial de alta qualidade estética, responsável pela conquista de prêmios e o reconhecimento da

¹ Entre março de 1959 e janeiro de 1964, período em que a revista passou por três fases, somam-se mais de 400 nomes de autores de textos.

revista *Graphics* da Suíça, considerada a publicação mais importante no campo do design editorial, na década de 50.

SENHOR apresentou densidade editorial centrada nas características do Jornalismo Cultural de forma autoral e analítica, tentando fugir da cobertura efêmera, pautada pela agenda da indústria cultural. Só pelo fato de ser uma revista mensal, *SENHOR* utilizava-se de um tempo ampliado em que a atualidade imediata ou diária passa a ser suprimida porque simplesmente não é capaz de ser apreendida, na maneira como outros meios podem fazer. Dessa forma, tratava de temas de grande atualidade em que predominava a utilização de textos analíticos, não se prestando ao estilo noticioso, mas à análise e à interpretação de forma a dar subsídios mais aprofundados para o leitor. Na avaliação de Cremilda Medina (1988), esse estilo de notícia é fundamentado como "forma de conhecimento", portanto, nesse tipo de abordagem "a notícia se transforma em história", com isso a atualidade passa a ser considerada em contemporaneidade.

Algumas marcas textuais caracterizam o estilo da *SENHOR*: texto autoral e analítico com ampla pesquisa de dados e utilização de citações, indicações e comparações que deixam claro estarem narrando para leitores cultos, conhecedores de autores e obras consagradas; a interface dos recursos literários para proporcionar formas criativas de descrição; a utilização de um ritmo narrativo com tom zombeteiro; e, um texto padrão marcado por dirigir-se ao leitor de o *SENHOR*. O estilo de texto da revista norte-americana *New Yorker* é citada como inspiração: "A *New Yorker* era muito bem escrita e aquele tom era o tom que a gente queria" (LOBO, 2004).

Algumas curiosidades:

O lead da reportagem sobre miopia e hipermetropia, intitulada "Olho, para quem quer saber mais e não gosta muito de óculos", é feito com texto em forma de prosa:

De duas, uma: ou o senhor tem boa visão ou não tem.

Se não tem, de duas, uma: ou o senhor gosta de óculos ou não gosta.

Se não gosta, de duas, uma: ou volta à escola para aprender a ver ou não volta.

Se não voltar, o senhor encontrará duas saídas: continuará a usar óculo o resto da vida. E se fosse egípcio do tempo dos faraós, seria até enterrado com eles, para poder ver na outra encarnação. (SR, mar./1959).

No formato reportagem-crônica, Antônio Callado transitou entre o jornalismo e a literatura ao fazer a descrição e humanização do cenário dos trovadores nordestinos:

A gente sai do Recife e esbarra nas terras de cana. Dos impecáveis gramados ingleses surgem os engenhos brancos, as usinas de açúcar, de cachaça. [...] Agora a paisagem é miserável: choças, uma estrada que fazia gemer o jipe, rocinhas onde às vezes o pé de couve brotava patético entre duas pedras. Mas as caras dos caboclos também são diferentes, viris, alegres. A cara dos primeiros lavradores brasileiros que se libertam da servidão por suas próprias mãos. Tiveram ordem de despejo do dono do Engenho da Galiléia, José Beltrão, porque tinham feito uma sociedade de auxílio

mútuos, para poderem pagar ao proprietário o foro devido pela gleba pedregosa, desfosfatada e desidratada por gerações de canaviais. Quando tiveram ordem de despejo do senhor desconfiado, foram ao Recife procurar Francisco Julião. [...] E o movimento Galileu já está criando em Pernambuco uma bossa nova de trovas eruditíssimas. O caboclo, que se liberta por suas próprias mãos, quer, como qualquer revoltoso que se apossa do poder, educar-se. Como não sabe ler, se educa pelo ouvido. Os trovadores populares, os autores dos abacês, têm de alimentar essa nova sede de saber matada ao som do violão. [...] (CALLADO, Sr. dez./1959, p. 33).

Na crônica esportiva sobre "Didi: o homem que passa", Armando Nogueira mostra apurado senso crítico no relato do personagem, chegando a poetizar na descrição. O texto vai além da informação que se esgota no dia seguinte, inscrevendo-se num tempo poético, capaz de ser contemporâneo:

Didi nunca teve o carinho unânime das arquibancadas; é, no campo, um jogador solitário, inteiramente preocupado com a arte e a ciência de seu futebol, alheio às paixões do público. E aí está o segredo de sua incompatibilidade com a torcida, sempre hostil a ele. O ideal do torcedor é o craque cem por cento atleta, o competidor, o guerreiro olímpico – e ele não é isso. Didi é um artista a quem repugna o entrecampo e desgosta o corpo-a-corpo da bola dividida. Seu ritmo é intermitente, descontínuo, embora terrivelmente eficiente. Ele produz para a equipe, encanta o espectador, mas exaspera o torcedor intolerante e apaixonado, antes, durante e depois da partida. Por isso, jamais será ídolo de multidões; há de ser, sempre, um craque de elites. Didi não sabe cortejar o público, jogando no tom emocional que incendeia a multidão dos estádios. Prefere jogar fria e linearmente, embora pudesse encher o campo com a riqueza esférica de seu futebol. Sua glória está na magia de seu passe: o toque de efeito, criando espaços e trajetórias com a bola, dá-lhe a satisfação integral nesse esporte apaixonante. [...] Didi, homem esquivo, de chute oblíquo e dissimulado com olhar de Capitu (NOGUEIRA, SR. Março, 1961, p. 52-43).

Otto Maria Carpeaux torna-se um contador de história, em viagens e letreiros, ao convidar o leitor a perceber o invisível sobre os lugares descritos. Neste sentido, o cronista parte das referências do contexto cultural e as associa as referências de seu mundo simbólico, colocando o leitor sob o olhar do cotidiano:

Viajar é bom. A comida. As mulheres. Os homens. As paisagens. Tudo isso tem seu encanto. Mas é um encanto fugitivo. Não é possível enquadrar-se em atrações turísticas. Ficamos estrangeiros em terra estrangeira. Sempre do lado de fora. Não chegamos a viver os nacionais. Percebemos tudo o que é extraordinário e nada do que é ordinário. A vida cotidiana. O não funcionamento da burocracia. Os ódios políticos. O culto dos mortos e as esperanças de vida. E isto, ou pelo menos também isto servem os anúncios, os avisos, os letreiros [...]

Para os turistas, a Cité, a ilha no meio do Sena, é o lugar da catedral Notre-Dame, da Saint-Chapelle, da Conciergerie. Mas quem mora na Cité não são espectros de heróis e santos. É gente miúda, tipo 'Vielle France', e muitos estudantes pobres e suas companheiras, inquilinos de hotéis baratíssimos, casas estreitas, mas tão altas que mal se vê entre elas o céu cinzento e luminoso da Isle-de-France. Ali há muita juventude, muita modesta alegria e pobreza esperançosa, mas pouco entusiasmo do

futuro. Das ruas estreitas da Cité não se chega a ver Palais Bourbon, onde, no mural da sala de Sessões da Câmara dos Deputados, Mirabeau chama com grande gesto de orador para a Revolução. Das ruas estreitas da Cité não se chega a ver a cúpula do Dome des Invalides em cuja cripta dorme Napoleão, libertador de povos. Das ruas estreitas de Cité não se chega a adivinhar o túmulo, nos subterrâneos do Panthéon, do "père" Victor Hugo, do bardo do sonho da França eterna: "O Republique universelle – Tu n'es encor que l'étincelle – Demain tu seras le soleil". Nos hotéis altos e estreitos da Cité uma outra felicidade, mais modesta, a da vida com uma mocinha dos subúrbios e do almoço regado com barato vinho da Borgonha, uma felicidade que estende de uma janela a outra a roupa lavada no quarto – mas um desses hotéis, talvez o menos de todos, chama-se (assim o li no letreiro em cima do portão): "Au Bonher du Genre Humain" (CARPEAUX, SR. Agosto, 1959, p. 32).

Nota-se que o texto era refinado com boa gramática, mas sem fórmulas rígidas. Na revista aflorou uma produção textual além dos padrões funcionais que estavam sendo incorporados pela imprensa da época. A revista procurou não se limitar à simples incorporação de uma linguagem gramatical de signos sob a qual engessava-se o chamado "estilo novo", pautado pelo texto direto, objetivo e, é claro, curto. A modernidade textual dava-se pela qualidade de quem escrevia, pela clareza das idéias, pela contraposição das tendências, pela polêmica em torno de posições, sem com isso cair no chamado tom professoral e acadêmico.

O grande diferencial do estilo de *SENHOR* é o tom irreverente e intimista de uma conversa com o leitor, transformando o jornalista, o intelectual e o poeta em contadores de histórias. O estilo também apresenta uma dualidade entre o sério e o zombeteiro a fim de proporcionar uma leitura capaz de fornecer argumentos e ao mesmo tempo divertir o leitor como indica a definição editorial.

[...] Foi uma experiência nova no jornalismo brasileiro. Procurou o leitor em profundidade, que se acredita reservado aos livros. E, ao mesmo tempo, concedeu a este leitor o benefício da leveza de espírito, não negligenciando – muito ao contrário – o humor da condição humana nesta segunda metade do século vinte (SR. Dezembro, 1960, p. 04).

Luiz Lobo destaca um tom do que chama de 'molecagem' que estava em sintonia com a euforia que vivia o Brasil na década de 50. Paulo Francis complementa: "Queríamos uma certa ironia, uma seriedade temperada de humor, à parte humor puro e simples, rejeitando o solene e grandiloquente" (FRANCIS, 1980, p.158).

O caráter zombeteiro está configurado principalmente nas páginas relacionadas a padrões da sociabilidade moderna que a revista denominava como serviços. É nestes textos que a revista procurava falar com saudável deboche de relacionamentos, sexo e moda, com o objetivo de agradar aos olhos e ao cérebro. Assim, o humor colaborava para revestir o texto de um caráter sedutor. Nestes textos era comum a utilização do padrão *SENHOR*. O estilo detém-se num foco descritivo de aproximação com o leitor através dos fatos narrados dando a idéia de estar diante da pessoa, expondo diretamente seus pensamentos e verdades.

Linha do tempo

A história da revista pode ser dividida em três fases compreendidas no período de março de 1959 a janeiro de 1964. Estas etapas estão relacionadas à troca de proprietários – portanto a revista passa pelas mãos de três donos – e da mudança do editor responsável. A primeira fase vai de março de 1959 a julho de 1961, compreende 29 exemplares. Foi lançada pela editora Delta, tendo Nahum Sirotsky na direção. A segunda etapa vai de agosto de 1961 a fevereiro de 1962, apresentando apenas sete edições, tendo na direção o jornalista Odylo Costa, filho e sendo editada pela AGGS – Artes Gráficas Gomes de Souza S. A., do Grupo Gilberto Huber, dono da gráfica e da editora das listas telefônicas, que já fazia a impressão da publicação. A terceira etapa tem inicialmente a direção do poeta e jornalista Reynaldo Jardim e os primeiros exemplares ainda estavam sendo editados pelo grupo de Gilberto Huber, mas, logo em seguida, passou às mãos de Reynaldo e do publicitário Édeson Coelho. Esta fase compreende 23 números condensados em 21 exemplares. Nos meses de Abril/maio, junho/julho de 63 saíram apenas dois exemplares.

Na primeira fase, além de cultura centrou-se também em abordagens políticas e econômicas. Na segunda, voltou-se prioritariamente para o campo da literatura e, na terceira, identificou-se em maior profundidade com os temas culturais. Na terceira fase, defendeu com mais clareza uma cultura engajada com a realidade, de identidade popular-nacional, chegando a lançar o slogan "O jeito brasileiro de ver o mundo", sustentado ideologicamente na valorização da cultura nacional frente à produção estrangeira. De certa maneira essa preocupação com a realidade nacional pode ser filosoficamente lida com os objetivos ligados ao ISEB, aos grupos de vanguarda nas artes e ao CPC da UNE. "Eu queria mostrar que o Brasil não era subsidiário da cultura americana. Era tentar mostrar os problemas dos brasileiros". (JARDIM, 2005).

Conclusão

Reflexo de uma época de prosperidade e auge da modernidade brasileira, fruto de uma conjuntura específica, *SENHOR* apresentou densidade editorial. O projeto se fortaleceu nos campos da cultura e da política e economia. Num primeiro olhar, a proposta corresponde à estética do que Edgar Morin (1999) chama de "cultura ilustrada" ao ser voltada para as elites modernas, veiculando comportamentos tidos como necessários para a formação do homem culto. *SENHOR*, no entanto, foi além se apresentando com um duplo papel: de um lado um discurso de disseminação desses padrões modernos de comportamento, colocando em circulação obras e temas de referências na formação do leitor e, de outro lado, o discurso crítico sobre a produção cultural, num desafio de fazer uma ponte entre as chamadas cultura de elite e a cultura popular, na tentativa de captar o movimento vivo das idéias. Assim, também contribuiu para a desmistificação de que cultura é só aquela pertencente à classe letrada. *SENHOR* não chegou a ser uma revista da revolução antiburguesa, mas uma tentativa de atualizar a burguesia dentro do processo cultural brasileiro e internacional.

SENHOR se enquadra na concepção de revista cultural ao priorizar temas voltados à cultura, ao registrar as manifestações da época e ao comunicar-se através de muitas vozes: jornalistas, escritores e intelectuais. Conforme Jorge Rivera:

[...] el mejor periodismo cultural es aquel que refleja lealmente las problemáticas globales de una época, satisface demandas sociales concretas e interpreta dinámicamente la creatividad potencial del hombre y la sociedad (tal como se expresa en campos tan variados como las artes, las ideas, las letras, las creencias, las técnicas, etcétera), apelando para ello a un bagaje de información, un tono, un estilo y un enfoque adecuado a la materia tratada y a las características del público elegido. (RIVERA, 2003, p.11).

Porém, nas três fases, a equação editorial mostrou-se onerosa e inviável nas práticas da economia de mercado. Desafiando a lógica habitual da indústria cultural, *SENHOR* viveu como um produto paradoxal em seu próprio funcionamento, a partir da denegação e recusa do comercial, como no comércio de arte analisado por Bourdieu (2004), determinando espaços próprios para a publicidade para que não se confundissem com o conteúdo editorial e chegando a exigir que a qualidade gráfica dos anúncios concordasse com a da revista, o que implicava numa seleção.

No primeiro e segundo período a publicação foi favorecida pelo acúmulo de material publicitário que ajudou a dar sustentação ao projeto; ainda assim não foi auto-sustentável, exigindo um suporte empresarial para lhe dar garantias de existência material e foi sendo trocada de donos, quando a mesma já havia lhes rendido o retorno do prestígio.

Concebida como obra de arte, implicava em gastos elevados. Nas mãos dos últimos editores, sem estrutura empresarial, seu projeto teve que ser ajustado às práticas do mercado. A supervalorização no pagamento dos textos dos colaboradores, os salários das equipes de redação e arte, a composição e a encadernação requintadas, tiveram que ser revistas. Quando lhe faltou fôlego, esbarrou no problema básico: a falta de condições financeiras. Num momento de crise, tensão e radicalização, às vésperas do golpe militar, exauriu-se por falta de aportes econômicos, como tantos produtos culturais acostumados a viver do mal da sétima edição. Era uma revista que pelo seu padrão tinha altos custos e não conseguiu sobreviver.

Da exuberância, ousadia e desafio de querer ser uma revista comparável com as melhores publicações editadas em países desenvolvidos, viu-se diante do destino imposto, de ser produto cultural num país subdesenvolvido. Sua fórmula pautou-se numa elite cultural que era minoria e numa elite econômica em formação que enfrentou uma forte crise política às vésperas do golpe militar. Era uma revista que tinha muita repercussão, mas vendia pouco. Era cara demais e para a elite econômica talvez incompreensível a sua existência. Saiu de circulação para entrar para a história, como uma das experiências mais criativas e inteligentes da imprensa brasileira.

Referências

- BASSO, E. F. C. 2005. *Revista Senhor: Modernidade e Cultura na imprensa brasileira*. Tese de Doutorado. UMESP.
- BOURDIEU, P. 2003. *A dominação masculina*. Tradução de Maria Helena Kühner. 3ª ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

BOURDIEU, P. 2004. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. (Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira). 2ª ed. São Paulo, Zouk.

BRAGA, R. 1960. Cuba – para entender Fidel Castro. *Revista Senhor*. Jun. 1960.

CALLADO, A. 1959. Julião da Galiléia – Quem é o homem das “Ligas camponesas”. *Revista Senhor*. Dez.1959, p. 33-35.

CARPEAUX, O. M. 1959. Viagens e letreiros. *Revista Senhor*. Ago.1959, p. 32-33.

FRANCIS, P. 1978. *Paulo Francis: uma coletânea de seus melhores textos já publicados*. São Paulo, Editora Três.

FRANCIS, P. 1980. *O afeto que se encerra*. São Paulo, Ed. Civilização Brasileira.

MEDINA, C. 1988. *Notícia um produto à venda*. 3ª. Ed. São Paulo, Summus.

MORIN, E. 1999. *Cultura de massas no século XX – necrose*. 3ª ed. Rio de Janeiro, Forense Universitária.

NIEMAYER, L. C. da R. 2002. *O design gráfico da revista Senhor: uma utopia em circulação*. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

NOGUEIRA, A. 1961. O homem que passa. *Revista Senhor*. Mar.1961, p.53-55.

RIVERA, J. B. 2003. *El periodismo cultural*. 3ª ed. Buenos Aires, Paidós.

SCLIAR, C. 2000. Feita com audácia e fascinação pela arte. Depoimento prestado a Rafael Porto. *Jornal da ABI*. Rio de Janeiro.

SENHOR. Coleção da revista. 1959-1964.

Lista de entrevistas citadas concedidas à Eliane Fátima Corti Basso

CALLADO, A. A. Entrevista pessoal. Rio de Janeiro. Junho de 2002.

JARDIM, R. Entrevista pessoal. Rio de Janeiro. Julho de 2005.

LOBO, L. Entrevista pessoal. Rio de Janeiro: Julho de 2004.

RODRIGUES, G. Entrevista pessoal. Rio de Janeiro: Junho de 2003.

SIROTSKY, N. Entrevistas concedidas via e-mail entre os anos de 2003, 2004 e 2005.