



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
CENTRO DE ESTUDOS GERAIS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E FILOSOFIA
ÁREA DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

Daniele Chaves Amado

Nem tudo que reluz é ouro:

*A Última Hora, a Tribuna da Imprensa e a campanha de saneamento
moral de Copacabana.*

Niterói

2012

Nem tudo que reluz é ouro:

***A Última Hora, a Tribuna da Imprensa e a campanha de saneamento
moral de Copacabana.***

Daniele Chaves Amado

**Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em História, da
Universidade Federal Fluminense, como parte
dos requisitos necessários à obtenção do grau
de Mestre.**

***Orientação: Professora Doutora Denise
Rollemberg***

Niterói

Março de 2012

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

A481 Amado, Daniele Chaves.

**Nem tudo que reluz é ouro: A Última Hora, a Tribuna da
Imprensa e a campanha de saneamento moral de Copacabana.** /
Daniele Chaves Amado. – 2012.

103 f.

Orientador: Denise Rollemberg

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Instituto
de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de História, 2012.

Bibliografia: f. 95-98.

1. Imprensa. 2. Copacabana. 3. Propaganda Política. 4. Última Hora.
5. Tribuna da Imprensa. I. Rollemberg, Denise. II. Universidade
Federal Fluminense. Instituto de Ciências Humanas e Filosofia. III.
Título.

CDD 070(815.3)

Nem tudo que reluz é ouro:

***A Última Hora, a Tribuna da Imprensa e a campanha de saneamento
moral de Copacabana.***

Daniele Chaves Amado

Orientação: Denise Rollemberg

Dissertação de Mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação em História,
da Universidade Federal Fluminense, como parte dos requisitos necessários à obtenção
do grau de Mestre.

Aprovada em: _____

Banca Examinadora:

Professora Doutora Denise Rollemberg (orientadora)

Universidade Federal Fluminense

Professora Doutora Samantha Viz Quadrat

Universidade Federal Fluminense

Professora Doutora Alessandra Carvalho

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Agradecimentos

Esses agradecimentos não são apenas uma formalidade, trata-se do reconhecimento de que cada pessoa aqui citada tem alguma parcela de participação na realização desse trabalho. Primeiramente agradeço à professora Denise Rollemberg que tão bem orientou esse trabalho e, além disso, foi uma grande incentivadora em todos os momentos, especialmente após o nascimento do meu filho Arthur. Seu ânimo, paciência e gentileza não me deixaram desistir diante da experiência conjunta de ser mãe de primeira viagem e mestranda. Agradeço às professoras Alessandra Carvalho e Samantha Viz Quadrat que aceitaram gentilmente participar das bancas de qualificação e defesa dessa dissertação e tanto contribuíram para seu enriquecimento com suas críticas e sugestões.

Aos amigos do CPDOC, em especial à minha coordenadora, Verena Alberti, que sempre apoiou com entusiasmo meu crescimento acadêmico e compreendeu minhas necessidades nos momentos mais difíceis. À Angela de Castro Gomes, agradeço por acreditar no meu trabalho quando ele era apenas uma idéia e me incentivar a seguir em frente. À Martina Spohr, grande amiga, comadre, irmã do coração, pelo apoio, pelo incentivo constante, por tantas conversas, pelos livros, por tudo. Renan Marinho, Vanessa Cavalcanti e Marco Dreer, obrigada pelo companheirismo cotidiano. À Suely Braga, Adelina Novaes e Regina Luz agradeço a compreensão por minhas ausências e pelas palavras de incentivo. Não poderia esquecer as queridas da Sala de Consulta do CPDOC que, juntamente com o Renan, me socorreram inúmeras vezes. Obrigada, Bianca Magalhães, Mariana Zelesco e Gabrielle Bernardo.

Aos meus pais, Suely Chaves Amado e Victor Augusto Amado por serem exatamente como são e me mostrarem que as verdadeiras conquistas dependem de esforço e dedicação. E por, nessa reta final, terem dado ao Arthur a atenção especial nos momentos que não pude estar presente. À minha mãe agradeço ainda as constantes palavras positivas e carinhosas, a paciência ao me escutar sempre. Aos meus irmãos, René Chaves Amado e Marcos André Amado pela amizade, pela ajuda com o Arthur...

Ao meu marido Genésio Paulo de Oliveira Junior pelo suporte, por ouvir minhas idéias, por ler dezenas de vezes os capítulos, pelos debates e por agüentar meu humor alterado em muitos momentos. Pelas bagunças com o Arthur que me faziam rir nos momentos de tensão. Pelo companheirismo e a amizade.

Ao Arthur, que disputou minhas atenções com a dissertação, por ser o maior presente, o meu sorriso, a minha alegria, a minha vontade, a minha energia, a minha vida. Meu verdadeiro amigo. O “meu Pipoca”!

Aos amigos que estiveram ao meu lado e compreenderam com tanto carinho minhas ausências, Fabiana Dias, Cecília Matos, Carlos Roberto Araújo, Cyria da Glória de Souza, Vilma Pinheiro, Solange Alves, Aydê Alves, Carolina Santiago, Ana Bonecker e Sérgio Bonecker. Merecem agradecimentos especiais, Mirna Aragão e Roberta Zanatta que tanto me ajudaram na finalização da dissertação.

À todos aqueles que não estão nesse plano e são a Luz dos meus dias!

À todos vocês o meu agradecimento e o meu carinho!

RESUMO

O objetivo da dissertação é a análise do papel da imprensa como instrumento político. Através do estudo de dois periódicos que atuaram ativamente no cenário político do período, mais especificamente, durante o segundo governo de Getúlio Vargas, a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa*. Assim, nosso objeto de estudo é o papel político destes dois jornais que possuíam orientações políticas antagônicas. Para entendermos esse papel, selecionamos uma questão específica que se transformou em foco de atenção dos dois jornais e, através da análise da forma de tratamento dado a esta, podemos verificar as estratégias adotadas pelos periódicos para promoverem seus posicionamentos políticos. Utilizaremos a campanha moralizadora do bairro de Copacabana, empreendida pelo periódico *Última Hora*. Tal campanha realizada pelo periódico durante o mês de setembro de 1952 pretendia, inicialmente, impedir que o bairro se transformasse no *Bas-fond* da cidade, após sofrer mudanças significativas devido à chegada e ao fluxo de novos frequentadores da praia, novos moradores, veranistas, turistas e os tipos boêmios acarretando uma nova recomposição social com a redefinição dos padrões de moradia e sociabilidade do bairro. A campanha resultou em uma mesa-redonda que contou com a participação do chefe de polícia do Distrito Federal, general Ciro Rezende, do delegado de Costumes e Diversões, dr. Cícero Brasileiro de Melo, além de outras personalidades consideradas pertinentes para o debate pela *Última Hora*. A campanha de saneamento moral de Copacabana obteve resposta imediata por parte da *Tribuna da Imprensa*, através da publicação de denúncias quanto à corrupção de policiais da Delegacia de Costumes e Diversões Públicas envolvidos com a prática do lenocínio. A estratégia adotada por Carlos Lacerda, fundador e dono da *Tribuna da Imprensa* e opositor ferrenho de Vargas, consistia em apresentar reportagens que de alguma forma associassem o governo e especialmente a imagem do presidente da república, Getúlio Vargas, a expansão e normatização do meretrício e à corrupção policial devido à sua suposta associação à exploração da prostituição.

Palavras-chave: Imprensa; Copacabana; Propaganda Política; Última Hora; Tribuna da Imprensa

ABSTRACT

The aim of this dissertation is to analyze the role of the press as a political tool, through the study of two newspapers which have worked actively in the political landscape of the period, more specifically, during Getúlio Vargas' second government (1950-1954), they are: *Última Hora* and *Tribuna da Imprensa*. Thus, the objective of this study is the political role of these two newspapers that had had an antagonical political orientations. To understand this role it has been selected a specific issue that have become the focus of attention of both newspapers, and by analyzing the form of treatment given to this issue it is possible to see the strategies adopted by these journals to promote their political positions. We will use the moralizing campaigns of Copacabana, undertaken regularly by *Última Hora*. Such campaign conducted by the journal during the month of September 1952 was initially intended to prevent the neighborhood became the *Bas-fond* of the city, after undergoing through significant changes due to the arrival and the flow of new visitors to the Copacabana's beach, they were: new residents, vacationers, tourists and bohemian types leading to a new social recomposition with the redefinition of the standards of housing and neighborhood sociability. The campaign resulted in a round table that was attended by the Federal District chief of police, General Ciro Rezende, the chief of Public Attractions and Entertainment, Cícero Brasileiro de Melo, and other personalities deemed relevant for the debate by *Última Hora*. The Copacabana's moralization and sanitary campaign has received an immediate response by *Tribuna da Imprensa*, through the publication of police corruption allegations and the Bureau of Customs and Public Entertainment involved with the practice of pimping. The strategy adopted by Carlos Lacerda, founder and owner of *Tribuna da Imprensa* and staunch opponent of the president Getúlio Vargas, was to present stories that somehow associate the government and especially the image of the president, Getúlio Vargas, the expansion and regulation of the prostitution and also the police corruption because of its perceived association with the prostitution exploitation.

Keywords: Press; Copacabana; Propaganda; *Última Hora*; *Tribuna da Imprensa*

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| Introdução | 9 |
| Capítulo 1 - Quando a Imprensa Propaga Políticas | 12 |
| 1.1 – Vargas e a <i>Última Hora</i> : Um jornal pra chamar de seu..... | 16 |
| 1.2 – Uma Tribuna para a oposição..... | 23 |
| Capítulo 2 – De Sacopenapã à Princesinha do Mar | 26 |
| 2.1 – Vendendo Copacabana..... | 30 |
| 2.2 – Um Novo Rio à Beira-mar..... | 34 |
| 2.3 – Copacabana busca seu lugar ao sol..... | 39 |
| 2.4 – A Princesinha do Mar quer ganhar o mundo..... | 45 |
| 2.5 – Copacabana: a criatura foge do criador?..... | 48 |
| 2.6 – A boemia encontra Copacabana..... | 50 |
| Capítulo 3 – Salvando a Princesinha do Mar: Copacabana e a Campanha de Saneamento Moral promovida pela <i>Última Hora</i> | 55 |
| 3.1 – Saneamento moral – Para que ou para quem?..... | 60 |
| 3.2 – A Campanha e a <i>Tribuna</i> : oposição e contrapropaganda..... | 73 |
| 3.3 – Os dois lados da moeda..... | 78 |
| 3.4 - Outras oposições..... | 80 |
| Considerações finais | 90 |
| Bibliografia e fontes | 95 |
| ANEXOS | 99 |

Introdução

A década de 1950 é um período representativo para a imprensa brasileira. Trata-se de um momento de transição entre dois estilos jornalísticos distintos, quando teve início a ruptura com um estilo tradicional da imprensa do Brasil, pautado na propaganda, especialmente no campo político, de ideias, opiniões e personalidades. Este jornalismo de opinião seguia o modelo francês de transmissão da informação. Como alternativa a ele apresentava-se um jornalismo inspirado no modelo norte-americano. Tal modelo propunha a renovação da linguagem da imprensa através da ênfase na informação e na notícia, separando a emissão do comentário pessoal, ou seja, da opinião, da transmissão objetiva, isenta e sintética da informação, do fato ou evento noticiado. No entanto, segundo Alzira Alves de Abreu¹, o estilo francês foi dominante no Brasil até a década de 60.

Este contexto do jornalismo brasileiro é bastante interessante para a análise do papel da imprensa como instrumento político. Para isso, privilegiaremos o estudo de dois periódicos que atuaram ativamente no cenário político do período, mais especificamente, durante o segundo governo de Getúlio Vargas, a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa*. Assim, nosso objeto de estudo é o papel político destes dois jornais que possuíam orientações políticas antagônicas.

Para entendermos esse papel, selecionamos uma questão específica que se transformou em foco de atenção dos dois jornais e, através da análise da forma de tratamento dado a esta, podemos verificar as estratégias adotadas pelos periódicos para promoverem seus posicionamentos políticos. Utilizaremos a campanha moralizadora do bairro de Copacabana, empreendida pelo periódico *Última Hora*. Tal campanha realizada pelo periódico durante o mês de setembro de 1952 pretendia, inicialmente, impedir que o bairro se transformasse no *Bas-fond* da cidade e resultou em uma mesa-redonda que contou com a participação do chefe de polícia do Distrito Federal, general Ciro Rezende, do delegado de Costumes e Diversões, dr. Cícero Brasileiro de Melo, além de outras personalidades consideradas pertinentes para o debate pela *Última Hora*. Durante boa parte do mês o periódico publicou matérias que justificassem ou apontassem os resultados da campanha, assim como a íntegra da mesa-redonda e as promessas feitas pelo chefe de Polícia. O movimento tinha como alvos as boates,

¹ Abreu, Alzira Alves de (org.). *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

intituladas *antros de degradação moral*, apontadas como uma das corruptoras da juventude do bairro e redutos de elementos perturbadores da ordem pública “malandros, mulheres de vida fácil, usuários de drogas, arruaceiros, ladrões”, além da prostituição ambulante considerada ofensiva aos moradores e um espetáculo prejudicial ao turismo.

A campanha de saneamento moral de Copacabana obteve resposta imediata por parte da *Tribuna da Imprensa*, através da publicação de denúncias quanto à corrupção de policiais da Delegacia de Costumes e Diversões Públicas envolvidos com a prática do lenocínio. A estratégia adotada por Carlos Lacerda, fundador e dono da *Tribuna da Imprensa* e opositor ferrenho de Vargas, consistia em apresentar reportagens que de alguma forma associassem o governo e especialmente a imagem do presidente da República, Getúlio Vargas, à expansão e à normatização do meretrício e à corrupção policial devido à sua suposta associação à exploração da prostituição.

Para analisarmos nosso objeto e respondermos às questões pertinentes, abordaremos no primeiro capítulo os pontos necessários ao início desta jornada, tais quais: um breve esclarecimento quanto à imprensa na década de 1950, focando na questão da transição entre dois estilos jornalísticos, o jornalismo francês, chamado de *jornalismo de opinião* e o estilo norte-americano, pautado na pretensão à objetividade e à isenção de opinião pessoal, situando a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa* neste contexto; a atuação destes periódicos como instrumentos políticos; a criação da *Última Hora*, seu papel de porta-voz do segundo governo Vargas e as estratégias adotadas para criar vínculos entre o público policlassista do jornal e o presidente Getúlio Vargas e finalmente a análise da *Tribuna da Imprensa*, sua formação e sua atuação como instrumento político responsável por divulgar o posicionamento político de seu fundador, Carlos Lacerda, e verdadeiro antagonista do presidente Getúlio Vargas.

Quando a *Última Hora* iniciou sua campanha moralizadora de Copacabana pediu que a polícia compreendesse que o bairro já não era mais uma praia selvagem e sim uma cidade dentro da capital da República. Assim, buscaremos entender, no segundo capítulo, as transformações que Copacabana sofreu até a década de 1950, deixando de ser aquela praia quase intocada e de difícil acesso para ganhar fama internacional e o codinome Princesinha do Mar. Contextualizaremos o bairro, apresentando brevemente sua trajetória, as transformações físicas e sociais que aí ocorreram até chegar à década de 1950 e a imagem de Copacabana diante da cidade do Rio de Janeiro naquele momento. Apontaremos as possíveis disputas existentes para

que se chegasse ao ponto de um periódico propor uma campanha de ordem moral em defesa dos moradores e do espaço.

O terceiro capítulo trará o estudo da campanha de saneamento moral de Copacabana, apontando aspectos que indicam que a campanha era expressão das estratégias adotadas pela *Última Hora* no sentido de divulgar o suposto empenho do presidente, Getúlio Vargas, em atender a necessidades da população. Nesse caso, especificamente, atuaria como porta-voz das necessidades das famílias de Copacabana, estarrecidas diante do desenvolvimento desenfreado dos prédios de apartamento, que gerou uma explosão demográfica; do crescimento do fluxo de banhistas e visitantes e da fama internacional e boemia, que atraía um número significativo de turistas e personagens da vida noturna. Esses personagens afrontavam as famílias de Copacabana, em especial as prostitutas.

Abordaremos ainda as respostas de Carlos Lacerda à campanha através das páginas de sua *Tribuna da Imprensa*, analisando sua estratégia para desmoralizar a campanha da *Última Hora*. Baseou-se, para isso, na suposta associação entre os policiais da Delegacia de Costumes e Diversões, a mesma que a *Última Hora* afirmava empenhada em resolver as questões das famílias de Copacabana, e a prática do lenocínio na cidade do Rio de Janeiro.

Finalmente, analisaremos o comportamento e a mobilização dos dois periódicos de maior penetração na cidade do Rio de Janeiro, o *Diário de Notícias* e *O Globo*, diante da campanha empreendida pela *Última Hora* e da campanha acusatória de Carlos Lacerda. Essa análise nos permitirá entender os diferentes níveis de atuação da imprensa como instrumento político.

Capítulo 1 – Quando a imprensa propaga políticas

Atualmente qualquer morador do Rio de Janeiro percebe as alterações que a cidade sofre em sua estrutura física para cumprir seu futuro papel de sede de dois eventos esportivos internacionais, a Copa do Mundo em 2014 e as Olimpíadas em 2016. Os governantes para amenizarem, ou justificarem, o desconforto gerado pelas obras aos cidadãos não se cansam de mencionar em suas falas² o legado que as obras deixarão aos moradores da cidade.

O site da Empresa Olímpica Municipal³, responsável pela coordenação e a execução dos projetos municipais para preparar o Rio de Janeiro para receber os dois eventos, apresenta ao público um *Legadômetro*, que nada mais é do que um instrumento desenvolvido pela prefeitura da cidade para medir o legado e o caráter positivo ou negativo do impacto dos projetos de intervenção urbana que serão realizados. Entre os legados que serão deixados pelas obras aos cidadãos os mais citados são sem dúvida os que dizem respeito à mobilidade urbana e aos transportes.

A prefeitura e o governo do Estado do Rio de Janeiro pretendem entregar a população do estado do Rio de Janeiro até 2016, quatro corredores de ônibus expressos e articulados, batizados de Transcarioca, Transoeste, Transolímpica e Transbrasil⁴ e um sistema de Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) ligando o aeroporto Santos Dumont à zona portuária. Duas novas linhas de metrô também estão previstas para o projeto que visa a melhorar a mobilidade urbana do Rio de Janeiro. A linha 3 ligará as cidades de Niterói e São Gonçalo, na região metropolitana, enquanto a Linha 4 fará a conexão entre Ipanema e Barra. Além da aquisição de pelo menos mais 30 novos trens chineses, todos com ar-condicionado, para melhorar a qualidade das composições da Supervia.

Mas esse legado não tem agradado a todos. A construção da Linha 4 do metrô é a grande responsável pelas maiores críticas ao projeto de melhorias do sistema de transportes da cidade do Rio de Janeiro. Isso se deve ao fato de o governo do Estado ter alterado o projeto original licitado em 1997 para fazer a ligação metroviária entre Barra

² Estas falas, assim como as principais notícias e imagens referentes aos preparativos da cidade do Rio para a Copa de 2014 e as Olimpíadas de 2016 estão disponíveis nos sites oficiais dos eventos, <http://www.cidadeolimpica.com> e <http://www.copa2014.gov.br/>.

³ <http://www.transparenciaolimpica.com.br/>

⁴ A Transcarioca terá 39 km e ligará a Barra da Tijuca ao Aeroporto Internacional Tom Jobim na Ilha do Governador. A Transoeste terá 56 km que ligarão o Jardim Oceânico na Barra da Tijuca a Campo Grande e Santa Cruz, seu projeto inclui o túnel da Grota Funda e ainda a duplicação da Avenida das Américas. Outro corredor, a Transolímpica terá 26 km ligando o Recreio dos Bandeirantes a Deodoro. Finalmente a Transbrasil será formada por 31 km ao longo da Avenida Brasil ligando o Centro do Rio a Deodoro.

e Zona Sul. Esse projeto seguiria por Jardim Botânico e Humaitá e se uniria a Linha 1 em Botafogo, na estação Morro de São João. O novo projeto já em execução fará a ligação entre o Jardim Oceânico e a estação General Osório, atual estação final da Linha 1, e passaria pelos bairros do Leblon e de Ipanema. Isso significa que a Linha 4 não seria uma nova linha, apenas uma extensão da Linha 1 do metrô.

Desde o anúncio oficial da alteração do traçado original da linha 4 que os moradores dos bairros afetados têm se manifestado contrários à idéia do governo do Estado. As associações de moradores dos bairros de Botafogo, Copacabana, Ipanema, Leblon, Jardim Botânico, Urca e Parque Lúcio Costa se uniram e formaram o movimento “Metrô que o Rio Precisa”. O objetivo divulgado no site do grupo⁵ é cobrar do governo do Estado um sistema metroviário que atenda as demandas da população que se desloca diariamente pela cidade e não apenas as necessidades olímpicas. Em abril de 2011, o grupo chegou a entregar um documento ao Comitê Olímpico explicando sua preocupação quanto a essa atitude do governo focada exclusivamente nos eventos. A divergência de opiniões e necessidades transformou-se em uma disputa jurídica⁶ entre o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, apoiado por associações de moradores dos bairros interessados na questão⁷. A ação, de 01 de novembro de 2011, reivindica, entre outras coisas, que as obras sejam suspensas para que a população seja consultada sobre o traçado da Linha 4.

Além da Ação Civil Pública as associações de moradores têm realizado diversos movimentos e manifestações contra o novo traçado. Muitas dessas ações cobertas pela imprensa apresentam outras preocupações dos moradores dos bairros da Zona Sul que não estão explícitas no site do movimento organizado e tampouco na pendenga judicial. O aumento do fluxo de pessoas, por exemplo, assusta os moradores de Ipanema e Leblon.

- Com mais gente caminhando por aqui, vai acontecer o aumento de camelôs, de roubos, de população de rua e, claro, da sujeira - diz Maria Amélia, presidente da Associação de Moradores de Ipanema, temendo que tais problemas acarretem a desvalorização dos imóveis do bairro.⁸

⁵ <http://www.metroqueorioprecisa.com.br/>

⁶ O texto completo da Ação Civil Pública está disponível no site do Movimento Linha 4, O Metrô que o Rio Precisa (<http://www.metroqueorioprecisa.com.br/>).

⁷ Botafogo, Lauro Müller, Urca, Humaitá, Jardim Botânico, Gávea, Alto Gávea, Leblon, Ipanema, Copacabana e Jardim Oceânico na Barra da Tijuca.

⁸ <http://www.amabotafogo.org.br/materia.asp?id=1252>. Coluna Últimas Notícias do site da Associação de Moradores e Amigos de Botafogo. 01/07/2010.

Outra reclamação diz respeito à construção de uma estação de metrô na Praça Nossa Senhora da Paz. Os moradores de Ipanema temem a destruição da charmosa praça, tombada há 30 anos pela Prefeitura, e tida por eles como o pulmão do bairro por abrigar árvores de mais de 80 anos. Por sua vez os moradores de Copacabana preocupam-se com a lotação dos trens vindos da Barra da Tijuca. Eles alegam que os vagões chegarão ao bairro superlotados, o que impedirá a entrada e o conforto dos usuários das três estações existentes no bairro. Caberá a Justiça decidir quais interesses serão atendidos, o do Governo do Estado, aparentemente preocupado em cumprir o calendário Olímpico ou o do grupo de moradores da Zona Sul que dizem buscar um legado verdadeiro aos moradores da cidade, mas também defendem o bem-estar adquirido por residirem em bairros nobres.

Conflitos como esse não são novidade ou característico da atualidade. As transformações, sejam elas de caráter urbano, com mudanças físicas, ou de caráter social, cultural ou econômico muitas vezes são acompanhadas de alguma resistência, como no caso da construção da Linha 4 do metrô. De acordo com Norbert Elias

A industrialização, a urbanização e outros processos similares, com maior mobilidade e aceleração do ritmo de vida que acarretam, parecem haver alterado esse estado de bem-aventurança. Frente às dificuldades de um mundo altamente móvel e em ritmo acelerado de mudança, tende-se a buscar refúgio numa imagem de uma ordem social que nunca se altera e a projetá-la num passado que nunca existiu.⁹

Assim como esses grupos de moradores da Zona Sul lutam para preservar seus bairros e sua qualidade de vida, em 1952 as páginas dos jornais apontavam uma preocupação com o futuro de Copacabana e das famílias que o bairro abrigava. No mês de setembro daquele ano o jornal *Última Hora* realizou uma campanha moralizadora do bairro de Copacabana. O movimento pretendia, inicialmente, impedir que o bairro se transformasse no *bas-fond* da cidade. Para encerrar a campanha o periódico promoveu uma mesa-redonda que contou com a participação do chefe de Polícia do Distrito Federal, general Ciro Rezende, do delegado de Costumes e Diversões, dr. Cícero Brasileiro de Melo, além de outras personalidades como educadores, um religioso, uma moradora de Copacabana representando as mães do bairro, médicos, intelectuais e um

⁹ Elias, Norbert e Scotson, John L.. *Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. p.176.

empresário hoteleiro. Durante mais da metade do mês o periódico publicou matérias contendo as justificativas e os resultados da campanha, os temas tratados pela mesa-redonda, a relação detalhada dos participantes e as promessas feitas pelo chefe de Polícia.

O movimento de combate a degradação moral apresentava dois alvos principais. As boates apontadas como uma das corruptoras dos jovens e refúgio de prostitutas, malandros, usuários de drogas e arruaceiros. Já o outro grande alvo da campanha era a prostituição ambulante considerada ofensiva as famílias e prejudicial à imagem turística de Copacabana. Porém, os participantes da mesa-redonda indicaram ainda aflições quanto à falta de fiscalização nos cinemas que exibiam filmes pornográficos e a desvalorização econômica dos imóveis cujo andar térreo era ocupado por boates.

Logo após a *Última Hora* encerrar a série de reportagens sobre a campanha de revitalização de Copacabana, Carlos Lacerda publicou sua resposta ao movimento, na sua *Tribuna da Imprensa*, através de denúncias quanto ao envolvimento de policiais da Delegacia de Costumes e Diversões Públicas com a prática do lenocínio na cidade do Rio de Janeiro. Sua estratégia consistia em apresentar reportagens que de alguma forma associassem o governo e especialmente a imagem do presidente da república, Getúlio Vargas, a normatização da prostituição e à suposta associação de policias à exploração do meretrício.

Diante desse diálogo travado entre os dois periódicos, de orientações políticas opostas, nos fizemos algumas perguntas: por que Carlos Lacerda ficou tão incomodado com a campanha de saneamento moral de Copacabana? Quais questões existem por trás desse “bate-boca” através das páginas dos dois jornais? Que personagens estão efetivamente dialogando? Por que a Campanha de saneamento moral de Copacabana se tornou de certa forma polêmica? Qual papel político os dois jornais tinham naquele momento? E Copacabana, o que representava nesse contexto?

Para iniciarmos a análise de nosso objeto e respondermos as nossas questões abordaremos a seguir os seguintes pontos: o panorama sucinto sobre a imprensa na década de 1950 com ênfase na transição entre o jornalismo francês, chamado de *jornalismo de opinião* e o estilo norte-americano, pautado na pretensão à objetividade e à isenção de opinião pessoal, situando nesse contexto a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa*; a criação da *Última Hora*, seu papel de porta-voz do segundo governo Vargas e a análise da *Tribuna da Imprensa* e sua atuação como instrumento político

responsável por divulgar o posicionamento político de seu fundador, Carlos Lacerda, o grande antagonista do presidente Getúlio Vargas.

1.1 – Vargas e a *Última Hora*: Um jornal pra chamar de seu

A imprensa brasileira encontrou um cenário propício a transformações durante a década de 1950, especialmente por se tratar de um período de mudanças profundas nos campos econômico, político, cultural e social, quando o Brasil vivenciava uma fase intensa de urbanização, industrialização e de livre expressão de idéias e criatividade em todas as áreas do conhecimento impulsionadas pelo funcionamento do regime democrático. As mudanças da estrutura produtiva do país, que geraram uma diversidade maior da atividade produtiva, especialmente da indústria nacional, favoreceram a formação de uma sociedade de consumo na qual cada setor da cultura se desenvolveu de forma distinta. De acordo com Alzira Alves de Abreu, a produção intelectual ao longo dessa década foi marcada *pelo debate de idéias políticas, pelo anticomunismo, pela elaboração de projetos de desenvolvimento e pela ideologia do nacional-desenvolvimentismo*.¹⁰

Tal contexto democrático e de desabrochar da criatividade favoreceu as transformações da imprensa através da introdução de novas técnicas de apresentação gráfica dos periódicos, inovações na cobertura jornalística, renovação da linguagem, a diversificação da publicidade nos jornais e a profissionalização dos jornalistas. O surgimento das grandes agências de publicidade e os pomposos investimentos em propaganda, que acompanhavam a aceleração da industrialização e da urbanização e, finalmente, o desenvolvimento da atividade produtiva, alteraram de forma positiva as receitas dos jornais.

Enquanto nas décadas de 1930 e 1940 os jornais sobreviviam de favores do Estado, somados aos pequenos anúncios, populares e domésticos e a publicidade de casas comerciais, nos anos 1950, 80% de sua receita eram compostas de anúncios de bens duráveis, como automóveis e eletrodomésticos, e ainda de produtos alimentícios e agrícolas¹¹. Além disso, a publicidade obrigou os jornais a aumentarem sua circulação,

¹⁰ Abreu, Alzira Alves de. Revisitando os anos 50 através da imprensa. In: *O moderno em questão: a década de 1950 no Brasil*. BOTELHO, André; BASTOS, Elide Rugai e VILLAS-BOAS, Gláucia (organizadores). Rio de Janeiro: Topbooks, 2008. p. 211-235

¹¹ Bahia, Juarez. *Jornal: história e técnica*. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1990.

uma vez que as agências davam preferência a colocar seus anúncios em veículos com grandes tiragens atingindo assim maiores leitores e possíveis consumidores.

No que tange as inovações técnicas, gráficas e editoriais, Alzira Alves de Abreu considera que

O surgimento de jornais como a *Tribuna da Imprensa* (27/12/1949) e a *Última Hora* (12/6/1951) e a reforma do *Jornal do Brasil* (1956/1957) pode ser tomado como um indicador das transformações que se operavam na imprensa, tanto na linguagem e na apresentação da notícia quanto na concepção gráfica, na diagramação e na paginação.¹²

Ainda segundo a autora, a *Última Hora* ocupava a posição de um dos jornais mais inovadores da época, por adotar técnicas de comunicação de massa; revolucionar a diagramação através do trabalho de um profissional estrangeiro, o argentino Andrés Guevara; introduzir novos métodos de gestão empresarial; lançar edições nacionais e regionais que contavam com notícias regionais ao lado de notícias nacionais e internacionais e finalmente, valorizar seus profissionais oferecendo salários acima dos valores de mercado da época. Já a *Tribuna da Imprensa* contribuiu para as transformações da imprensa na década de 1950 principalmente por apresentar inovações em sua cobertura jornalística e na linguagem. Carlos Lacerda chegou a mover neste período uma campanha contra o uso do adjetivo, porque até então os textos jornalísticos eram carregados de subjetividade. Conseguiu com isso um *enxugamento* da linguagem e, supostamente, a substituição da subjetividade pela objetividade.

No entanto, Fernando Lattman-Weltman considera que muitos historiadores da imprensa e jornalistas apontam os anos 1950 como um verdadeiro marco na história da imprensa brasileira. Foi nesta década que se começou a abandonar uma de suas fortes tradições, *o jornalismo de combate, de crítica, de doutrina e de opinião*¹³, o modelo francês. Abrindo espaço para o estilo norte-americano que, ao contrário do jornalismo de influência francesa, separava o comentário pessoal da transmissão objetiva e impessoal da notícia, assim privilegiando o fato jornalístico. Alzira Alves de Abreu completa defendendo que *a imparcialidade da imprensa norte-americana, associada a interesses comerciais, visava atingir um público mais amplo, logo não poderia*

¹² Abreu, Alzira Alves de. Op. cit. p.213-214

¹³ Lattman-Weltman, Fernando. Imprensa carioca nos anos 50: os anos dourados. In: Alzira Alves de Abreu (org.)... [et al.], *A imprensa em transição*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1996.

*expressar a opinião do dono do jornal ou do jornalista, mas apresentar a notícia de forma objetiva.*¹⁴

Para Carla Vieira de Siqueira todas essas inovações do jornalismo brasileiro ocorridas na década de 1950 surgiram das mãos de jornalistas que passaram pelos Estados Unidos entre os anos 1940 e 1950, como Pompeu de Souza, Danton Jobim e Samuel Wainer¹⁵. O próprio Wainer, em seu depoimento à Associação Brasileira de Imprensa¹⁶, afirma que durante o período entre 1938 e 1947 em que trabalhou para a *Revista Diretrizes* se inspirou muito na imprensa americana.

Ela nos lembra ainda que a transição do jornalismo político para o de perfil mais empresarial, objetivo e imparcial foi lenta e gradativa e os dois estilos jornalísticos *conviveram* no Brasil durante algum tempo. Foi justamente nesse contexto ambíguo que nasceram os dois periódicos, a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa* que entenderemos aqui como instrumentos políticos que serviam respectivamente ao presidente Getúlio Vargas e a Carlos Lacerda.

Assim, do ponto de vista de Carla Vieira de Siqueira, a *Última Hora* é um forte representante deste momento, já que era um jornal moderno em suas técnicas jornalísticas e estratégias empresariais, porém cuja lógica de fundação do jornal em 1951 foi a das lutas políticas.

Ana Maria Abreu Laurenza¹⁷ estuda a luta desigual travada entre a *Última Hora*, de Samuel Wainer, um jornal de perfil inovador e a *Tribuna da Imprensa*, de Carlos Lacerda, um diário apoiado nas estruturas conservadoras brasileiras. A autora classifica a luta como desigual em termos jornalísticos, pois a *Tribuna da Imprensa* era o representante menor dos jornais da grande imprensa e sua linha editorial atendia aos proprietários da terra, aos bacharéis, aos originários do setor exportador, portanto, aos setores com alto grau de organização e pressão junto ao governo. Por sua vez, a *Última Hora* manteve tiragens similares ao *Estado de São Paulo* e ao *Correio da Manhã*. Esse sucesso se deve, em grande parte, à abertura de seu espaço editorial para retratar as condições de vida de uma população assalariada, dando assim voz aos grupos populares. Além disso, outro fator que teria favorecido o desempenho do periódico

¹⁴ Abreu, Alzira Alves de. Op. cit. p.222.

¹⁵ Siqueira, Carla Vieira. “*Sexo, crime e sindicato*”: *Sensacionalismo e populismo nos jornais Última Hora, O Dia e Luta Democrática durante o segundo governo Vargas (1951-1954)*. 2002. 202f. Tese (Doutorado em História Social da Cultura). Puc, Rio de Janeiro, 2002.

¹⁶ Wainer, Samuel. *Samuel Wainer I (depoimento, 1996)*. Rio de Janeiro, CPDOC/ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA (ABI), 2010. p.16.

¹⁷ Laurenza, Ana Maria de Abreu. *Lacerda X Wainer: o Corvo e o Bessarabiano*. São Paulo: Editora SENAC, 1998.

relaciona-se a sua atuação como uma espécie de suporte à política do governo de Getúlio Vargas. Segundo Ana Maria Laurenza, a *Última Hora* foi porta-voz de Getúlio Vargas.

Ainda sob sua ótica, o episódio entre os dois periódicos nos revela uma faceta da imprensa quando esta se permite agir como um instrumento político de um grupo específico e/ou de um Estado. Em sua análise é improvável que a imprensa possa abandonar sua condição de instrumento político, uma vez que quando se noticia um fato, mesmo que não se posicione a favor ou contra, funciona com uma caixa de ressonância de posicionamentos políticos ou ideológicos, através da repercussão que dá ao episódio, ou seja acaba sempre refletindo alguma opinião. Geralmente esse processo se inicia com a escolha da pauta a ser coberta.

O próprio Samuel Wainer, fundador e dono de a *Última Hora*, compreendia perfeitamente a força da atuação da imprensa como instrumento político. Em sua autobiografia¹⁸ faz o seguinte comentário quanto à posição da imprensa, em 1950, face ao sucesso da campanha eleitoral e à vitória de Vargas:

(...) A hostilidade das classes dirigentes brasileiras se refletia com inteira clareza na imprensa. À exceção dos jornais de Chateaubriand, que reatara seu namoro com Vargas, toda a imprensa devotava ao novo governo uma animosidade total e incontornável. A imprensa atacou diuturnamente Getúlio ao longo da campanha, endureceu as críticas depois de sua vitória nas urnas e deixou claro, já no dia da posse, que não haveria tréguas na guerra de extermínio.¹⁹

Segue comentando que, em 31 de janeiro de 1951, Getúlio foi empossado presidente do Brasil em meio a calorosas celebrações populares, no entanto, a esmagadora maioria da imprensa reagiu com enorme frieza. Poucos dias depois constatou que a imprensa decidira realmente fechar o cerco a Vargas através da conspiração do silêncio, quando notou por ocasião da primeira reunião do novo ministério que apenas ele, então repórter dos *Diários Associados*, e o repórter da Agência Nacional cobririam o evento. Após a reunião, segundo seu relato, ainda, ele e o presidente tiveram uma conversa que o transformaria em personagem relevante da história nacional, conforme citação a seguir:

¹⁸ Wainer, Samuel. *Minha razão de viver: memória de um repórter*. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2005.

¹⁹ Wainer, Samuel. op. cit. p.153-154.

— Tu reparaste que hoje não veio ninguém cobrir a reunião? — perguntou Getúlio.

Respondi que sim, e observei que fora desencadeada a conspiração do silêncio.

— O senhor só vai aparecer nos jornais quando houver algo negativo a noticiar — preveni. — Essa é uma tática normal de oposição, e a mais devastadora.

Ele andava de um lado para o outro. De repente, parou e me disse sete palavras que seriam a senha para abrir-me as portas da grande aventura:

— Por que tu não fazes um jornal?

Respondi que aquele era o sonho de um repórter com o meu passado. Ponderei que não seria difícil articular a publicação que defendesse o pensamento de um presidente que, como era o seu caso, tinha o perfil de um autêntico líder popular.

— Então, faça — determinou Getúlio.

Perguntei-lhe se queria saber como faria.

— Não — cortou. — Troque idéias com a Alzira e faça rápido.

Reagi com o otimismo de sempre:

— Em 45 dias dou um jornal ao senhor.

— Então, boa noite, Profeta. — encerrou Getúlio.

— Boa noite, presidente.

A Última Hora começava a nascer, e eu a encontrar a minha razão de viver.²⁰

Empenhado em produzir um jornal que se identificasse com a política de tendência popular do presidente, Wainer lançou em 12 de junho de 1951, a *Última Hora*. Sua publicação envolveu uma significativa renovação da imprensa brasileira. Inovações técnicas, editoriais e empresariais. Assim, o periódico abriu espaço aos temas, preocupações e aspirações populares, fazendo valer a imagem de *defensor do povo*.

Logo após a criação do jornal, Wainer sentiria a força que sua relação teria com a política de Vargas. Afirma em seu depoimento que a *Última Hora* não foi criada acidentalmente e ainda que Getúlio sabia que tinha um instrumento em mãos. O presidente sempre que julgava necessário enviava recados ou correspondências ao jornalista comentando as notícias ou sugerindo o que deveria ser enfatizado pelo noticiário. Wainer comenta que quando recebeu um recado de Vargas, transmitido pelo chefe da Casa Civil, Lourival Fontes, no qual o presidente solicitava que o jornal tratasse menos de esportes e mais de carne, entendeu a importância de tal instrumento para o presidente.²¹

²⁰ Wainer, Samuel. op. cit. p.155-156

²¹ Wainer, Samuel. *Samuel Wainer I (depoimento, 1996)*. Rio de Janeiro, CPDOC/ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA (ABI), 2010. p. 20.

A resposta enviada ao presidente, referente a esta questão, demonstra não apenas a relação de Vargas, Wainer e a condução do jornal como a percepção do jornalista sobre o papel que Getúlio pretendia ter perante a *Última Hora*, logo após a sua criação.

Presidente, boa noite,
 Acabo de receber um vasto *pito* do Lourival.
 Mas, o estrilo é imerecido. Os assuntos de que tratamos sábado – tribunais populares e a Ordem dos Advogados, equilíbrio orçamentário e o Congresso, ofensiva dos tubarões contra a CCP – estão sendo preparados e deverão começar a ser publicados quarta-feira. Asseguro-lhe que o sr. terá boa surpresa, pelo menos melhor do que a dos tubarões... Por outro lado, o jornal que o sr. viu hoje pela manhã, é a edição esportiva de segunda-feira. Na edição da tarde – chamo a atenção do sr. para a entrevista do Garcez – a impressão já deve ter melhorado. De qualquer forma confesso ao sr. que estou impressionado com a rigidez de meu *redator-chefe*. O sr. não está tão fora de forma como diz...
 E se isso vai me roubar muitas horas de sono, muito mais sono vai roubar de meus redatores.
 Abraça-o afetuosamente o
 profeta fracassado²²

Podemos notar que Vargas pretendia acompanhar de perto os rumos da jovem *Última Hora*, de modo a garantir que Wainer compreendesse que o jornal deveria ter como foco principal promover a aproximação do governo e as classes populares e dar destaque aos assuntos políticos que o presidente julgava interessante a sua propaganda. Os tribunais populares citados na carta enviada por Wainer ao presidente remetem a essa aproximação entre o governo e o povo. Essa era uma iniciativa do governo e a experiência seria realizada pela *Última Hora*, que instauraria os tribunais nos bairros para simular julgamentos contra a economia do povo. Especialmente nos casos de abusos nos preços de gêneros alimentícios. Os júris geralmente eram compostos de donas de casa e chefes de família e o primeiro *julgamento* foi transmitido pela *Rádio Clube do Brasil*, também de Samuel Wainer.

De fato esse não é o primeiro momento em que Getúlio Vargas mostrou-se preocupado com a imagem de seu governo. No período do Estado Novo (1937-1945) ele construiu uma máquina de propaganda destinada a fazer a justificação ideológica do governo, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Sua função era de coordenar

²² GV c 1951.00.00/52. Fundo Getúlio Vargas. Acervo CPDOC.

as ações do Estado no campo ideológico, tais quais: a propaganda oficial do governo, assim como a promoção pessoal da figura de Vargas, a censura à imprensa, ao teatro, ao cinema e a qualquer tipo de manifestação cultural e a divulgação e organização cultural, através da promoção de manifestações cívicas, festas patrióticas, exposições, concertos, conferências, entre outros. Segundo as orientações de seu secretário pessoal, Luís Vergara, o material de propaganda deveria ser sistematizado de forma acessível ao uso especialmente do povo.²³

Neste contexto foi lançada a *Revista Cultura Política*. A revista circulou entre março de 1941 e outubro de 1945. E, ao contrário do que aspirava Luís Vergara, os artigos publicados pelo periódico eram munidos de uma argumentação teórica elaborada e, portanto, inacessíveis aos leitores comuns o que transformou a revista inadequada a uma propaganda ampla do regime. Segundo Adriano Nervo Codato e Walter Guandalini Jr., *Cultura Política desempenhava um papel ativo na sistematização do discurso ideológico oficial (isto é, de Estado), buscando fundamentos em autores clássicos do pensamento político e em importantes representantes do pensamento autoritário nacional.*²⁴

Com base na análise proposta por esses autores, durante o Estado Novo o governo Vargas buscou produzir e difundir sua ideologia política, que inicialmente deveria voltar-se para o povo, mas que, devido ao seu refinamento teórico, acabou não atingindo este objetivo, através da produção de um periódico voltado exclusivamente para este fim. Provavelmente Vargas não queria que a *Última Hora* seguisse um caminho de afastamento do povo e parecia disposto a conduzir Wainer na missão de conjugar em um único veículo sua imagem de presidente preocupado com as expectativas das classes populares sem deixar de lado os assuntos políticos que pudessem auxiliar seu governo a conduzir a política nacional.

De acordo com Carla Siqueira²⁵, as manchetes denunciando abusos contra a população eram a marca principal dos jornais populares e sinalizavam sua postura em defesa do povo. A particularidade, no caso de periódicos como a *Última Hora*, é que o esforço de trabalhar a imagem de *defensor do povo* integrava a tarefa maior de

²³. LV c 1938.00.00/1. Fundo Luís Vergara. Acervo CPDOC

²⁴ Codato, Adriano Nervo; Guandalini Jr., Walter. Os autores e suas idéias: um estudo sobre a elite intelectual e o discurso político do Estado Novo. *Revista de Estudos Históricos*, Rio de Janeiro - RJ, v. 32, 2003. p.148.

²⁵ Siqueira, Carla. Sensacionalismo e retórica política em *Última Hora*, *O Dia* e *Luta Democrática* no segundo governo Vargas (1951-1954) In: *História e imprensa: representações culturais e práticas de poder* / Lúcia Maria Bastos P. Neves, Marco Morel, Tânia Maria Bessone da C. Ferreira (organizadores). Rio de Janeiro: DP&A:FAPERJ, 2006. p. 414-425.

construção de um vínculo entre leitores e líderes, como o presidente Getúlio Vargas. Para que esse vínculo fosse estabelecido era necessário adotar algumas estratégias, que interessam especialmente a este trabalho, conforme veremos mais adiante. Neste sentido, a autora enfatiza que toda a construção simbólica em torno do jornal e de seu respectivo líder como *defensores do povo* não se sustentaria sem a efetiva oferta de *serviços* prestados pelos periódicos aos leitores. No jornal de Samuel Wainer, as reivindicações e denúncias populares pautaram grandes reportagens, e as conquistas sociais renderam manchetes afirmativas quanto à administração de Getúlio.

Reivindicações trabalhistas, denúncias sociais, manchetes sensacionalistas e os tribunais populares construíram o vínculo de *Última Hora* com as classes populares. Promoções, folhetins, histórias em quadrinhos, fofocas do rádio, a cobertura esportiva e a apropriação de temas (como a religiosidade) e mesmo da linguagem popular consolidaram esse laço. Porém, Carla Siqueira faz uma ressalva quanto ao caso da *Última Hora*. Estruturada para dialogar com um público policlassista, o jornal getulista restringiu o apelo ao sensacionalismo a determinados espaços. Tal cuidado lhe garantiu que não tivesse a feição *espreme e sai sangue* que caracterizaria outros periódicos como *O Dia* e a *Luta Democrática*. Ainda sobre as características editoriais de *Última Hora*, pensadas para se aproximar de todos os públicos, Ana Maria de Abreu Laurenza completa:

A *Última Hora* tinha agilidade editorial. Mesclava assuntos como condições de vida na cidade, relação entre política econômica e a vida do trabalhador. Dava espaço para a reivindicação sindical, a ficção, as *certinhas* do teatro rebolado. Fofocas sobre artistas, o *it* e o charme da zona sul do Rio de Janeiro. As manifestações culturais que desciam o morro, um local ainda aprazível e romântico, e a roda de samba do subúrbio. Enfim, uma coletânea de assuntos que agradava a classe média urbana, pronta para consumir bens materiais e culturais.²⁶

1.2 – Uma Tribuna para a oposição

A *Tribuna da Imprensa* por sua vez foi criada por Carlos Lacerda em 1949. Assim, da mesma maneira que a *Última Hora*, participou de um momento especial da imprensa brasileira, como já falamos, a transição entre o jornalismo político e o jornalismo empresarial. Essa ambigüidade também se refletiu em suas páginas. O periódico tanto servia como *instrumento político de seu proprietário, quanto era*

²⁶ Laurenza, Ana Maria de Abreu. op.cit. p.120-121.

*produzido nos moldes modernos, contando com uma equipe de alto nível técnico-profissional.*²⁷

Como Samuel Wainer, Carlos Lacerda em seu depoimento sobre sua trajetória de vida deixou claro que compreendia o papel político de seu jornal, assim como o reconhecia como veículo de propagação, sobretudo, de sua opinião.

(...) o jornal era para mim uma coisa absorvente, era um jornal muito pobre numa vanguarda de luta. Praticamente um jornal sozinho na posição que tinha tomado, que não era uma posição simpática à candidatura do brigadeiro e ao mesmo tempo era uma posição absolutamente de combate à volta do Getúlio, com uma parte do noticiário muito sacrificada, porque era um jornal eminentemente político, e que não podia se dar ao luxo de ter uma parte noticiosa cara, portanto capaz de competir com jornais, vamos dizer jornalisticamente mais equipados. Então a Tribuna da Imprensa absorvia muito o meu trabalho. (...) Eu queria evitar muito que a Tribuna fosse um órgão da UDN, até porque isso era impossível; a UDN não podia ter um órgão – a UDN uma maçaroca de tendência, as mais diversas, impossíveis de exprimir num só jornal. Sobretudo porque esse jornal exprimia muito mais as minhas tendências do que as tendências da UDN.²⁸

Segundo Ana Maria de Abreu Louranza²⁹, a *Tribuna da Imprensa* ficou conhecida, especialmente, por refletir em suas páginas a personalidade de seu dono, Carlos Lacerda, demonstrando sua enorme agitação e prolixidade, já que este esbanjava adjetivos positivos para referir-se aos seus amigos e aliados e severos impropérios aos inimigos políticos. O jornal seguia um estilo próprio, sem a preocupação de se adequar a características jornalísticas da época. As dez primeiras páginas misturavam política nacional, notícias gerais e matérias sobre a cidade do Rio de Janeiro sem que as notícias fossem reunidas em editoriais segmentados como faziam os outros periódicos. Ainda de acordo com a autora, Lacerda praticamente produzia toda a Tribuna:

Havia um espaço à esquerda, no alto da página 4, no qual o jornalista diariamente escrevia uma coluna assinada, ocupando, muitas vezes, mais do que um quarto de página. Era dali que Lacerda comentava os incidentes da política econômica nacional, quase sempre esbravejando

²⁷ Siqueira, Carla Vieira. Op. cit. p.91.

²⁸ Lacerda, Carlos. *Carlos Lacerda. Depoimento*; prefácio de Ruy Mesquita; organização de textos, notas e seleção de documentos de Cláudio Lacerda de Paiva. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. p.127-128.

²⁹ Laurenza, Ana Maria de Abreu. *Lacerda X Wainer: o Corvo e o Bessarabiano*. São Paulo: Editora SENAC, 1998.

contra a Última Hora, o qual chamava de “jornal oficioso do governo Vargas”.³⁰

Feitas as devidas considerações passaremos ao próximo capítulo, onde contextualizaremos o bairro de Copacabana, apresentando brevemente sua trajetória, as transformações que ocorreram com o bairro até chegar à década de 1950. A imagem de Copacabana diante da cidade do Rio de Janeiro naquele momento. Além de apontar as possíveis disputas existentes para que se chegasse a ponto de um periódico propor uma campanha de ordem moral em defesa dos moradores e do espaço.

³⁰ Laurenza, Ana Maria Abreu. op. cit. p. 62-63.

Capítulo 2 – De Sacopenapã à Princesinha do Mar

Quando a *Última Hora* deu início a sua campanha para impedir que o bairro de Copacabana se degradasse a ponto de se transformar no *Bas-fond* do Rio de Janeiro, uma frase chamou a atenção: *É preciso que a polícia compreenda que Copacabana já não é mais a praia selvagem do século passado, mas uma cidade dentro da capital da República*³¹. Assim, buscaremos entender nesse capítulo as transformações que Copacabana sofreu até a década de 1950. Deixando de ser aquela praia quase intocada e de difícil acesso para ganhar fama internacional e o codinome Princesinha do Mar.

Antes de ser nomeada Copacabana, a praia selvagem (ANEXO 1), que abrangia ainda a Lagoa Rodrigo de Freitas, era chamada até meados do século XVIII de Sacopenapan. A história da mudança do nome para Copacabana começa após a imagem de Nossa Senhora de Copacabana³² ter sido instalada em uma ermida de pescadores no areal. Posteriormente, uma capela foi erguida para a Nossa Senhora como agradecimento à promessa feita, em 1746, pelo bispo D. Antonio do Desterro que ao regressar de navio da África sobreviveu a uma tempestade próxima ao local onde estava a imagem. Assim, com a construção da igrejinha o arrabalde ficou conhecido pelo nome de Copacabana³³.

Apenas na segunda metade do século XIX é que alguns acontecimentos promoveram movimentos esporádicos em direção a Copacabana. Em 1858, a suposta presença de duas baleias encalhadas próximas à praia de Copacabana conduziu ao local quase inabitado uma pequena multidão de curiosos. Tempos depois a reconstrução da Igrejinha e a fundação da Irmandade de Nossa Senhora de Copacabana promoviam uma humilde, mas constante atividade religiosa devido à visitação de romeiros. J a no ano de 1973 foi inaugurado por D. Pedro II o primeiro posto de telégrafo submarino. De fato, esses acontecimentos não foram capazes de modificar a fisionomia de Copacabana ou inseri-la efetivamente a malha urbana da cidade do Rio de Janeiro.

³¹ *Última Hora*. (01/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345.

³² Nossa Senhora de Copacabana era considerada milagrosa e muito cultuada na região do Lago Titicaca, localizado entre o Peru e a Bolívia. Acredita-se que a sua imagem chegou ao Brasil pelas mãos de comerciantes vindos do Peru. A imagem inicialmente ficara na Igreja da Misericórdia, no centro do Rio de Janeiro, onde hoje localiza-se a Igreja de Nossa Senhora de Bonsucesso, somente mais tarde a imagem teria sido transferida para a ermida de pescadores na praia que ganharia assim o nome de Copacabana.

³³ Cardoso, Elizabeth Dezouart (org.). *Copacabana: História dos bairros*. Rio de Janeiro: João Fortes Engenharia – Editora Index, 1986. p. 19-20.

A rotina e a aparência do pitoresco arrabalde só mudariam radicalmente, promovendo-o a qualidade de bairro, após a chegada dos bondes em 6 de julho de 1892. Atendendo a necessidade da cidade que pulsava e crescia desordenadamente para abrigar uma população que aumentava em ritmo acelerado, coube aos bondes e trens o papel de promover a integração do centro às periferias.³⁴

O Rio de Janeiro experimentou durante o século XIX um processo de crescimento que acarretou uma intensa crise urbana, devido a sua posição de *sede do governo e dos serviços burocráticos, aí se achavam instalados também, o grande comércio e as firmas industriais e bancárias, além do porto.*³⁵ Desta forma, atraía pessoas tanto de outras províncias como de outros países. O grande aumento do número de habitantes tornava cada vez mais difícil a administração e o controle da população. Entre os anos de 1870 e 1890 a população carioca cresceu de 235.000 para 522.000 moradores, ou seja, em 20 anos o crescimento populacional mais que dobrara. Nesse contexto o Distrito Federal apresentou diversos problemas estruturais e a insalubridade era considerada um dos maiores desafios para o governo.

Alguém que circulasse pelas ruas do Rio de Janeiro no último quartel do século passado não precisaria ser um arguto observador para perceber que um dos mais graves problemas que assolavam a cidade na ocasião era o da insalubridade. Centro nervoso do país, o Rio de Janeiro desfrutava à época da condição privilegiada de capital comercial, financeira, política, administrativa e cultural do Brasil. Esta condição, entretanto, se assegurava, por um lado, o direito da cidade proclamar-se vitrina das virtudes nacionais, impunha-lhe, por outro, o epíteto de um dos maiores focos de epidemia do mundo.³⁶

Para auxiliar na resolução da questão da crise habitacional no centro da cidade e, conseqüentemente, tornar o Distrito Federal *higiênico e civilizado* era preciso promover a remodelação urbana do Rio. Nos interessa aqui, como citamos anteriormente, o investimento nos transportes com o objetivo de urbanizar novos espaços até então inacessíveis, ou afastados, para que a população pudesse residir deixando, especialmente, as tantas moradias insalubres aglomeradas no coração da cidade.

³⁴ Cardoso, Elizabeth Dezouart (org.). Op. cit. p. 25-28

³⁵ Damazio, Sylvia F. *Retrato Social do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: ed. UERJ, 1996. p. 17.

³⁶ Pechman, Sérgio; Fritsch, Lílian. A reforma urbana e seu avesso: Algumas considerações a propósito da modernização do Distrito Federal na virada do século. *Revista Brasileira de História*, v.5, nº8/9, p. 139-195, set. 1984/abr. 1985. p.140

Com o intuito de tornar a cidade funcional, dividindo-a em área comercial, industrial e residencial os arrabaldes do Rio de Janeiro deveriam ser acessíveis. Para isso o governo Imperial deu concessões a particulares ou empresas interessadas em construir e explorar as linhas de transportes. Tais concessões eram alvo de diversas críticas, pois

Muitos obtinham as concessões, mas não conseguiam levantar os capitais necessários; nesse caso, a concessão era anulada depois de vencido o prazo de validade, ou então vendida a terceiros. Algumas concessões não passavam de objeto de transação comercial, enquanto outras se tornavam objeto de intensos debates e acirradas disputas. As concessões de serviços e de obras públicas eram vistas como promessas de lucros, e os concessionários, como privilegiados. Copacabana ficou famosa como pivô de uma das mais polêmicas e escandalosas concessões de serviço públicos ocorridas no Segundo Império.³⁷

Agregar Copacabana à malha urbana e transformá-la num bairro residencial exigia um caminho mais rápido e fácil.³⁸ Mas executar tal projeto não foi rápido tampouco fácil. Diversas tentativas foram frustradas, a primeira delas aconteceu em 1872 quando o sr. Alexandre Vieira de Carvalho, também conhecido como Conde de Lages, na época mordomo do conde d'Eu e da princesa Isabel, solicitou autorização para construir a linha que levaria os carris até o arrabalde, junto ao seu sócio, Francisco Teixeira de Magalhães. Os sócios aguardaram dois anos e em 4 de novembro de 1874 a concessão foi finalmente promulgada. Além de instalar os trilhos da nova linha os dois também teriam o direito de investir na ocupação daquele espaço, através da construção de uma estrutura urbana básica. A idéia era que inicialmente houvesse água potável canalizada, iluminação pública a gás, rede de esgoto, um serviço balneário, um hospital, uma escola e até um jardim zoológico.

No entanto, para realizarem o empreendimento eles deveriam respeitar os privilégios da Botanical Garden Rail Road Company³⁹, que já possuía concessão para

³⁷ Cardoso, Elizabeth Dezouart (org.). Op. cit. p. 26.

³⁸ Até a chegada dos bondes Copacabana possuía três fatigantes acessos. O primeiro acesso, preferido pela população, começava no bairro de Botafogo, na rua Real Grandeza, passava pelo morro da Saudade descia pela rua e pela ladeira do Barroso (atualmente conhecidas por rua Siqueira Campos e Ladeira dos Tabajaras). O segundo caminho, era muito íngreme e começava na rua Copacabana (hoje rua da Passagem), também em Botafogo, passava pela ladeira do Leme até chegar à praia. O terceiro caminho proporcionava a viagem mais longa, partia da Lagoa de Sacopenapan (Lagoa Rodrigo de Freitas) e seguia por Ipanema e pela praia do Arpoador.

³⁹ Em 1883, após a sua nacionalização, a empresa passará a chamar-se Companhia Ferro Carril Jardim Botânico, ou Companhia Jardim Botânico como ficou conhecida.

explorar a linha de carris que atuava na Zona Sul da cidade. Essa questão foi crucial para o fracasso do projeto, uma vez que criar uma linha que chegasse a Copacabana e não cruzasse ou seguisse paralela aos trilhos de sua concorrente significava um alto investimento financeiro, com a construção de novas ruas e túneis. Aliava-se ao entrave financeiro a disputa judicial imposta pela Botanical Garden sob a alegação de que a nova concessão feriria seu direito de explorar as linhas que passavam pelo bairro de Botafogo⁴⁰. O conde e seu sócio precisaram solicitar diversas prorrogações no prazo para a finalização das obras. Ainda se associaram, em 1876, a um rico negociante, Alexandre Wagner⁴¹, para obterem os recursos necessários para a realização das obras. A Empresa Copacabana não conseguiu finalizar o projeto proposto e em 1878, mesmo com 6 km prontos, com trilhos que iam do Centro ao Largo do Machado, o governo considerou que a concessão havia caducado.

Para Julia O'Donnell, o interesse do conde de Lages e de Francisco Teixeira de Magalhães em ocupar Copacabana demonstra claramente que ambos entediam que aquele espaço apresentava em sua geografia um atrativo aos futuros moradores e frequentadores, a salubridade dos ares marítimos⁴². Já a grande repercussão nos jornais da disputa entre a Empresa Copacabana e a Botanical Garden quanto à questão dos bondes acabou por, de certa forma, popularizar o arrabalde junto aos leitores que acompanhavam pelas páginas dos jornais todos os detalhes da confusa tentativa de *desbravar* Copacabana através da polêmica linha de carris. A tentativa foi fracassada, mas Copacabana tornava-se sinônimo de bom investimento imobiliário àqueles que entenderam que a cidade cresceria naquele sentido, em direção a salubridade e a uma nova e moderna alternativa de lazer como veremos mais adiante.

Portanto, não foi por acaso que o médico português, Dr. Figueiredo Magalhães, no final da década de 1870 inaugurou no arrabalde uma casa de saúde para convalescentes. A casa contava ainda com cômodos para banhistas e um hotel. Como o projeto de levar os bondes até Copacabana não saiu do papel, o doutor decidiu financiar sozinho um serviço de diligências para conduzirem os seus pacientes e hóspedes. O serviço de transporte começou a funcionar no mês de dezembro de 1878, em dois turnos, com saídas de hora em hora, de manhã entre 7hs e 10hs e no final da tarde,

⁴⁰ No momento da disputa, Botafogo era o bairro mais povoado da Zona Sul e o principal alvo da expansão imobiliária do Distrito Federal.

⁴¹ Alexandre Wagner tinha interesse direto na chegada dos bondes a Copacabana, pois era proprietário de diversos terrenos no arrabalde.

⁴² O'Donnell, Julia Galli. *Um Rio Atlântico: culturas urbanas e estilos de vida na invenção de Copacabana*. Rio de Janeiro: UFRJ/Museu Nacional, 2011.

início da noite, das 17hs às 20hs. O Dr. Figueiredo não parou por aí, no ano de 1882, exatos dez anos antes da chegada dos bondes a Copacabana, realizou outra iniciativa pioneira, abrir duas ruas e duas travessas. Tal iniciativa deu partida a urbanização de Copacabana e visava chamar a atenção para o território que começava a se transformar.

Paralelamente às melhorias patrocinadas pelo médico, outras tentativas de tornar Copacabana acessível fracassaram e caducaram. Somente em 1890, a Companhia Jardim Botânico se comprometeu a abrir um túnel ligando a rua Real Grandeza a Copacabana e a levar a linha de bondes a Copacabana. O túnel foi construído pelo engenheiro José Cupertino Coelho Cintra⁴³ e inaugurado em 1892, junto com a nova linha de carris.

O anúncio das obras do túnel fez com que os visionários, que acreditavam no potencial imobiliário de Copacabana, não tardassem a se organizar para garantir o direito de explorar o novo território. A Empresa de Construções Civis foi criada por Alexandre Wagner, e seus genros, Theodoro Duvivier e Otto Simon, e loteou e urbanizou uma grande parcela do bairro. Em entrevista sobre suas memórias quanto ao Copacabana Palace Hotel, Jorge Guinle fala sobre Copacabana e os grandes proprietários de terras no arrabalde logo após a chegada dos bondes àquela localidade.

(...) Considera-se que Copacabana foi inaugurada quando fizeram o túnel. Foram os Duvivier, que eram os donos de Copacabana e faltava comprar o Leme. Depois eles compraram o Leme inteiro por 45 contos. Eles eram donos desde a Pedra do Leme até o Arpoador.⁴⁴

Além da família, a empresa contava com centenas de outros acionistas, inclusive alguns ligados de alguma forma à Companhia Jardim Botânico. No entanto, a chegada dos bondes a Copacabana não fez com que os terrenos do bairro ficassem automaticamente valorizados. Mesmo com a intensa transformação física que o bairro sofria com os inúmeros arruamentos iniciados e autorizados pela prefeitura apenas dois anos após a abertura do túnel.

2.1 –Vendendo Copacabana

⁴³ A abertura do túnel teve tal importância para Copacabana que Coelho Cintra acabou ficando conhecido como o pai de Copacabana. Ver: Rêgo, Costa. Coelho Cintra, pai de Copacabana. In: *Copacabana cidade eterna: 100 anos de um mito*. Coutinho, Wilson. (org.). Relume Dumará, 1992. p. 19-20.

⁴⁴ Coutinho, Wilson. (org.) *Copacabana cidade eterna: 100 anos de um mito*. Relume Dumará, 1992. p.39.

Os grandes proprietários locais eram, sem dúvida, os maiores interessados na integração do arrabalde ao restante da cidade. Assim como a Companhia Jardim Botânico era a grande preocupada com a urbanização e o sucesso imobiliário daquela localidade. Mas era preciso mais do que a abertura do túnel e a chegada dos trilhos para convencer as pessoas a adotarem Copacabana como um novo território, como uma nova alternativa de moradia. Com o objetivo de garantirem o retorno de seus investimentos, as partes interessadas se aliaram.

A Companhia Jardim Botânico investiu em propaganda: os bilhetes dos bondes que levavam os passageiros a Copacabana traziam impressos versinhos exaltando as maravilhas do bairro.

Ó pais que tendes filhos enfezados
Frágeis e macilentos e nervosos
Afastai-os da manga e da banana!
À beira-mar! Aos ares salitrados!
E heis de vê-los rosados e viçosos
Vindo a Copacabana!

Sofreis de beri-beri! Ouvi atento
Este conselho que vos engana
Usai banhos de mar, tereis provento,
Mas em Copacabana!⁴⁵

Nota-se com a leitura das quadrinhas a intenção de caracterizar Copacabana como espaço de salubridade, onde a praia simbolizava antes de qualquer coisa o oposto à cidade velha, abafada e doente. A praia oferecia seus ares e banhos de mar terapêuticos aos convalescentes, era o *santo remédio* para a saúde da população e, portanto para a cidade que precisava de se higienizar para se modernizar.

As propagandas não paravam por aí. De acordo com Julia O'Donnell elas começavam a explorar imagens de Copacabana em busca da construção de uma identidade para o novo bairro, que era produzida pelos investidores. A Empresa de Construções Civis também investiu na divulgação de Copacabana através de jornais e revistas. E tentava se dirigir a um público variado, como as moças elegantes, jovens casais e novos investidores.

Graciosas senhoritas, moças chics,
Fuji das ruas da poeira insana
Não há lugares para pic-nics
Como em Copacabana!

⁴⁵ *Apud* Cardoso, Elizabeth Dezouart (org.). *Op. cit.* p.41.

Noivos que o céu gozais em pleno juízo
 Almas que a mágoa nem de leve empana
 Quereis de vossas noivas um sorriso
 Ler a maior felicidade humana?
 Prometeis-lhes morar num paraíso
 Vindo a Copacabana.

Copacabana é o sítio pitoresco
 Por excelência em toda extensa linha
 Goza-se de um ar lavado e fresco
 No Leme, em Ipanema ou na Igrejinha.

Proprietários e capitalistas
 Aproveitai melhor a vossa gana,
 Oh! que minha! lançai as vossas vistas
 Sobre Copacabana!⁴⁶

Essas propagandas mostram uma Copacabana que ia além da questão da salubridade. Nelas o bairro aparece como moderno, propício ao lazer, voltado a pessoas *chics*, aos jovens que estavam formando família e aos investidores. Copacabana era mostrada como um paraíso propício a receber pessoas elegantes e famílias que estavam atrás de salubridade, lazer, modernidade, pioneirismo, sem abrir mão da tranqüilidade paradisíaca e principalmente do urbano. E Copacabana era o único bairro da cidade capaz de conjugar todas essas características naquele momento. Copacabana era, retratado pelas propagandas como o bairro do futuro, portanto, um excelente negócio e uma oportunidade de investimento.

Não eram apenas os investidores que estavam preocupados com o tipo de ocupação de Copacabana. A urbanização do bairro recebeu atenção especial do prefeito Pereira Passos⁴⁷, que mesmo empenhado nas obras de transformação do centro do Rio de Janeiro, não deixou a Zona Sul da cidade de lado. Em 1904, o bairro ganha um novo acesso com a abertura do Túnel do Leme⁴⁸ aumentando o interesse de pessoas e capitais. Isso levou a administração do prefeito a tomar uma decisão que interferiria no perfil de ocupação do bairro, para impedir que Copacabana pudesse vir a abrigar moradias populares e insalubres como as que o famoso *bota-abaixo* combateu. No ano

⁴⁶ *O Copacabana*. Biblioteca Nacional. PR-SOR 05633. 1907.

⁴⁷ O prefeito Pereira Passos (1902-1906) era o responsável por executar o Plano de Melhoramentos da prefeitura, elaborado pela Carta Cadastral do Distrito Federal. O prefeito pretendia promover melhorias higiênicas e estéticas na cidade. A questão do saneamento de Rio de Janeiro representava um dos grandes problemas a serem resolvidos dependendo principalmente da remodelação do espaço urbano, através da abertura de avenidas largas e arejadas. Estas obras puderam se realizar graças a empréstimos estrangeiros e a leis e decretos especiais que garantiram aos governantes os poderes necessários.

⁴⁸ O Túnel do Leme ficou conhecido como Túnel Novo, enquanto o Túnel da Real Grandeza foi apelidado de Túnel Velho.

de 1905 o prefeito anulou a chamada *liberdade de construção*, decreto 540 de maio de 1898 para Villa Ipanema e um ano mais tarde para Copacabana, que tentava estimular a ocupação do novo e disponível território recém agregado à cidade. Ainda nesse ano foi aprovada a autorização para o início das obras da principal melhoria oferecida pelo projeto de remodelação da cidade a Copacabana, a Avenida Atlântica. A construção da avenida começou em abril de 1906 e foi finalizada em 1908.

É significativo ressaltar que havia nesse momento a pretensão de transformar o bairro em espaço destinado à moradia das elites cariocas. E as iniciativas do governo em relação a Copacabana mostravam que este estava de acordo com essa tendência. Porém, o bairro atlântico já era um destino de lazer dentro da cidade, contanto com um vasto leque de opções da cultura urbana, atraindo diferentes círculos sócio-culturais. Em Copacabana era possível fazer passeios diurnos e noturnos, *pic-nics*, frequentar restaurantes e hotéis para banhistas ou até usufruir da vida boêmia em um café-dançante nos moldes dos cabarés de Paris. Mesmo assim, Copacabana continuava necessitando de uma série de melhoramentos. As reivindicações às autoridades quanto à implementação dos serviços básicos de água, esgoto e iluminação foram rapidamente atendidas numa demonstração de verdadeira boa vontade em urbanizar aquele espaço.

Nos interessa observar que, ao contrário do que o projeto dos investidores, apoiados pelo governo, almejavam para Copacabana, ou seja, transformá-la num bairro que representasse progresso e salubridade e abrigasse a nata da sociedade carioca, seu território também foi, além de frequentado, ocupado por moradias e pessoas humildes. Pescadores e trabalhadores moradores do morro da Babilônia também pertenciam àquele espaço. De certo, como veremos mais à frente, o projeto se consolidou, tanto que grande parte dos testemunhos e estudos sobre Copacabana, em geral, não citam essa diversidade social quando tratam do início do período de sua ocupação. Porém, registrar essa peculiaridade é compreender que

Copacabana era, antes de tudo, um território sujeito à dinâmica das sociedades complexas e, como tal, objeto de disputas entre diferentes práticas e representações, expressos em *ethos* e visões de mundo diversos mas igualmente ciosos de sua legitimidade. (...) Vemos grupos de origens, *projetos*, pertencimentos sociais, atividades e estratégias diferenciadas ocupando um mesmo bairro e compartilhando, cada qual à sua maneira, do denominador simbólico oferecido pela idéia de “paraíso” – seja ele reproduzido pelo discurso do isolamento e da paz por parte dos moradores dos morros, do

entusiasmo associativista por parte dos pescadores ou, ainda, do apreço ao bucolismo salubre ansiado pelos agentes do progresso.⁴⁹

2.2 – Um Novo Rio à Beira-mar

Como dissemos acima o projeto dos investidores voltado para transformar Copacabana em bairro para uma pretensa *aristocracia atlântica*, um balneário que associava saúde, paz, lazer requinte e modernidade, se consolidou e para que isso acontecesse contou com o auxílio de dois periódicos. O primeiro foi lançado em 1907 e era chamado *O Copacabana – O Novo Rio*⁵⁰. Seu nome já dava indícios de que seus editores esperavam que aquele território se consolidasse como símbolo de modernidade e elegância dentro do Rio. Para construir essa identidade, o periódico quinzenal, que se qualificava como *órgão literário, comercial, noticioso e recreativo*, foi veículo das reivindicações do bairro junto aos governantes, contava com a colaboração, para as suas colunas, exclusivamente dos moradores de Copacabana, Leme e Ipanema e cobria apenas os eventos sociais quando era oficialmente convidado para posteriormente divulgá-los na seção Galante.

Quando o jornal expressava que as colaborações deveriam ser apenas dos moradores dos bairros de Copacabana, Leme e Ipanema fica clara a sua tentativa de criar ali uma restrição onde somente seria dada voz àquela comunidade, ou seja, às pessoas que se relacionam naquele espaço e que compartilham os mesmos valores, expectativas e interesses para o bairro e suas vidas. O periódico atuava ainda como um verdadeiro entusiasta das qualidades de Copacabana. Além das quadrinhas citadas anteriormente, suas edições traziam constantemente textos de exaltação como

Copacabana! Grandioso painel! Suntuosa tela em que o pincel da Natureza, sonhador e invocativo deixou as mais perfeitas linhas, as mais encantadoras nuanças, as mais furtivas tonalidades! Éden terreno! Recanto paradisíaco! Quando o espírito, cansado da labuta diária necessita de uma distração que o repouso, tem como consolo balsâmico às criações doces dessas praias, onde, além da harmoniosa beleza, reina a serenidade contemplativa, interrompida apenas, pelo rumorejar, constante e monótono do mar glauco e magestoso. (...)
As tardes mesmo em épocas estivais, o sol tem o reverberar mais doce, a sombra mais amena, as balsas tem mais frescura e o murmúrio das águas e mais sonoro. Tudo fala ao coração. O inverno aqui não

⁴⁹ O'Donnell, Julia Galli. *Op. cit.* p.80.

⁵⁰ O periódico foi dirigido por seu proprietário, Theotonio Oliveira, personalidade atuante em ações ligadas à urbanização de Copacabana. Circulou de 1907 a 1919.

afugenta os pássaros fazendo-os partir, espaço afora, em busca de outras paragens, de outros climas.⁵¹

É possível notar o esforço do autor, em mostrar aos seus leitores que Copacabana era um cenário de uma beleza *divina*, portanto o único capaz de recarregar as energias não somente do corpo cansado, mas sim do *espírito* daqueles que trabalham. Outro ponto muito exaltando é o clima descrito como perfeito, pois proporciona um calor ameno no verão e um inverno tão agradável que é incapaz de afugentar os pássaros. Tais características divinas, especiais, únicas e distintivas de Copacabana apareciam constantemente nas reivindicações do bairro dirigidas às autoridades, servindo como justificativa para as suas solicitações.

Copacabana, o mais pitoresco, o mais aprazível, o mais saudável de todos os bairros do Rio de Janeiro, recente-se atualmente, de uma falta sensível para a qual chamamos a atenção do digno sr. prefeito e membros do conselho municipal. (...) é de lastimar que em Copacabana, o bairro adorável que aumenta assombrosamente de população e que vai num progresso admirável, não tenha ainda um jardim, um ponto de reunião e diversão para as famílias. E mais que qualquer outra se adapta a este fim a praça Malvino Reis.⁵²

Essas reivindicações ocupavam uma parte significativa da primeira página das edições de *O Copacabana* e a grande maioria delas acabou por ser atendida pelas autoridades municipais. E não havia economia nos elogios ao bairro, sempre como argumento para justificar não apenas o pedido, mas a agilidade para que as melhorias fossem realizadas. Esses elogios acabavam servindo ainda como formas de distinção, pois um bairro que era *o mais pitoresco, aprazível e saudável* dentre todos do Distrito Federal, só poderia ser ocupado por pessoas que estivessem à sua altura, ou seja, era *habitado por famílias e cavalheiros dos mais distintos*. Entre as solicitações, estavam a construção de um jardim, o calçamento de Copacabana, a construção do sistema de esgoto, melhorias na iluminação, cobrava-se a presença da Polícia e em sua falta festejavam o uso do serviço de guardas-noturnos, posteriormente, por volta de 1912, o trânsito dos automóveis que trazia insegurança e excesso de barulho e perturbava a paz daquele paraíso também seria alvo das reclamações do jornal. Era o lado nem tão agradável assim do progresso chegando ao bairro.

⁵¹ *O Copacabana*. Biblioteca Nacional. PR-SOR 05633. 01/07/1907.

⁵² *O Copacabana*. Biblioteca Nacional. PR-SOR 05633. 01/07/1907.

O Copacabana teve um papel importante, já que atuou ativamente em defesa de Copacabana. Segundo Donadio Baptista⁵³ o jornal foi o percussor dessa imprensa local. Após a extinção de *O Copacabana* em 1919, o sr. M. N. de Sá⁵⁴, decidiu contribuir com um meio de comunicação capaz de reunir e fazer circular diferentes interesses e temas que atendiam ao bairro. Assim nasceu *Beira-Mar*, como parte integrante de *um conjunto de atividades, que constituía toda uma obra, orientada para o progresso de Copacabana*.⁵⁵ O jornal teria o papel de auxiliar seu proprietário nos assuntos que considerava estratégicos para o desenvolvimento do bairro, como questões de assistência social, organização do comércio, diversões, política, entre outros.

Em seu texto de abertura o editor expressa a relevância de uma imprensa local capaz de falar a *culta e vultosa* população que acreditou e firmou moradia em Copacabana, Ipanema e Leme e relembra saudoso que antes do lançamento de *Beira-Mar* quem cumpria da melhor forma esse papel era o extinto *O Copacabana*

Vai para alguns anos, alguém de iniciativa pouco vulgar, muita força de vontade, empreendedor e progressista. Acertou a dar a lume um periódico, que, em perfeita identificação e estreiteza com o meio não só tomasse da culta e vultosa população que estabeleceu na pitoresca Copacabana, se não também acompanhasse de perto nas suas alegrias e nos seus pesares.

Este jornal, consoante os informes atinentes ao mesmo, ainda hoje salpicados de esmaecidos arabescos que a mais justificada saudade lhes faz, fez, quanto lhes foi possível por bem corresponder aos primeiros aplausos com que o saudaram a confiança imperada nos copacabanenses, sempre em atitude de irrepreensível dignidade e lídima compostura, mantida até seu inesperado desaparecimento. Era o “O Copacabana”.⁵⁶

Segue nos oferecendo um rápido panorama de como esse território havia evoluído até 1922, deixando claro que as transformações ainda continuariam mesmo que algumas fossem consideradas um pouco *bizarras* por alguns. Transformar-se era a missão de Copacabana, seu futuro. O estranhamento por ora citado quanto às construções em Copacabana não era empecilho para o incentivo dos moradores à evolução e ao crescimento do bairro que fora criado para ser pioneiro.

⁵³ Donadio Baptista, Paulo Francisco. *Rumo à praia – Théo-Filho, Beira-Mar e a vida balneária no Rio de Janeiro dos Anos 1920 e 30*. Rio de Janeiro: UFRJ-PPGHIS, 2007.

⁵⁴ Manoel Nogueira de Sá ou ainda *Seu Manoelzinho*, era um misto de entusiasta, comerciante e investidor de Copacabana. Tinha ainda forte relação nos círculos católicos do bairro. Ajudou a fundar *O Copacabana* e seu mercado, *Au Bom Marche*, era o único ponto de venda do periódico.

⁵⁵ Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.61.

⁵⁶ *Beira-Mar*. Biblioteca Nacional. PR-SPR 02337 [1-5]. 28/10/1922.

(...) Copacabana, Ipanema e Leme passaram, o que ainda não cessou, por transformações decorrentes da própria e natural evolução em que se acham, quer nas edificações em multiplicação continua conjugada com a polimorfia arquitetônica, as vezes um tanto bizarras para nós, quer na população em intensivo crescimento, quer nas praias aprimoradas materialmente, quer nos requintes do meios de segurança ou garantia de vida dos que das suas ondas radio-ativas e salsas que o oceano lhes envia, se servem. (...)

No início da ocupação de Copacabana, e durante a existência de *O Copacabana*, os grandes objetivos eram promover o arrabalde para que as famílias e as *pessoas de bem* enxergassem aquele território como uma alternativa de moradia higiênica, sossegada e propícia ao lazer devido à existência da praia, atrair investidores interessados em apostarem no potencial de Copacabana e lutar junto às autoridades pelas melhorias de infra-estrutura urbana e a instalação dos serviços básicos para que o bairro pudesse crescer e tornar-se mais e mais atrativo.

Quando do lançamento de *Beira-Mar*, a publicação seria utilizada para auxiliar na busca de outros objetivos. Para isso, o periódico apresentava-se como um jornal praiano, pronto a incentivar o uso das praias, considerado pelos seus editores como o próprio progresso da Capital Federal e sinônimo de civilização. Além disso, assim como seu antecessor, o jornal se dirigia a um público restrito, os moradores do território de Copacabana, Ipanema e Leme, apelidado pela sigla de *CIL*, que acabou atribuindo também um nome comum a esses leitores-moradores, *cilenses*. O jornal não pretendia concorrer com os grandes periódicos da época, portanto sua pauta não fazia mais do que vez por outra comentar algumas notícias internacionais, nacionais ou regionais. Sua pauta e públicos eram os *cilenses* e suas questões. *Beira-Mar* apresentava-se ainda como *o intermediário e o porta-voz de nossas praias*, grande parte de suas matérias eram endereçadas aos governantes em nome dos leitores do jornal que eram chamados de *leitores ou banhistas*.⁵⁷

Assim, ao contrário de *O Copacabana* que buscou inserir Copacabana na malha urbana, deixando para trás a categoria arrabalde, lutando pela elevação daquela unidade territorial à categoria de bairro (ANEXO 2), seu sucessor, *Beira-Mar*, intentava articular e divulgar uma imagem de distinção e elegância com a qual aquela região já passava a ser referida entre a grande imprensa da capital federal.⁵⁸ Para demonstrar que

⁵⁷ Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.94.

⁵⁸ De acordo com Julia O'Donnell, jornais como o *Jornal do Commercio* e o *Correio da Manhã* já se referiam a Copacabana como “lindo e aristocrático bairro de Copacabana”, “elegante e pitoresco do

Copacabana era um bairro diferente dos outros, mais seletivo e aristocrático, matérias como essa a seguir eram publicadas, com o claro objetivo de reforçar para aquela *civilização praiana* o quão claras eram suas especificidades e elegância:

Impressões de um estrangeiro sobre Copacabana.

Entre as inúmeras belezas que encantam o viajante que vem ao Rio de Janeiro, o bairro, que não é arrabalde, por isso destaca-se Copacabana, o elegantismo que faz parte integrante da cidade, mas que tem vida própria, uma quase autonomia de que muito se orgulham seus habitantes. Quadras largas e arejadas, chalés, palacetes e construções do mais refinado gosto artístico, rodeadas de jardins frescos e algumas copas das árvores tem principalmente ao cair das tardes reina um aspecto encantador. Ao fundo a montanha enorme, coberta por uma vegetação luxuriante, aos lados, o mar, as praias onde as ondas em marés, languidamente, sobre a areia branca. E por toda a parte uma atmosfera de bem-estar, de comodidade, de calma e alegria que encanta.

Olhando o mar, um edifício monstro, acabando de se construir, é o Copacabana Palace Hotel, onde o luxo, o conforto e a arte se unem. A Beira mar as extensas avenidas, à noite, prodigiosamente iluminadas, nesta orgia de luz que é uma das características do Rio de Janeiro. (...) Copacabana sendo um bairro aristocrático á ao mesmo tempo um refúgio espiritual. Não há ali o ruído inoportuno do centro da cidade. Há calma. Há flores. Há perfumes. Há uma quietude que encanta.⁵⁹

Através do texto de abril de 1923 é possível perceber o quanto Copacabana havia mudado. Enquanto nos anos finais da década de 1910 os esforços eram voltados para a ocupação do arrabalde e a instalação dos serviços básicos de infra-estrutura urbana, em 1923 diversos tipos de construções faziam parte do novo cenário de Copacabana. A natureza com suas belezas, ainda estavam presentes, assim como os ares frescos. Mas agora dividiam as atenções com um gigante, o hotel, que mais tarde ganhará fama internacional, instalado de frente para o mar na Avenida Atlântica. Copacabana estava em franca transformação.

Beira-Mar também dava um grande destaque à vida social dos *cilenses*, o espaço destinado aos assuntos sociais, futilidades e fofocas era maior do que o espaço destinado aos demais temas. A pauta da vida social apresentava as atividades dos principais clubes da *CIL*, como o Atlântico Club e o Praia Club, os eventos que agitavam seus salões, inaugurações, concursos de beleza, bailes, movimentos de caridade, recitais de poesia e música, eventos dançantes, *viravam* notícias nas páginas

bairro” ou ainda, “bairros *chics* de Copacabana, Ipanema e Leme.”. Ver: O’Donnell, Julia Galli. *Op. cit.* p.102.

⁵⁹ *Beira-Mar*. Biblioteca Nacional. PR-SPR 02337 [1-5]. 15/04/1923.

do periódico. Da mesma forma as atividades sociais que aconteciam fora dos salões dos clubes, como as missas, as festas familiares, os banhos de mar e o *footing* dominicais estavam presentes em suas páginas. Para Donadio Baptista o *footing* de domingo era o mais importante de todos os acontecimentos sociais, pois *era a instituição do passeio do final de tarde nas avenidas*.⁶⁰

Ainda sob a ótica do autor, o mundanismo publicado em *Beira-Mar* possuía uma característica marcante que nos interessa, a distinção social. O jornal valorizava a imagem da *CIL* e dos *cilenses*, sistematicamente, através de uma relação positiva com a noção de elite social. Assim, os leitores do jornal se identificavam como membros da *finha elite das famílias copacabanenses*.⁶¹ Para isso o periódico publicava listas e mais listas com os nomes dos moradores que estiveram presentes nos eventos, assim como as suas fotografias. Essas estratégias simples auxiliavam os *cilenses* a se reconhecerem como integrantes de um círculo amplo, porém restrito, de moradores e admiradores da *CIL*, que frequentavam a mesma praia, participavam do *footing* e do banho de mar, frequentavam a igreja e eram sócios dos mesmos clubes.

A publicação oferecia ainda outros temas, como educação física e vida saudável, esportes, beleza feminina, saúde, literatura, cinema, circo, música, rádio, carnaval. E ainda havia espaço destinado aos anúncios e propagandas do comércio de Copacabana e de produtos e marcas diversas. Ou seja, os vínculos sociais de *Beira-Mar* eram diversificados o que demonstra que o periódico não era simplesmente um jornal especializado na vida praiana, apesar de essa ter sido, sem dúvida, a sua marca. Seu *projeto praiano civilizatório* era parte imprescindível para a elaboração de seus mecanismos de distinção social através da inserção do gosto pela vida balneária como condição para se fazer parte de determinada posição no espaço social. Portanto, é preciso compreender as iniciativas de *Beira-Mar* para auxiliar na incorporação de Copacabana ao universo simbólico da elegância do Rio de Janeiro através da propaganda, não mais do bairro, mas da praia.

2.3 – Copacabana busca seu lugar ao sol

No início dos anos 20 Copacabana buscava se afirmar. A praia necessitava de propaganda, já que apesar de frequentada e identificada como benéfica à saúde ainda

⁶⁰ Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.112.

⁶¹ *Beira-Mar*. Biblioteca Nacional. PR-SPR 02337 [1-5]. 18/05/1930.

não havia se estabelecido a identidade carioca com a praia. *A incorporação da orla à alma da cidade não se daria antes que Copacabana conquistasse a fama de “mais linda praia do mundo”*.⁶² O *Beira-Mar* teve um papel de destaque na divulgação da propaganda positiva da orla de Copacabana. A apologia da praia era pautada em torno das respostas às ameaças e críticas ao *mundo balneário*. Petrópolis figurava como a principal concorrente de Copacabana. A cidade, destino de veraneio, desde o Império, da corte e da aristocracia que fugia do calor e das doenças próprias da cidade portuária e, principalmente, insalubre, Petrópolis ganhou fama de ativa, aristocrática e elegante. Durante o verão a vida social das pessoas elegantes transferia-se para a serra.

Para competir com Petrópolis, o periódico promoveu a valorização do verão junto aos *cilenses*, incentivando-os a aproveitarem a estação para usufruírem dos prazeres proporcionados pelo refrescante banho de mar. O banho de sol também ganhou atenção especial e começou a se popularizar em meados dos anos de 1920. A associação entre o banho de mar e o banho de sol era exaltada pela classe médica como apreciado recurso terapêutico. Mas, a principal incentivadora do banho de sol, sem dúvida foi a moda, em 1923. Coco Chanel e outras celebridades que passavam o verão na Riviera adotaram a pele tostada pelo sol como novo padrão de beleza feminina.

A pele morena era sinônimo de saúde em oposição à cor alva que representava fraqueza, anemia. Não tardou para que as mulheres *cilenses* adotassem o novo padrão estético. *A formulação de um padrão de beleza nacional incorporava assim o novo ingrediente fornecido pelo gosto do banho de sol nas praias cariocas, fundado na cor morena da pele. Copacabana ajudava a produzir um modelo nacional de mulher bonita*.⁶³ O bairro começava a *ditar moda* e *Beira-Mar* aproveitava para explorar o tema da beleza feminina para defender e exaltar a vida balneária.

Outro aliado na propagação do gosto pela vida balneária eram os esportes. O periódico dava destaque às competições dos clubes, promovia competições na orla, era comprometido com os clubes praianos e com o futebol na areia. Os esportes eram apresentados como responsáveis pela beleza e saúde dos corpos e, conseqüentemente pela modernidade de quem os praticava. Assim, a praia ganhava mais uma atribuição, o lazer e o esporte. Já o discurso de exaltação dessa praia esportiva tinha como base as noções de raça e eugenia e era dirigido especialmente à juventude da *CIL*:

⁶² Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.142.

⁶³ Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.155.

Belos, fortes e saudáveis, os membros da elite de Copacabana afirmavam sua superioridade para além dos elementos de cultura e civilização *stricto sensu*. Era com seu próprio corpo que tentavam fazer jus ao título com que se apresentavam: uma verdadeira *aristocracia*, definida não pela hereditariedade, mas sim pelo sentido etimológico da palavra – o “governo dos *melhores*”. Eleitos pela natureza e por Deus (“o higienista máximo”), e seguindo à risca as cartilhas da ciência e da civilização, a aristocracia copacabanense parecia não ter dúvidas a respeito do repertório sobre o qual buscava construir sua unidade simbólica.⁶⁴

Contando com mais esse mecanismo de distinção⁶⁵, a imagem da praia de Copacabana afastava-se do símbolo de *instância de cura* e tranquilidade para ganhar a imagem de saúde associada ao esporte, lazer, beleza, juventude, alegria e vivacidade. Ao final dos anos de 1930, *Beira-Mar* podia dizer que sua atuação no processo de deslocamento da preferência da elite carioca da montanha para a praia fora totalmente satisfatória. E fora além, pois contribuiu através das elites locais para introduzir no Brasil as tendências balneárias, importadas da Europa e dos Estados Unidos, como o gosto pelos banhos de mar e de sol, a pele bronzeada, que se tornou sinônimo de elegância e saúde, a prática desportiva nas praias e até mesmo a diminuição das roupas de banho para favorecer a exposição dos corpos à luz solar.

O jornal travou uma batalha, especialmente, durante toda a década de 1920, a favor da diminuição da roupa de banho em diversas ocasiões, uma vez que os moralistas dos setores conservadores da sociedade não aceitavam *excessos* na exposição dos corpos. A polícia também era responsável por fiscalizar as roupas de banho. O *maillot* era defendido e considerado um símbolo de civilização. O moralismo, contrário à nova roupa de banho, era associado ao passado e à selvageria, à oposição ao progresso e à civilização. Para os *cilenses*, o uso do *maillot* era a confirmação de seu maior princípio identitário: seu pioneirismo baseado no alinhamento aos padrões internacionais de civilização e modernidade.

Mas a elegância e o requinte da vida balneária não estavam restritos às areias da praia de Copacabana. Os moradores da *CIL*, *atenados* com o mundo e com o que de melhor ele oferecia de entretenimento, frequentavam as salas de cinema, as confeitarias da moda, os bailes e os eventos dançantes. Tudo com forte influência *yankee*, que tomava com seu *american way of life*, o espaço ocupado, antes da década de 1920, por Paris com seus padrões estéticos e civilizatórios. O jazz ditava as danças modernas e

⁶⁴ O'Donnell, Julia Galli. *Op. cit.* p.150.

⁶⁵ Agora trata-se de uma distinção física para a juventude copacabanense.

Hollywood apresentava em seus filmes modas, música e os hábitos da cultura americana.

Vimos até aqui que ao longo da década de 1920, Copacabana conseguiu firmar-se como um bairro representante de elegância e civilidade. O bairro, assim como as suas adjacências, concentrava grande parte do repertório de distinção da elite carioca. Mas Copacabana não conseguiria alcançar essa posição sem o auxílio da municipalidade. Pólo de atração daqueles que pretendiam integrar e vivenciar todo o conjunto de hábitos dessa nova elite balneária, Copacabana e sua relação com as autoridades foram alvos de críticas por parte de jornalistas, como Lima Barreto, que não poupava o bairro e as atenções dispensadas a Copacabana por parte das autoridades municipais.

A municipalidade, principalmente os prefeitos – gente em geral que não nasceu no Rio e nunca nele plenamente viveu – tem concorrido para isso.

Por panurgismo, todos eles foram morar em Botafogo, e de Botafogo para Copacabana, encaminhando para aí todos os seus esforços e verbas municipais de melhoramentos; e os outros, cariocas ou não, panurgianos ricos, vão pra lá docilmente, ovinamente. Seguem o tinido da campanha da “madrinha”...⁶⁶

O Senhor Carlos Sampaio é um excelente prefeito, melhor do que ele só o Senhor Paulo de Frontin. Eu sou habitante da cidade do Rio de Janeiro, e, até, nela nasci; mas, apesar disso não sinto quase a ação administrativa de Sua Excelência. Para mim, Sua Excelência é um grande prefeito, não há dúvida alguma; mas de uma cidade da Zambézia ou da Conchinchina.

Vê-se bem que a principal preocupação do atual governador do Rio de Janeiro é dividi-lo em duas cidades: uma será a européia e a outra, a indígena. (...)

Todo o dia, pela manhã, quando vou dar o meu passeio filosófico e higiênico, pelos arredores da minha casa suburbana, tropeço nos caldeirões da rua principal da localidade da minha residência, rua essa que foi calçada há bem cinquenta anos, a pedregulhos respeitáveis.

Lembro-me os silhares dos caminhos romanos e do asfalto com que a Prefeitura Municipal está cobrindo os areais desertos de Copacabana.

Por que será que ele não reserva um pouquinho dos seus cuidados para essa útil rua das minhas vizinhanças, que até é caminho de defuntos para o cemitério de Inhaúma? (...)

Penso que, nessa predileção dos prefeitos por Copacabana, há milonga; mas nada digo, porquanto tenho aconselhado aos meus vizinhos proprietários que a usem também. (...)

Municipalidades de todo o mundo constroem casas populares; a nossa construindo hotéis *chics*, espera que, à vista do exemplo, os habitantes

⁶⁶ Lima Barreto, Afonso Henrique. O Jardim Botânico e as suas palmeiras. Tudo, 26/06/1919. In: Valença, Raquel. *Toda Crônica: Lima Barreto*. Rio de Janeiro: Agir, 2004. 2v. p.527-528.

da Favela e do Salgueiro modifiquem o estilo das suas barracas. Pode ser...⁶⁷

Em suas crônicas, o ácido e crítico Lima Barreto, aponta Copacabana como o bairro escolhido como residência por parte das autoridades municipais e por esse motivo o bairro era beneficiado pelas melhorias e verbas municipais. Seria esse o motivo de as reivindicações dos jornais quanto às necessidades do bairro de Copacabana serem, geralmente, atendidas? Ridiculariza, ainda, o fato de os ricos se dirigirem a Copacabana como ovelhas a seguirem seu pastor. Mas suas críticas ficam mais contundentes ao escrever, em 1921, sobre a administração de Carlos Sampaio. Lima Barreto vai além da crítica às intervenções urbanas realizadas durante a gestão do prefeito⁶⁸ ao indicar o amplo projeto político que existia por trás dessas intervenções. Projeto esse que buscava com a divisão da cidade algo maior do que a cisão física da cidade, uma separação social, ou seja, como ele mesmo classifica dividi-la em cidade européia e cidade indígena. Lima Barreto protesta também contra os gastos com a construção de hotéis luxuosos em oposição ao descaso com a situação dos subúrbios e favelas.

A administração de Carlos Sampaio recebeu a tarefa de preparar a cidade do Rio de Janeiro para a Exposição Internacional Comemorativa do 1º Centenário da Independência do Brasil (1922). Para dar lugar aos pavilhões e palácios nacionais e estrangeiros que seriam construídos, realizou-se a polêmica demolição do morro do Castelo. Alguns consideravam o arrasamento sinônimo de modernidade, outros julgavam o empreendimento a destruição do berço da cidade. Para o presidente Eptácio Pessoa, a exposição era a grande oportunidade de *fazer do Rio de Janeiro o ponto de convergência dos olhares daqueles que iriam avaliar o progresso nacional ao longo dos últimos cem anos.*⁶⁹

⁶⁷ Lima Barreto, Afonso Henrique. O prefeito e o povo. Careta, 15/01/1921. In: *Op. cit.* p.294-296.

⁶⁸ Carlos Sampaio foi prefeito do Rio de Janeiro entre os anos de 1920 e 1922. Engenheiro de formação, o prefeito defendia a vertente de modernização urbana. Em sua gestão foram realizadas grandes intervenções urbanas que mudaram radicalmente a paisagem carioca e a vida de seus habitantes. A principal delas foi, sem dúvida, o arrasamento do morro do Castelo. Para Carlos Sampaio o morro impedia a ventilação da região central do Rio de Janeiro e era ainda antiestético. Grosso modo, o morro impedia seu projeto civilizatório e deveria deixar de fazer parte do cenário urbano do Rio de Janeiro que não parava de se modernizar. O então prefeito também realizou obras de melhoria na Lagoa Rodrigo de Freitas através da construção das avenidas, Eptácio Pessoa e Visconde de Albuquerque e do Canal de Alah. Foi o responsável pela construção da Avenida Maracanã e pela reconstrução da Avenida Atlântica, que fora destruída por uma ressaca (1921).

⁶⁹ Motta, Marly. Rio, cidade-capital. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004. p. 31.

No entanto, para receber e hospedar os ilustres convidados da Exposição Universal era necessário oferecer-lhes instalações que estivessem à altura do evento e, evidentemente, da imagem de *adiantamento e civilização* que o Brasil e o Rio de Janeiro atingiram ao longo do século pós-independência. Nesse contexto, o presidente Epitácio Pessoa e o prefeito Carlos Sampaio incentivaram a construção de hotéis e hospedagens de luxo para os visitantes da exposição. O presidente solicitou a Octávio Guinle a construção de um grande e luxuoso hotel. *Urbana e salubre, pontilhada de morros verdejantes e suntuosos palacetes, bucólica e moderna, Copacabana despontava como candidata ideal*⁷⁰, pois o bairro era a síntese da imagem *do Brasil* que o presidente pretendia difundir internacionalmente. Por aceitar a empreitada, Octávio Guinle recebeu do Governo Federal uma série de incentivos fiscais e, o que ele mais queria, a licença para o funcionamento de um cassino que seria instalado no hotel. Mas as obras do Copacabana Palace atrasaram e o hotel só pode ser inaugurado após o início da exposição, em agosto de 1923.

A prefeitura, que participava da preparação da cidade para o grande evento, também incluiu em seu conjunto de obras a construção do Hotel Balneário Sete de Setembro, no sopé do morro da Viúva, com o objetivo de acolher os visitantes que viriam para a Exposição e os festejos do centenário. O hotel contaria com um restaurante e um balneário, aproveitando a abertura da Avenida Rui Barbosa, que facilitaria o banho de mar na Baía da Guanabara.⁷¹ Assim como Lima Barreto, muitos manifestaram-se contra os gastos excessivos da prefeitura com a construção desse hotel, que acabou marcado com símbolo do mau uso do dinheiro público. Em paralelo a essa iniciativa, existiram outras iniciativas públicas de fomento às construções de hotéis de luxo. De acordo com Maria Helena da Fonseca Hermes, em todas as propostas dessas construções havia uma recomendação comum: as instalações balneárias eram obrigatórias a todos os hotéis.

Essas iniciativas do governo federal e do governo municipal nos mostram como no início da década de 1920 os bairros atlânticos eram vistos com bons olhos e atraíam os investimentos públicos. Confirmava-se, portanto, a vontade política de apresentar uma nova imagem da capital, ou seja, a de cidade litorânea e balneária que se

⁷⁰ O'Donnell, Julia Galli. *Op. cit.* p.133.

⁷¹ Hermes, Maria Helena da Fonseca. O antigo Hotel Balneário Sete de Setembro: Arquitetura eclética de tendência clássica. In: III Encontro de História da Arte. História da Arte e instituições culturais – perspectivas em debate. Campinas, 2007. p.306-316. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/chaa/eha/atas/2007/HERMES.%20Maria%20Helena%20da%20Fonseca.pdf>>

consolidaria através de um planejamento estratégico pautado em iniciativas de urbanização das novas áreas residenciais ao sul da Capital Federal.

Isso responde a pergunta feita anteriormente, quando buscamos compreender se a agilidade das autoridades em atender aos pedidos dos moradores de Copacabana relacionava-se ao fato, criticado por Lima Barreto, de grande parte das autoridades terem se mudado para o bairro atlântico. Portanto, as atenções e verbas públicas direcionadas aos bairros oceânicos, como Copacabana, faziam parte de um projeto de governo que visava a uma nova ordem urbana pautada numa política nacional que pretendia construir, mundo a fora, uma imagem moderna e civilizada para o Brasil. Já o Rio de Janeiro, como capital federal, representaria a capital do progresso. A comemoração do centenário da independência coroaria esse novo modelo de modernidade nacional, pautada na aliança entre a valorização das riquezas naturais brasileiras com os benefícios da cultura e da civilização. Podemos, ainda, concluir que o *projeto praiano civilizatório* do jornal *Beira-Mar* para a *CIL* afinava-se com a política municipal e nacional. Nesse sentido, Copacabana representava a grande vitrine das novas diretrizes de modernidade no Rio de Janeiro.

Outro ponto que merece destaque quanto às acusações feitas por Lima Barreto à predileção de Carlos Sampaio aos bairros da Zona Sul. Segundo Marly Motta, o prefeito tinha interesses que iam além de sua gestão municipal, pois ocupava a *direção executiva de empresas ligadas à implantação de infra-estrutura urbana no país*.⁷² Atuando como intermediário desse processo de modernização, pôde beneficiar-se da confluência entre o poder público e o poder privado, favorecendo parcerias e oportunidades de negócios. Carlos Sampaio fez parte da diretoria da Companhia Ferro Carril do Jardim Botânico, que levou os bondes até Copacabana, e era sócio da Empresa de Construções Civis, que loteou e urbanizou grande parte de Copacabana no momento inicial de sua incorporação à malha urbana do Rio de Janeiro.

2.4 – A Princesinha do Mar quer ganhar o mundo

Podemos dizer que a década de 1920 foi próspera para o projeto praiano-civilizatório de Copacabana. O bairro construiu e difundiu sua imagem de balneário

⁷² Motta, Marly Silva. O “Hércules da prefeitura” e o “demolidor do Castelo”: o Executivo municipal como gestor da política urbana da cidade do Rio de Janeiro. In: Oliveira, Lúcia Lippi. (Org.). Cidade: história e desafios. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002. p.199.

elegante e civilizado destinado à *nata da sociedade carioca*. Tendo seduzido a elite carioca *convertendo* grande parte dela em elite balneária, Copacabana queria a partir da década de 1930 expandir seus horizontes através do turismo. O bairro já contava, desde 1923, com o luxo e o requinte do Copacabana Palace Hotel, mas agora queria atrair e cativar os turistas, especialmente os estrangeiros. Cativar significava oferecer-lhes opções além das belezas naturais do Rio de Janeiro. Era preciso, portanto alcançar os padrões dos balneários internacionais no que se referia a conforto e lazer.

Se a Prefeitura, de comum acordo com os nossos capitalistas patriotas, quisesse atrair a curiosidade dos turistas estrangeiros para o grande balneário que se arqueia entre o Leme e Leblon – ora criando postos de salvamento novos, ora facilitando a construção de hotéis cassinos, ora incentivando o progresso local – não estranharíamos que, dentro de uns três anos, dez ou vinte transatlânticos aportassem ao Rio de Janeiro, carregado um enxame de yankees buliçosos e risonhos(...)⁷³

O trecho de texto publicado pelo jornal *Beira-Mar* demonstra essa necessidade de investimentos em lazer e conforto para favorecer o turismo na orla carioca. No entanto, para Julia O'Donnell seria preciso mais que isso para transformar Copacabana em *centro de turismo* de padrão internacional. A chave que abriria as portas de Copacabana para o mundo era a revisão do modelo de conjunção entre as riquezas naturais e a cultura. Em médio prazo seria imprescindível realizar uma grande reforma das bases do *projeto praiano civilizatório* da *CIL*, sobre o qual foi construída, até aquele momento, a fama e a identidade dos bairros atlânticos da Zona Sul. Assim, a fisionomia desses bairros precisava se atualizar para que pudessem galgar esse novo degrau.

Em 1926, o então presidente Washington Luís proibiu o funcionamento das casas de jogos. Essa medida incluía os cassinos. Isso afetava a oferta de divertimentos nos bairros atlânticos do Rio de Janeiro e conseqüentemente o deslanche do turismo. O jogo era considerado internacionalmente indispensável ao *mundo balneário* a exemplo das praias mediterrâneas. O *Beira-Mar*, que em 1930 iniciou seu engajamento na propaganda de Copacabana como ponto turístico, considerava o cassino um divertimento aristocrático e cobrava das autoridades municipais atenção especial às necessidades praianas em nome do desenvolvimento do turismo balneário.

⁷³ *Beira-Mar*. Biblioteca Nacional. PR-SPR 02337 [1-5]. 16/06/1929.

Argumentavam que *os turistas elegantes preferem, naturalmente, as praias para as suas estadias entre nós e, assim, é das praias que devemos cuidar.*⁷⁴

Somente em 1933, que o novo presidente Getúlio Vargas liberou os cassinos. O cassino do Copacabana Palace reabriu e foi inaugurado o Cassino Balneário da Urca. Já em 1934, Copacabana ganhou o Cassino Atlântico, instalado no Posto 6. O retorno dos cassinos atendeu a uma das principais exigências do modelo de turismo balneário internacional almejado pelos *cilenses*. Em paralelo, o prefeito Pedro Ernesto implantou uma política de turismo que incluía Copacabana. Foram realizadas obras de melhoramentos em duas importantes vias de acesso do bairro, a Avenida Atlântica e a Avenida Nossa Senhora de Copacabana. Posteriormente, o prefeito Henrique Dodsworth continuou o projeto de valorização do turismo na cidade e reformou os postos de salvamento da orla. Além dessas melhorias, Copacabana mudava sua estrutura física devido à grande construção de prédios de apartamentos que fez crescer tanto a população de moradores, quanto o fluxo de veranista no bairro. Assim, Copacabana era ocupada cada vez mais por turistas, os novos moradores que não paravam de chegar e pelos visitantes de outros bairros que vinham em busca de desfrutar, mesmo que em curto espaço de tempo, do *glamour* da vida balneária. O bairro precisou atender às novas demandas e seu progresso material era visível. Bares, confeitarias, hotéis, cassinos e cinemas movimentavam a vida balneária além-orla.

No entanto, a valorização do turismo no Rio de Janeiro como parte de um projeto político, nos primeiros anos da década de 1930, não era privilégio da administração municipal. O turismo também representava uma parte da estratégia da política de Estado de Getúlio Vargas. Essa estratégia consistia na valorização da relação mestiçagem/civilização, como a verdadeira representação do brasileiro.⁷⁵

Concordamos com Julia O'Donnell, quando afirma que em meio a essas transformações físicas e políticas, o projeto praiano civilizatório da *CIL* não conseguiria sustentar-se diante da complexidade de uma Copacabana que seria apresentada ao mundo, mais tarde em 1943, por Zé Carioca, personagem da Disney, representado o Brasil sob a tríade, samba, malandragem e cachaça. O desejo dos *cilenses* de *seduzir* o mundo e conquistar os turistas no âmbito internacional havia se realizado, mas não da forma como eles imaginaram. A Copacabana que ganhara o mundo representava o

⁷⁴ *Beira-Mar*. 17/09/1938. *apud* Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.208.

⁷⁵ Carmen Miranda era a materialização do projeto de nacionalização de uma identidade homogênea, onde o popular não se opunha ao civilizado.

glamour, no entanto associado a elementos populares que não faziam parte da identidade da elite balneária, mas sim da política de valorização da *verdadeira* imagem do brasileiro proposta pela política de Estado de Vargas.⁷⁶

2.5 – Copacabana: a criatura foge do criador?

Copacabana não havia conquistado apenas os turistas estrangeiros. Sua propaganda das maravilhas da vida praiana e sua fama internacional contagiaram os moradores da cidade do Rio de Janeiro. No final da década de 1930, o bairro era frequentado por uma multidão de banhistas que buscavam usufruir da glamorosa vida balneária. Copacabana havia conquistado sua incorporação, não só à malha urbana, mas à vida e à rotina da cidade.

Apesar do efetivo sucesso da praia, surgiram conflitos em torno da ocupação do território. *A tensão social vivida na metrópole se reproduzia na praia. A luta por espaço colocava em atrito gente nascida em extremidades opostas na hierarquia social.*⁷⁷ O *Beira-Mar* relatava em suas páginas exemplos desse conflito, deixando clara a distância entre a *população pobre* que visitava as areias de Copacabana e as *famílias cultas e educadas* que residiam no bairro e eram afrontadas pelo comportamento inadequado dos forasteiros. Para uma boa convivência entre as partes, já que o jornal nunca foi contra a presença de banhistas de outros bairros, o periódico sugeria, por exemplo, a *alfabetização* dos jovens oriundos das favelas instaladas na *CIL*, que acabavam por *enfeiar* os bairros com sua *falta de modos*:

Já está se tornando intolerável a freqüência a certos postos de banho, pois o seu baixo palavreado e brincadeiras desenfreadas afugentam as famílias que não querem ser vítimas de tais selvagens. (...) Tais fatos trazem mal estar e intranqüilidade às famílias que residem nestes bairros e devem causar péssima impressão aos olhos estrangeiros que aqui moram ou visitam este mais belo bairro da cidade.⁷⁸

Outra consequência do sucesso da propagação da vida balneária foi a explosão demográfica favorecida pela nova tendência arquitetônica dos arranha-céus. Em 1925 foi inaugurado o primeiro arranha-céu do Rio de Janeiro, o edifício de 10 andares do

⁷⁶ Ver O'Donnell, Julia Galli. *Op. cit.* p.243-244.

⁷⁷ Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.211.

⁷⁸ *Beira-Mar*. 17/09/1938. *apud* Donadio, Baptista, Paulo Francisco. *Op. cit.* p.211.

Cinema Capitólio que se situava no Quarteirão Serrador, atual Cinelândia. A nova tendência não demorou a chegar a Copacabana. A inauguração do Copacabana Palace em 1923, deu início ao surgimento dos prédios de apartamentos no bairro. Os edifícios eram considerados símbolo de cosmopolitismo, pois em questão de padrão habitacional era o que havia de mais moderno.

No ano de 1931, Copacabana já possuía vários prédios de apartamentos, como o Edifício Duvivier, o Edifício Itaoca e o Palacete Inhangá. A denominação recebida por esses imóveis revela como era importante atribuir ao edifício de apartamentos o mesmo grau de distinção da casa unifamiliar para que fossem aceitos. Era necessário ainda que o apartamento oferecesse o máximo de conforto aliado ao mínimo de promiscuidade evitando assim a comparação às habitações coletivas de outrora.

No Brasil, os primeiros prédios de apartamentos foram construídos para serem moradia das elites e das classes médias ascendentes, ao contrário dos Estados Unidos e de países da Europa, onde os prédios atendiam às classes populares. Por esse motivo, a maior concentração de prédios era localizada no centro da cidade e em Copacabana.

No entanto, as mudanças na paisagem arquitetônica do bairro acarretaram outras mudanças. O progresso e a elegância dos edifícios também favoreceram o crescimento populacional desmedido. O espaço que antes comportava algumas residências e poucas famílias dava espaço a um edifício que poderia abrigar uma centena de pessoas. Além disso, novos moradores e veranistas invadiam o bairro, alterando a paisagem humana. O que antes era um bairro destinado às famílias burguesas, agora era residência também da classe média e ocupado por turistas e forasteiros. O perfil do bairro se alterava. O bairro familiar, voltado para dentro, onde todos se conheciam, dava lugar a um bairro turístico, voltado para fora. Aquela identidade da elite balneária pautada numa forte rede de sociabilidade começava a acabar.

O projeto praiana civilizatório vivia, então, os efeitos do paradoxo inerente ao princípio ideológico da modernidade que lhe servia de mote: de tão sólido desmanchava no ar. Apreensiva com o exotismo, o “aburguesamento” e a decadência estética e moral trazidos pelo turismo, pelos arranha-céus e pelos numerosos visitantes locais, a elite praiana testemunhava não apenas o sucesso de seu projeto de divulgação dos hábitos balneários, mas também (e talvez principalmente) os sintomas do esfacelamento dos parâmetros de elegância sobre os quais havia construído sua identidade aristocrática.⁷⁹

⁷⁹ Ver O'Donnell, Julia Galli. *Op. cit.* p.271.

Mas, ao passo que ocorria a explosão demográfica em Copacabana, o bairro se integrava cada vez mais à vida da cidade do Rio de Janeiro. A década de 1940 começava com o nascimento da vida noturna, da Copacabana dos bares confortáveis, dos cassinos luxuosíssimos e dos hotéis com padrão internacional. E essa nova realidade traria aos *cilenses* a preocupação com os problemas relativos às mudanças

2.6 - A boemia encontra Copacabana

Ao analisarmos a vida boêmia da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX, a Lapa tem um importante papel na concentração da sua vida noturna. Muza Clara Chaves Velasquez observou que nos anos de 1920 se deu o nascimento da Lapa como área boêmia da cidade do Rio de Janeiro; nos anos de 1930, se localizou o apogeu da vida noturna lapiana e seu declínio ocorreu no início dos anos de 1940. O período de *decadência* do bairro, como coração da vida noturna carioca, e seus motivos, nos interessam especialmente, uma vez que o mesmo se relaciona com a *transferência* da boemia para o bairro de Copacabana.

Os memorialistas analisados pela autora, como Luis Martins, autor do Noturno da Lapa, apontam três motivos para a decadência da Lapa: a repressão policial; a Segunda Guerra Mundial e o crescimento de Copacabana. No período do Estado Novo, as violentas medidas policiais contra a prostituição levaram ao fechamento de grande parte dos prostíbulos, o que acarretou a destruição do lado sedutor da Lapa. Já a guerra trouxe à Lapa novos habitantes e frequentadores: era a invasão dos estrangeiros, dos *gringos*, que descaracterizava a fisionomia do bairro, tirando-lhe sua identidade essencialmente carioca. E finalmente, o poder de atração de Copacabana que promoveu um êxodo em massa para a Princesinha do Mar. Nesse movimento, migraram os intelectuais que representavam parte significativa das noites da Lapa, selando assim a derrocada do bairro. A partir da década de 1940, Copacabana passaria a representar uma nova prosperidade para o Distrito Federal. Em suas noites, surge uma nova boemia, abrigada em hotéis luxuosos e adaptada ao novo padrão de comportamento que começava a contagiar a sociedade brasileira, o *american way of life*.

Maria Izilda Santos de Matos⁸⁰ também aponta as razões da transferência do recanto boêmio carioca da Lapa para Copacabana. A autora comenta que durante a

⁸⁰ MATOS, Maria Izilda Santos de. *Dolores Duran: experiências boêmias em Copacabana nos anos 50*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

administração de Henrique Dodsworth (1937-1945) na prefeitura do Distrito Federal, diversas intervenções urbanas foram promovidas e atingiram o espaço ocupado pela boemia, especialmente a Lapa. Este processo de saneamento físico e de embelezamento da cidade derrubou centenas de edifícios antigos, abriu parques e avenidas e ao mesmo tempo fechou os prostíbulos do Mangue (1942) e reprimiu a malandragem localizada na Praça Onze. Esta série de medidas acarretou a desestruturação geográfica da área central que era o reduto da vida boêmia até o momento. Afora as medidas de ordem espacial, em nome da moral e dos bons costumes, o chefe de Polícia do Distrito Federal, coronel Alcides Etchegoyen (1942-1943), combateu a malandragem, o lenocínio, a prostituição, a boêmia e o jogo do bicho. A atmosfera de repressão tomou conta da vida noturna da Lapa e acabou afastando os intelectuais e frequentadores do bairro.

Além dos intelectuais, podemos perceber que outros personagens notívagos faziam parte do universo boêmio da Lapa que se transferiram para Copacabana. *Malandros, prostitutas, garçons, músicos, entre outros tipos ajudam a compor o quadro de um bairro que funciona como local de lazer, para uns, de trabalho, para outros, e de fuga ocasional da rotina para muitos. É a boemia que une diferentes grupos em um mesmo espaço.*⁸¹ A presença feminina era um grande chamariz da vida noturna na Lapa e isso acabaria se reproduzindo em Copacabana. Eram garçonetes, cantoras, dançarinas e meretrizes as integrantes da parcela feminina neste universo boêmio.

Maria Izilda Santos de Matos focaliza as experiências do mundo boêmio de Copacabana através dos samba-canções de Dolores Duran e das crônicas de Antonio Maria, produzidas em um período conhecido como os anos Dourados de Copacabana, ou seja, na década de 1950. Diante da necessidade de se conhecer este espaço, recanto boêmio carioca já consagrado, o estudo apresenta uma reconstrução da Copacabana dos anos 1950, que significa uma relevante contribuição ao entendimento de nosso objeto, pois pretendemos entender as características do bairro, na década de 1950.

Assim, deixa claro que Copacabana era o ponto mais *quente* da noite carioca, o centro da vida na capital federal. Através de seu trabalho podemos identificar alguns dos diferentes tipos que formavam a boemia local no momento:

Naqueles efervescentes anos, conviviam no bairro estrangeiros e nacionais, banqueiros milionários e bancários, políticos, assassinos, “book-makers” e cocainômanos, intelectuais e “cafajestes”, que

⁸¹ VELASQUES, Muza Clara Chaves. *A Lapa boêmia: um estudo da identidade carioca*. Niterói, 1994. Dissertação (Mestrado em História Social). Universidade Federal Fluminense. p.83.

compunham uma trama de relações multifacetadas e de infinitas conexões.⁸²

Nota-se a presença de grupos que frequentavam a noite em busca de entretenimento em oposição aos grupos notívagos diretamente ligados ao submundo e à criminalidade. E um dos grupos que aparece na citação acima são os usuários de cocaína. A autora nos indica, ainda, que a expansão do consumo de drogas, no período analisado, permitiu a formação de uma rede de distribuição de entorpecentes nas boates. O problema do tráfico em Copacabana foi assinalado pelos moradores do bairro como uma das causas de sua degradação e, portanto um dos temas das mesas-redondas promovidas pela *Última Hora* em 1952, como veremos mais adiante. As crônicas de Antonio Maria também relacionam outros tipos pertencentes às noites boêmias: prostitutas, homossexuais, cafetões, desordeiros e ladrões. As transformações relativas à ocupação urbana de Copacabana, que inicialmente foi vinculada à elite balneária, mais tarde, à expansão de imóveis minúsculos e, conseqüentemente, mais acessíveis, atraíram outros setores sociais e, conseqüentemente, personagens *indesejáveis* aos olhos das famílias tradicionais do bairro:

Enquanto certos habitantes de Copacabana dormiam, em algumas ruas, nos bares, restaurantes, boates, em salas pouco iluminadas e esfumaçadas, as tensões urbanas emergiam, vivenciadas de forma fragmentada e diversificada por seus frequentadores, fazendo desse espaço lugar para trabalhar, se divertir, viver as aventuras e desventuras da noite.⁸³

Diante destes fatos, os elementos integrantes da boemia mudaram-se para Copacabana, que para a autora era um espaço boêmio distinto da Lapa e do Estácio. As boates de Copacabana, na década de 1950, eram ponto de encontro da nata da sociedade e da intelectualidade, do *high society*, de jornalistas⁸⁴, da turma da música popular. E o

⁸² MATOS, Maria Izilda Santos de. *Op. cit.* p.36.

⁸³ MATOS, Maria Izilda Santos de. *Op. cit.* p.39

⁸⁴ A presença de jornalistas na noite de Copacabana é comentada em diversos momentos, tanto no depoimento de Carlos Lacerda, publicado pela editora Nova Fronteira, quanto na autobiografia de Samuel Wainer, intitulada *Minha razão de Viver*. Ao relatarem, por exemplo, o episódio em que Lacerda foi agredido e ameaçado pelo filho de Osvaldo Aranha, Euclides Aranha, após publicar artigos ácidos sobre o pai do rapaz, fazem questão de dizer que estavam jantando em um dos restaurantes mais famosos de Copacabana, no período, o Bife de Ouro. Samuel Wainer também esclarece que era um homem que gostava da vida noturna de Copacabana e que muitos de seus encontros de negócios ocorreram no bairro, como na ocasião em que encontrou Benjamim Vargas na boate Vogue para obter informações sobre o conde Francisco Matarazzo, que fora apontado por Getúlio Vargas como o caminho para o lançamento da última Hora paulistana, e o conde encontrava-se hospedado, de acordo com as memórias de Wainer, no Hotel Excelsior, localizado na Av. Atlântica. Estas e outras passagens apresentadas nas memórias destes

seu cotidiano noturno era, justamente vivenciado, dentro dos bares, boates e restaurantes.

Porém, um personagem, especificamente, integrante dessa vida noturna da Copacabana nos anos de 1950 incomodava e chocava os moradores de Copacabana, como podemos ver na crônica “O Giro da Noite”, de Antonio Maria, produzida com base em suas peregrinações noturnas pelas ruas dos bairros.

O pior dos giros da noite é aquele que a gente dá, sem entrar nos bares e boites. Experimente passear em Copacabana, depois das 10. É uma procissão das mais tristes. Mulheres pobres, desnutridas e desgrenhadas batem a calçada, dando a Copacabana um aspecto de rua Bom Jesus, no Recife de antigamente. Copacabana está feia, depois das 10 horas da noite. O desfile do meretrício acabou de uma vez com aquele hábito burguês de passear na praia. Vão ver Copacabana. A beleza acabou naquela praia. Quer ver o que eu vi, faça o que eu fiz: correrá para o L’Escale para se abrigar da noite.⁸⁵

Assim, podemos dizer que a Copacabana que chega à década de 1950 sofrera uma metamorfose. O bairro que durante os anos 1920 lutou para construir e difundir sua imagem de balneário elegante e civilizado destinado à *nata da sociedade carioca*. Conseguiu seduzir a elite carioca *convertendo* grande parte dela em elite balneária. Já na década seguinte, Copacabana expandiu seus horizontes através do turismo. Atraindo para o bairro estrangeiros e os cariocas de toda a cidade interessados em usufruir, nem que fosse momentaneamente, das maravilhas propagadas pelos defensores de Copacabana e da vida civilizada, saudável e elegante que só o bairro poderia proporcionar. A explosão demográfica, facilitada pela construção de prédios de apartamentos, fez com que a população crescesse quase 70%, entre as décadas de 1940 e 1950, passando de 74.133 habitantes para 129.249 (ANEXO 3). Todas essas transformações mudaram as características de distinção social nas quais os moradores haviam construído sua identidade balneária. A Copacabana voltada para si mesma, onde todos se conheciam pelos nomes e sobrenomes, já não existia mais. O bairro que chegará à década de 1950 se internacionalizara. Sua vida noturna se intensificará como

dois jornalistas apontam inúmeras vezes as noites de Copacabana como palco, ou expectadora, de diversas situações que envolviam não só seus negócios como inclusive articulações da política nacional. LACERDA, Carlos. *Carlos Lacerda. Depoimento*; prefácio de Ruy Mesquita; organização de textos, notas e seleção de documentos de Cláudio Lacerda de Paiva. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. WAINER, Samuel. *Minha razão de viver*. São Paulo: Editora Planeta, 2005.

⁸⁵ O Jornal, 29/11/1950. *Apud Santos, Raquel França. Antônio Maria: Visões sobre o cotidiano do Rio de Janeiro na década de 1950*. 2003. Dissertação (Mestrado em História). Rio de Janeiro: PUC, Departamento de História, 2003. p.17.

uma necessidade para atender aos tantos visitantes. A boemia desabrigada da Lapa encontrará abrigo nos bares, boates, cassinos, hotéis e nas ruas de Copacabana.

Para nós ficam algumas perguntas. Como as famílias da *antiga* Copacabana enxergavam essa metamorfose? Como essas transformações afetavam os moradores que outrora conheceram e viveram a Copacabana nascida do projeto praiano civilizatório? Acostumadas a utilizarem os periódicos locais para fazerem suas reivindicações junto às autoridades, que meios utilizariam para se expressarem, uma vez que não tinham mais esse recurso?

Procuraremos responder a essas questões no capítulo seguinte, através da análise da campanha moralizadora empreendida pelo jornal *Última Hora* durante o mês de setembro de 1952.

Capítulo 3 – Salvando a Princesinha do Mar: Copacabana e a Campanha de Saneamento Moral promovida pela *Última Hora*

No capítulo anterior, acompanhamos as transformações de Copacabana desde a chegada dos bondes da Companhia Jardim Botânico ao distante areal, em 1892, até a década de 1950. Nesse intervalo de tempo, o bairro se urbanizou; promoveu-se como recanto salubre e terapêutico; afirmou a todo o Rio de Janeiro as maravilhas da vida balneária; adquiriu *status* de bairro burguês, elegante e destinado a acolher a *elite balneária*, comprometida em seguir e propagar um protocolo de normas criadas para garantir a distinção social dos moradores; internacionalizou-se, conquistando os turistas estrangeiros com seus atrativos naturais e principalmente com um aparato de lazer à altura dos balneários internacionais; intensificou sua vida noturna ganhando o título de recanto boêmio da cidade, depois da derrocada da Lapa; modernizou sua paisagem com um novo padrão habitacional, os prédios de apartamento; e finalmente enfrentou, por todas essas transformações, o *ônus* de ser Copacabana, com uma explosão demográfica que alterou também a paisagem humana. Mexeu, assim, com as características da elite balneária do bairro, acostumada com o perfil familiar que havia instituído. O território onde todos se conheciam não existiria mais. A identidade da elite balneária pautada numa forte rede de sociabilidade começava a acabar. Copacabana recebia e abrigava turistas, banhistas e visitantes de outros bairros, a classe média ascendente, boêmios de todos os tipos, entre outros.

Buscaremos nesse capítulo entender que consequências essas mudanças trouxeram para Copacabana e seus moradores, em especial, os moradores que pertenceram à burguesia balneária que ajudou a construir a fama da Princesinha do Mar. Relacionaremos essas consequências à campanha de saneamento moral de Copacabana, empreendida no mês de setembro de 1952 pela *Última Hora*. Observaremos ainda a possível ligação entre a campanha e a tentativa de propaganda política de Getúlio Vargas através das páginas do jornal de Samuel Wainer. Além disso, analisaremos os ataques direcionados ao presidente Vargas feitos por Carlos Lacerda através de sua *Tribuna da Imprensa* como forma de resposta à campanha de saneamento.

Como já citamos, Copacabana enfrentou uma drástica mudança, a chegada e o fluxo de novos frequentadores da praia, novos moradores, veranistas, turistas e os tipos boêmios acarretaram uma nova recomposição social com a redefinição dos padrões de moradia e sociabilidade do bairro. As antigas famílias de Copacabana, que integravam a

elite praiana, e que não foram em busca de novos bairros, preocupavam-se com a decadência estética e moral decorrentes dessa redefinição de padrões de moradia e sociabilidade. Além dos conflitos quanto à ocupação do espaço da praia, onde as famílias chocavam-se com o comportamento *inadequado* dos novos banhistas das classes pobres, os roubos e assaltos às casas e o desrespeito aos costumes, devido à intensificação da vida boêmia, também afligia os antigos moradores.

Consideramos importante compreendermos mais a fundo o que significa essa boemia para entendermos como a vida noturna poderia afetar as famílias de Copacabana. Nesse sentido, Michelle Perrot⁸⁶ nos apresenta pontos relevantes para a questão. A autora preocupa-se com a formação de um modelo comportamental que se fortalece na sociedade burguesa do século XIX, o do domínio do privado em contraposição ao público que desde o século XVIII passou a ser associado ao Estado. A partir da Revolução Francesa, o espaço privado começou a ser marcado por uma série de elaborações de ordem teórica e normativa cujo eixo central está localizado na família, que norteando o discurso de conservadores, liberais e libertários, passou a ser considerada o núcleo da sociedade civil. Deste modo, este conceito de família gera espaços de tensão, onde os indivíduos que estão dispostos a fugir de seu controle criam pontos de conflito, mas não conseguem espaços da vida privada opostos à vida familiar:

As instituições e as pessoas solteiras – prisões e internatos, quartéis e conventos, vagabundos e dândis, religiosas e viragos, boêmios e bandidos – são amiúde obrigados a se definir em função dela ou em relação as suas margens. A família é o centro do qual elas constituem a periferia.⁸⁷

Tratando dos solteiros e solitários na sociedade, Michelle Perrot argumenta que o modelo familiar da sociedade do século XIX acabava por criar as chamadas *zonas de exclusão*. É aí que se encontravam os solteiros, com seu singular estilo de vida. Os homens solteiros em sua maioria vivenciam uma situação passageira e este é o período de liberdade e aprendizagem, dos amores passageiros, das viagens e de uma intensa sociabilidade masculina, tempo de educação sentimental e carnal, quando tudo é permitido.

⁸⁶ PERROT, Michelle. *História da vida privada, 4: Da Revolução Francesa à Primeira Guerra*. São Paulo, Companhia das Letras, 1991.

⁸⁷ PERROT, Michelle. *Op. cit.* p.91.

Na análise da autora, que tem como espaço definido Paris, são os estudantes que chegam à cidade para cursar as faculdades de Direito e Medicina e o prolongamento de suas estadias formam a *tribo boêmia*. Visando a classificar os diferentes integrantes da boemia, utiliza como base o trabalho clássico de Henry Murger⁸⁸ que aponta em oposição aos artistas, os boêmios *amadores*. Murger verifica a existência de vários componentes dentro da *tribo boêmia*, e classifica como *amadores* os jovens que abandonaram as suas famílias em busca das aventuras da liberdade, em caráter provisório. Os artistas ao contrário, não estão em situação temporária, e são denominados como a *boemia ignorada*, vivem pobres e apáticos, muitas vezes sem alcançar o sucesso, ou sequer algum reconhecimento por suas obras. Alguns poucos conseguem êxito e notoriedade. Entre estes encontram-se pintores, escultores, escritores e também jornalistas.

Quanto à relação da boemia com o tempo, Perrot conclui que seus integrantes constroem um modelo contrário ao utilizado pela vida privada burguesa, que tem o dia como o tempo do trabalho e da família. Enquanto os boêmios atuam durante a noite, nos espaços da cidade que não dormem e são reconhecidos como seus recantos. Já as moradias são passageiras e as mulheres, símbolo de uma vida doméstica e privada, são socializadas, impedindo que se criem laços próprios da ordem burguesa.

Podemos, a partir da contribuição de Michelle Perrot, juntamente com a caracterização quanto à boemia da Lapa, que se transferiu para Copacabana na década de 1940, apontar algumas tensões entre as famílias e vida noturna do bairro. A primeira diz respeito ao tempo dos solteiros e solitários, grande parte deles intelectuais e artistas. Seu tempo é oposto ao das famílias. A vivência de suas experiências e do seu universo é noturna. Se Copacabana era um bairro familiar naturalmente a convivência entre as duas realidades opostas não seria harmoniosa.

A segunda relaciona-se à presença feminina no universo notívago. Segundo Perrot, a vida boêmia permite a vivência livre da sexualidade. As relações entre homens e mulheres são passageiras e sem pudores. De acordo com Muza Clara Chaves Velasques e Maria Izilda Santos de Matos, as mulheres não eram apenas integrantes do universo boêmio. Sua presença nessas áreas das cidades era imprescindível, pois representavam um grande atrativo das noites. As atividades femininas no universo boêmio geralmente estavam ligadas ao sexo: atuavam como prostitutas, dançarinas e em

⁸⁸ MURGER, Henry. *Scènes de la Vie de Bohème*. Paris, Librairie Gamièr Frère, s.d.

alguns casos como garçonetes e cantoras. Sua presença era tão valorizada que uns dos motivos apontados para a derrocada da Lapa como área boemia do Rio de Janeiro, no início da década de 1940, foi a política de combate à prostituição, que durante o período do Estado Novo fechou uma parcela significativa dos prostíbulos do centro da cidade, descaracterizando a sedutora vida noturna lapiana.

Assim, nos perguntamos como a antiga elite praiana de Copacabana, acostumada à vida familiar do bairro, tratou dessas novas questões impostas pela recomposição do bairro. Sabemos que essa elite acostumou-se a utilizar a imprensa local representada pelos jornais, *O Copacabana* e *Beira-Mar*⁸⁹, para fazer as suas reivindicações chegarem até as autoridades. Com os dois periódicos já extintos, coube a *Última Hora*, de Samuel Wainer, empreender em 1952 a campanha moralizadora de Copacabana.

Essa campanha divulgada pelo periódico durante o mês de setembro apontava uma preocupação com o futuro de Copacabana e das famílias que o bairro abrigava. O movimento pretendia, inicialmente, impedir que o bairro se transformasse no *Bas-fond* da cidade e resultou em uma mesa-redonda que contou com a participação do chefe de polícia do Distrito Federal, general Ciro Rezende, do delegado de Costumes e Diversões, dr. Cícero Brasileiro de Melo, além de outras personalidades consideradas pertinentes para o debate pela *Última Hora*. O periódico publicou matérias, quase que diariamente, que justificassem ou apontassem os resultados da campanha, assim como a íntegra da mesa-redonda e as promessas do chefe de Polícia para combater os problemas apontados pela campanha. O movimento tinha como alvos principais as boates, consideradas os verdadeiros *antros de degradação moral*, tidas como uma das corruptoras da juventude do bairro e redutos de elementos perturbadores da ordem pública como, “malandros, mulheres de vida fácil, usuários de drogas, arruaceiros, ladrões”. Outro alvo da campanha era a prostituição ambulante, considerada também uma grande vilã contra a moral, pois era ofensiva aos moradores e prejudicial ao turismo.

Antes de analisarmos as matérias da campanha, devemos esclarecer que entendemos que a campanha de saneamento de Copacabana, realizada pela *Última*

⁸⁹ O jornal *Beira-Mar* acabou em 1944, o periódico não conseguiu se adaptar as mudanças ocorridas em Copacabana. O jornal cujo mote era reforçar entre os *cilenses* sua identidade com a praia, como marca de distinção, se perdera em meio ao crescimento populacional. Os editores de *Beira-Mar* não conseguiam mais identificar o seu público. Porém, segundo Paulo Francisco Donadio Baptista, o periódico era vitorioso na sua luta pelo desenvolvimento da vida balneária, mas, uma vez que havia penetrado o costume, a praia já não necessitava mais de apologia. E a consequência dessa vitória apressou a extinção do jornal.

Hora, está inserida em um contexto de estratégias no sentido de criar vínculos entre o público policlassista do jornal e o presidente Getúlio Vargas. Como dissemos anteriormente, o periódico servia de *porta-voz* do governo de Vargas. Portanto não podemos analisar a campanha como uma simples denúncia de problemas que afetavam naquele momento as famílias de Copacabana. Carla Siqueira enfatiza que toda a construção simbólica em torno do jornal e de seu respectivo líder como *defensor do povo* não se sustentaria sem a efetiva oferta de *serviços*, prestados pelo periódico, aos leitores. No jornal de Samuel Wainer, as reivindicações e denúncias populares pautaram grandes reportagens, e as conquistas sociais renderam manchetes afirmativas quanto à administração de Getúlio.⁹⁰ Dessa forma, a campanha representa uma prestação de serviço aos moradores de Copacabana que se encontravam *inconformados com a nova condição do bairro*.

Além disso, entendemos que tanto a *Última Hora* quanto a *Tribuna da Imprensa* representavam instrumentos políticos utilizados para propagar os feitos e as ideias de Getúlio Vargas e Carlos Lacerda. Significa dizer que os periódicos atuavam como veículos de propaganda política. De acordo com Jean-Marie Domenach⁹¹, a propaganda política tem como objetivo central influenciar o público-alvo de forma a atingir a sua opinião e conduta transformando-as, por fim, em uma opinião e conduta que estejam de acordo com o que se determina a partir da propaganda. Em grande parte dos casos, os veículos de comunicação de massa como a imprensa, o rádio, a TV e o cinema atuam como divulgadores da propaganda.⁹² Se a propaganda política atua no sentido de influenciar as opiniões públicas⁹³, é necessário o entendimento de sua capacidade de atuar como força política, o que explica o enorme esforço que a propaganda política realiza para influenciá-la. Becker afirma que a opinião tem o poder de intervir no processo histórico:

Afinal, quer na política externa, quer na política interna, mesmo na era das pesquisas, é pouco verossímil que a opinião pública desempenhe um papel importante no nível das decisões – ao contrário, as decisões tem sempre como objetivo fazer evoluir a opinião pública no sentido desejado. Portanto, não é nesse momento que a opinião pública exerce

⁹⁰ Siqueira, Carla. *Op. Cit.* p.415.

⁹¹ Domenach, Jean-Marie. *A propaganda política*. Disponível em: <www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>. Data de acesso: 01/07/2010.

⁹² Domenach, Jean-Marie. *Op. cit.* p.4

⁹³ De acordo com Jean-Jacques Becker, diferentemente dos sociólogos, os historiadores devem entender o caráter plural da opinião pública. Apesar de sua tendência a ser dominante, a opinião pública na verdade é a soma de *opiniões públicas*, mesmo que sempre haja aquela que predomine sobre as outras, a diversidade de opiniões sempre será a realidade.

seu papel histórico. A realidade nos parece ter sido muito bem expressa numa fórmula de Alain Girard:

*A opinião pública não faz a política externa, assim como não faz a interna, mas nenhuma política ao que parece, pode ser feita nem contra, nem sem ela. E acrescentava: A opinião pública talvez não atue diretamente nos acontecimentos, não tem poder de decisão, mas tem o poder, ao que parece, de tornar ou não possível a política de seus representantes.*⁹⁴

Assim, diante da relevância do papel da propaganda e da opinião pública no cenário político, a imprensa escrita é um dos possíveis meios de veiculação da propaganda e, portanto, um instrumento político poderoso. Nem sempre os jornais representam espíritos independentes, supostamente focados na isenção e imparcialidade. Pelo contrário, frequentemente a imprensa exprime as idéias de *grupos de pressão diversos, políticos ou financeiros*. A imprensa é um veículo de comunicação ambíguo, pode apresentar-se imparcial e comprometida com a notícia ou focada na opinião pessoal ou na propaganda política. Desta forma, nossa análise sobre a campanha de saneamento moral de Copacabana empreendida pela *Última Hora* e a resposta de Carlos Lacerda, através da *Tribuna da Imprensa*, questionando a idoneidade da campanha, serão direcionadas pelos pressupostos expostos.

3.1 – Saneamento moral – Para que ou para quem?

A primeira matéria da campanha, publicada em 1º de setembro de 1952, expressava o tom de denúncia social com o título, *Em Copacabana o “Bas-fond” da cidade. Reagem as famílias contra os fortins do vício*. E surpreendentemente já apontava o primeiro resultado da campanha moralizadora, com o fechamento da *Boite La Conga*. A matéria segue congratulando o empenho dos moradores de Copacabana na luta contra a *proliferação das casas suspeitas* e convocando a vigilância da Polícia no movimento contra a corrupção de adolescentes. Seu texto chama a atenção da polícia para o perfil do bairro de Copacabana e de seus moradores.

(...) É preciso que a polícia compreenda que Copacabana já não é mais a praia selvagem dos fins do século passado, mas uma cidade dentro da capital da República. Uma cidade internacional, para onde convergem os olhos de todo o mundo. Ao longo das suas areias, nos seus hotéis e nos seus restaurantes, o turista encontra grandes motivos

⁹⁴ Becker, Jean-Jacques. A opinião pública. In: Remond, René (org.) *Por uma história política*. Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2003. p.203.

de atração que o Rio de Janeiro, com a sua beleza tropical oferece ao estrangeiro.

Além disso, a população de Copacabana é constituída, na sua maioria, de gente honesta e trabalhadora, que necessita da noite para o repouso, e não pode ser constantemente perturbada pela algazarra noturna. A verdade é que as famílias do bairro já se sentem inseguras quando saem à noite. Não são apenas os *engraçados* que fazem *pescaria* nos seus automóveis, mas autênticos malandros que rondam certas ruas à espreita do bote traçoeiro.

E não é só. O espetáculo mais degradante que se observa à noite em Copacabana reside na prostituição ambulante, a mais sórdida possível, que começou a se espalhar pela cidade inteira desde o fechamento do Mangue, e que ali colocou o pé nojento durante a guerra, sob as sombras cúmplicas do *black-out*.

Esta a triste realidade.(...)⁹⁵

A matéria, dirigida à Polícia, exalta as belezas naturais do Copacabana, sua posição de destaque na capital, sua fama internacional como um ponto de visitaçãoturística, a integridade e honradez de seus moradores. Dizer que para Copacabana *convergem os olhares de todo mundo* é afirmar o papel de bairro mais popular da capital federal, inclusive internacionalmente. É como se Copacabana representasse a capital da capital. A apresentação desses elementos serve para legitimar a reivindicação da atenção das autoridades para o bairro. O texto é um apelo desesperado, no qual se indica o perigo moral e econômico que o bairro e seus moradores, *gente trabalhadora e honesta*, já estão sofrendo. As contradições entre família e boemia ficam claras. A questão da prostituição ambulante é apresentada como o pior dos problemas enfrentados pelo bairro. O conteúdo do texto trata ainda do passado de glamour de Copacabana, ameaçado pelo *presente desordenado* e a expectativa do futuro incerto.

Além disso, o texto afirma que a campanha, proposta pelo jornal em favor das famílias do bairro, foi motivada pelo número de cartas, telegramas e telefonemas que chegaram à redação apoiando algumas matérias anteriores sobre a necessidade de reabilitação de Copacabana. Fala-se em reabilitar Copacabana como se ela fosse uma moça de família que se perdera na vida noturna e precisasse de ajuda para retornar à vida familiar. O bairro de Copacabana, como vimos, havia realmente alterado seu perfil de bairro familiar para bairro turístico e boêmio. A campanha do jornal e seu empenho em responder aos apelos dos moradores que, segundo a matéria apoiaram a iniciativa, deixa clara a tentativa da *Última Hora* de *prestar um serviço* àquelas famílias, promovendo a interlocução entre moradores e as autoridades. Serviço esse que só

⁹⁵ Última Hora (01/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

poderia ser realizado por um periódico que tivesse uma ligação estreita com as autoridades. A matéria ainda diz que prosseguir com a campanha é cumprir *um dos mais nobres papéis dentre os que estão reservados à imprensa*.

No dia seguinte, a *Última Hora* publicou a *primeira grande vitória* obtida através de sua campanha de revitalização de Copacabana contra os clubes noturnos do bairro: a promessa do delegado de Costumes e Diversões, sr. Cícero Brasileiro de Melo de que reuniria em seu gabinete os proprietários de boates para adverti-los sobre os inconvenientes causados por seus estabelecimentos aos moradores e obrigá-los a assinar um termo de responsabilidade. Seu teor foi publicado na íntegra pelo periódico, conforme texto a seguir.

Respeito à lei

A Delegacia de Costumes obrigará os proprietários de *boates* e clubes noturnos a assinarem o seguinte termo de responsabilidade:

“Comprometo-me para que possa funcionar a *boate* de minha propriedade, situada a a cumprir todos os dispositivos legais e Portarias sobre o funcionamento dessa casa de diversões ressaltando mais acentuadamente as seguintes:

- a) que de conformidade com o parágrafo do artigo A do decreto 16.590 de 10 de setembro de 1924, o referido estabelecimento funcionará até às 4 horas da manhã;
- b) que observarei o que estabelece o decreto nº 6.464 (Lei do Silêncio) de 31 de maio de 1939, da P.D.F.;
- c) que de conformidade com os artigos 22 e 23 no supracitado decreto 16.590, proibirei o ingresso de menores ou pessoas duvidosas ou prostitutas, evitando converter a casa em centro de reunião de mulheres de vida fácil ou pederastas;
- d) que a orquestra tocará em tom baixo, bem como o alto falante será usado em tom moderado, para ser ouvido exclusivamente no ambiente fechado; proibirei e coibirei qualquer algazarra, ajuntamento na porta, a fim de que não perturbe o silêncio e o sossego público a que tem direito os moradores do edifício em cujo térreo está instalada a *boate* e os da redondeza;
- e) que preservarei o decoro público em meu estabelecimento, evitando escândalos ou má afluência, propugnando para que atos imorais não sejam aí praticados;
- f) que envidarei esforços para que cessem as reclamações em torno do funcionamento da *boate*;
- g) proibirei que viciados se valham do recinto para dar expansão ao seu vício (maconha, entorpecentes, etc);

Finalmente fico ciente e notificado de que se continuarem as reclamações por parte dos moradores quanto a perturbação do sossego e do decoro públicos proveniente do funcionamento da *boate* o que Será devidamente apurado por essa delegacia, terei cassada a licença, interdita ou definitivamente fechada a referida *boate* tudo tendo em

vista o que preceitua o decreto nº 16.590 de 10 de setembro de 1924 que regulamenta o funcionamento das Casas de Diversões Públicas.⁹⁶

O texto do termo de responsabilidade nos dá a ideia de que seu objetivo não era acabar com as boates, tampouco com a vida noturna, mas regular seu funcionamento de modo que a convivência entre as famílias e a boemia, associada às diversões noturnas oferecidas por Copacabana, fosse minimamente harmoniosa. Outro ponto que chama a atenção é a rapidez com que a *Última Hora* alcançou resposta e apoio do delegado de Costumes e Diversões, demonstrando o interesse do periódico em desempenhar sua função de solucionar questões sobre as condições de vida na cidade. Expressava ainda subjetivamente a sensibilidade e a boa vontade do governo federal para com as queixas dos moradores de Copacabana.

Somava-se ao empenho do sr. Cícero Brasileiro de Melo o apoio das esposas do chefe do Gabinete Civil da presidência da República, Lourival Fontes, e do prefeito da cidade do Rio de Janeiro, João Carlos Vital, as senhoras Adalgisa Lourival Fontes e Cordélia Morais Vital respectivamente. É curioso observar que a esposa do chefe do gabinete civil era conhecida por Adalgisa Nery, mas o jornal preferiu identificá-la com o nome do marido para facilitar a associação dos leitores com o membro do governo. Estas senhoras foram convidadas para darem seus apoios públicos à campanha de *reabilitação* de Copacabana.

A declaração da esposa de Lourival Fontes traz seu apelo para que a Polícia se empenhasse também em fiscalizar com o mesmo rigor as boates consideradas de luxo. Segundo ela, esses estabelecimentos nada deviam aos demais do ponto de vista moral. Já a senhora Cordélia foi sucinta. Disse que apoiava a campanha de Copacabana, como apoiaria qualquer campanha nesse sentido que fosse para beneficiar qualquer bairro da cidade. Isso demonstrava, de certa forma, que outros bairros poderiam contar com o auxílio para a resolução de seus problemas como acontecia com Copacabana naquele momento.

Os padres Francisco Mafei, da Igreja de São Paulo Apóstolo, em Ipanema, e Manuel de Assunção Castelo Branco, da Freguesia de Nossa Senhora de Copacabana também falaram ao jornal para apoiarem a campanha. Em seus depoimentos, os dois padres expuseram suas preocupações com as famílias de Copacabana, relatando que eram procurados constantemente por pais de família que se viam acuados diante da

⁹⁶ *Última Hora* (02/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

liberação dos costumes no bairro. Para os párocos o problema de Copacabana estava além das boates. Era ocasionado principalmente pela praia, que atraía ao bairro elementos indesejáveis e proporcionava um clima constante de perversão, especialmente aos jovens.

A campanha ao longo dos dias ganhava mais espaço nas páginas da *Última Hora* a ponto de aparecer para além das matérias de divulgação da mesma. Algumas colunas do jornal também deram destaque às questões de Copacabana como a *Na Hora H*, na qual o texto deixa clara a importância da iniciativa para garantir que o bairro não perdesse suas características. Entretanto, também faz uma defesa parcial das boates de Copacabana, lembrando que algumas atuavam apenas nos âmbitos da diversão e do lazer. Afinal, o bairro turístico e boêmio não poderia perder suas atrações:

Pânico em Copacabana

Está em pânico o mundo da malandragem copacabanal com as reportagens que Última Hora vem publicando. E isso é bom sinal de que o jornal alcançou seu objetivo que, no caso, é eminentemente higiênico. Trata-se de dar uma varredura no lixo da “princesinha do mar”, de remover o esterco que foi aos poucos invadindo a mais linda praia, até pesar sobre ela a ameaça de ser transformada em *bas-fond* da cidade. Os moradores de Copacabana receberam com entusiasmo a campanha de moralização que está sendo empreendida por este jornal. São inúmeros os pronunciamentos que nos tem chegado, tanto por telefone como por correio e telegrama. Vê-se que o pessoal já andava mesmo enojado com os tristes espetáculos que a onda de desclassificados que invadiu Copacabana, ali oferecia diariamente, ou para dizer com mais propriedade, noturnamente.

Infelizmente, alguns bons centros de diversão de Copacabana tem sido às vezes envolvidos na campanha que Última Hora está fazendo. Na remoção da lama, sobram-lhes alguns salpicos, mas logo se esclarecerão os equívocos, e o trigo não será confundido com o joio, que vai se atirado ao fogo, se a Polícia estiver disposta até o fim, como parece que está mesmo. No final das contas, os lugares onde há de fato, diversão e alegria serão apenas beneficiados, limpando-se o bairro das feias manchas que atualmente tanto o comprometem.

Assim, casas como o *Vogue*, o *Meia Noite* e outros pontos tradicionais de Copacabana poderão receber os seus clientes sem que estes passem pelas aventuras de saltar um série de obstáculos que a imoralidade e o despudor plantaram pelos caminhos copacabanais. Vamos arrancar a erva de passarinho das boas árvores e elas florescerão melhor. A imagem pode não ser das mais apropriadas, mas a campanha é excelente: para os moradores e Copacabana, para a moral pública e também para as casa que realmente se abriram para divertir, e não perverter, como aquelas que estão abertas em anfiteatro ao escândalo permanente.⁹⁷

⁹⁷ Última Hora (03/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

A vida noturna em Copacabana possuía encantos que iam além das reclamações citadas a todo instante. Na década de 1950, o bairro era o ponto mais *quente* da noite carioca⁹⁸, o centro da vida na capital federal. As boates de Copacabana tornaram-se ponto de encontro da nata da sociedade e da intelectualidade, do *high society*, de jornalistas, da turma da música popular. E o seu cotidiano noturno era, justamente, vivenciado, nos bares, boates e restaurantes.

O auge da campanha ocorreu com a realização da mesa-redonda. O objetivo do debate era aproximar as autoridades, responsáveis pelo policiamento e pela legislação, das aflições expostas pelas personalidades convidadas. Visava ainda a que estas autoridades pudessem deixar registradas as possíveis soluções. Nem todas as personalidades convidadas eram moradoras de Copacabana. Para que os leitores pudessem acompanhar a série de reportagens, especificamente sobre o debate, *Última Hora* publicou a relação completa dos integrantes da mesa que compareceram:

Para a orientação do leitor publicaremos adiante a relação dos debatedores:

- 1 - General Ciro Riopardense de Resende. Oficial superior do Exército, chefe do Departamento Federal de Segurança Pública;
- 2 - Dr. Valdir de Abreu. Bacharel em Direito. Juiz substituto que esteve ultimamente em exercício no Juizado de Menores;
- 3 - Dr. Elmano Cruz. Bacharel em Direito. Ministro do Tribunal de Contas;
- 4 - Dr. Leonídio Ribeiro. Médico. Professor de Medicina Legal;
- 5 - Dr. Aloísio Marques. Médico. Psiquiatra. Autor de numerosos trabalhos;
- 6 - Cônego Antônio de Paula Dutra. Sacerdote e jornalista.
- 7 - Dinah Silveira de Queiroz. Escritora e jornalista. Esposa e mãe de família;
- 8 - Dr. Carlos Raposo. Advogado. Membro do Rotary Club de Copacabana;
- 9 - Prof^o. Aurélio Rocha. Engenheiro Agrônomo. Diretor da Escola Nacional de Agronomia;
- 10 - Prof^o. Mariano de Medeiros. Educador;
- 11 - Prof^o. Luís de Melo Campos. Diretor do Colégio Melo e Sousa, de Copacabana;
- 12 - Dr. Otávio Guinle. Industrial e proprietário de hotéis, inclusive do Copacabana Palace Hotel;
- 13 - Dr. Antenor Rangel. Industrial e engenheiro. Membro do Rotary Club do Rio de Janeiro;
- 14 - Dr. Cícero Brasileiro de Melo. Bacharel em Direito. Delegado de Costumes e Diversões;
- 15 - João Etcheverry. Jornalista.

⁹⁸ MATOS, Maria Izilda Santos de. Dolores Duran: experiências boêmias em Copacabana nos anos 50. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

Os trabalhos da mesa-redonda foram presididos por nosso companheiro de redação, Francisco de Assis Barbosa.⁹⁹

O chefe de polícia, general Ciro Rezende, foi o primeiro a se pronunciar assumindo o compromisso de tudo fazer para extinguir os focos do vício, da corrupção e da violência, que se espalhavam pela cidade. Porém, avisa que a polícia esbarra em algumas dificuldades para realizar suas funções. As leis reguladoras de funcionamento das casas de diversão e da frequência nas praias estavam obsoletas. Tornava-se indispensável a elaboração de posturas municipais, o que caberia à Câmara Municipal e à Prefeitura e leis mais modernas, que estivessem de acordo com o desenvolvimento da cidade, de competência do Congresso Nacional.

A grande preocupação de todos os grupos era com as boates de Copacabana, tidas por muitos como geradoras de arruaças e barulho excessivo, abrigo para a prostituição, a malandragem e os usuários de drogas. Os educadores preocupavam-se ainda com a influência negativa que estes *night-clus* exerciam sobre a juventude do bairro e com a falta de fiscalização tanto nestes como nos cinemas, durante horários de aula, o que facilitava para os alunos faltarem ao colégio para ver filmes muitas vezes impróprios, como filmes pornográficos. A prostituição, que invadia a orla e algumas ruas de Copacabana, também foi muito citada pelos integrantes da mesa e especialmente pela escritora Dinah Silveira de Queiroz, moradora do bairro, que se sentia ofendida pelo espetáculo imposto pelas moças nas noites do bairro. Em sua opinião o Rio de Janeiro atraía muitas pessoas do interior, que vinham em busca de emprego e condições melhor de vida e, que acabavam se sujeitando a qualquer tipo de atividade que lhes era *oferecida pela cidade grande*. Termina sua fala pedindo às autoridades que fizessem uma fiscalização rigorosa da entrada de pessoas no Distrito Federal.

A questão da prostituição também foi alvo das reclamações do sr. Otávio Guinle, proprietário do Copacabana Palace Hotel. Solicitou que a polícia fizesse um patrulhamento rigoroso contra o *trottoir*, que em sua opinião era o maior responsável pela degradação que Copacabana estaria sofrendo e pelos prejuízos do turismo. Por sua vez, o educador Luis de Melo Campos apontou o problema da especulação imobiliária no bairro:

(...) Acho que a prefeitura jamais deveria permitir tamanha condensação humana numa área tão restrita. (...) num terreno onde

⁹⁹ Última Hora (09/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

habitava uma família de 5 ou 6 pessoas, construiu-se um edifício com 70 apartamentos.

(...) Naturalmente não podemos ir contra o progresso, mas essa construção açodada é também prejudicial, por que com a pressa, ficam para o lado outros serviços que são necessários a uma vida civilizada.¹⁰⁰

De fato, Copacabana crescera e muito. A partir de 1940, o crescimento anual médio do bairro era maior do que o da própria cidade. Paralelamente a esse *boom* demográfico e em parte devido a ele, a indústria da construção civil apresentou um acelerado desenvolvimento na capital da República. Tal expansão de firmas num setor que enfrentava grandes dificuldades para se implantar, devido, principalmente, à falta de financiamento para o consumidor, anunciava um novo fenômeno urbano na cidade. E esse fenômeno era o crescimento da Zona Sul, sobretudo de Copacabana.¹⁰¹

Por sua vez, o sr. Antonio Rangel, um dos poucos moradores convidados para o debate, relata que assistiu bastante constrangido, mas também muito orgulhoso, ao progresso de Copacabana. Em sua opinião, Copacabana era vítima da própria evolução e neste caso não teria culpa do que estava acontecendo, assim como a culpa não caberia à municipalidade e à polícia. Tratava-se de uma contingência do desenvolvimento rápido que causou uma espécie de desvio do ambiente, resultando em um *abastardamento da educação*.

A praia foi um ponto bastante debatido entre os participantes. Enquanto o cônego Antônio de Paula Dutra condenava a praia por representar um fator desagregador e favorável à perversão dos jovens, o médico Aluísio de Paulo defendeu-a com veemência justificando seu ponto de vista com exemplos dos pacientes de sua clínica, que faziam uso da praia para o tratamento dos nervos. A escritora Dinah S. de Queiroz lembrou ao cônego ser a praia um divertimento para os cariocas que não custa dinheiro. Outro morador do bairro, o sr. Luis de Melo Campos se mostrou preocupado com um aspecto interessante, a desvalorização econômica dos imóveis nos quais no andar térreo se encontram instaladas as tais boates.

As palavras finais da mesa redonda foram dadas ao chefe de Polícia Ciro Rezende que lembrou que a legislação sobre as diversões noturnas estavam obsoletas e ineficazes. Atentou ainda para o fato de que:

¹⁰⁰ Última Hora (09/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

¹⁰¹ Cardoso, Elizabeth Dezouzart (org.) *Copacabana: História dos bairros*. Rio de Janeiro: João Fortes Engenharia – Editora Index, 1986. p.63-67.

Copacabana não é o bairro de mais densa população do Rio, entretanto, é aquele que, pela qualidade e pelo valor de seus habitantes, desperta mais curiosidade. Daí o motivo desta campanha tão oportuna da *Última Hora*.

Devemos nos lembrar, porém, que outros bairros existem. Madureira é talvez o bairro carioca de maior densidade de população e nada aparece para seu benefício. Eu preciso distribuir o policiamento de forma equitativa para toda a Capital.¹⁰²

O encerramento do general trouxe algumas questões relevantes: uma diz respeito à tentativa de demonstrar que o governo Vargas estava isento das questões de Copacabana. A *Última Hora* fez questão de encerrar a mesa deixando claro que haviam convidado também um deputado e um vereador, que infelizmente não puderam comparecer, já que caberia à Câmara Municipal, à Prefeitura e ao Congresso Nacional traçar essas normas legislativas e jurídicas para que as autoridades pudessem tomar providências de caráter preventivo e repressivo.

Uma vez que o chefe de Polícia do Distrito Federal era indicado pelo presidente¹⁰³, a sua fala estaria de acordo com os interesses do governo. Assim, o general Ciro de Rezende termina sua intervenção dizendo que entende a importância de Copacabana para o Distrito Federal, mas que existem outros bairros que também necessitavam de atenção. Citando Madureira, bairro do subúrbio, sinaliza, de acordo com o objetivo da *Última Hora*, que é aproximar o governo das camadas populares, que o governo também está preocupado com todos os bairros da capital, não apenas com a famosa Princesinha do Mar.

¹⁰² *Última Hora* (15/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

¹⁰³ Em *A república do mangue: controle policial e prostituição no Rio de Janeiro*, Juçara Luzia Freire tem como objeto a criação da República do Mangue que representou para as autoridades estatais a execução do projeto de regulamentação do comércio sexual através da criação de uma área específica para seu desenvolvimento, seguindo o modelo dos *bordéis higienizados* europeus. Este espaço deveria ser controlado pela polícia, que fazia, inclusive, o fichamento das prostitutas na 13^oDP, que atendia a área onde estas ficariam instaladas, e pelos médicos do hospital Fundação Gaffré Guinle responsáveis pela higiene e a contenção das doenças sexuais. Este estudo analisa mais especificamente as relações entre a polícia e as meretrizes entre 1954 a 1974, apesar do corte temporal, iniciar no ano do suicídio de Vargas, nos apresenta indícios da ligação do presidente da República com o chefe de polícia do Distrito Federal. De acordo com a autora, em 1954, ano do surgimento das primeiras fichas de prostitutas sob a responsabilidade do então 13^o Distrito Policial, a estrutura da administração policial no Rio de Janeiro era bastante peculiar. Em primeiro lugar, sendo o Rio de Janeiro um Distrito Federal, o chefe de polícia era nomeado pelo presidente da República e subordinado ao ministro da Justiça, o que em si representava um choque de poderes.

Através da análise da campanha, podemos ainda identificar as estratégias de propaganda política utilizadas pela *Última Hora*. De acordo com Jean-Marie Domenach a propaganda

é polimorfa e dispõe de recursos quase ilimitados. Conforme a assertiva de Goebbels: “Fazer propaganda é falar de uma idéia por toda a parte, até nos bondes. A propaganda é ilimitada em suas variações, em sua flexibilidade de adaptação e em seus efeitos”. O verdadeiro propagandista, aquele que quer convencer, aplica toda espécie de receitas, segundo a natureza da idéia e dos ouvintes, agindo, de início, pelo contágio de sua fé pessoal, por suas próprias virtudes de simpatia e eloquência. Não são elementos facilmente mensuráveis(...)¹⁰⁴

Mesmo entendendo as inúmeras possibilidades que a propaganda pode utilizar na difusão de idéias e mensagens, Domenach¹⁰⁵ identificou algumas dessas estratégias que ele chamou de leis de funcionamento da propaganda política.

A primeira lei que podemos identificar entre as estratégias utilizadas na propaganda da *Última Hora* é a *lei de ampliação e desfiguração* que trata do exagero da ampliação das notícias e a utilização de citações fora de seu contexto original. A ampliação das notícias é uma estratégia jornalística constantemente utilizada pela imprensa onde se focam as informações que interessam aos seus objetivos. Para utilizar essa lei, o periódico pode noticiar um fato jornalístico divulgando apenas os pontos desse fato que serviriam de suporte àquilo que se deseja inculcar ao público como única verdade e ao mesmo tempo omitindo as outras vertentes. Pois não interessa, quando se utiliza esta lei, divulgar as diversas faces do fato jornalístico, estimulando-se assim um debate, mas somente aproveitar-se da parcela, ou versão, desse fato que possibilite a execução do objetivo da propaganda política.

A campanha da *Última Hora* apresentava elementos dessa lei. Queremos dizer com isso que as notícias eram elaboradas de modo a explorar as questões que pudessem favorecer o vínculo entre os moradores de Copacabana e o presidente Getúlio Vargas. Tanto que a *Última Hora* não se preocupou em dizer o que as autoridades pretendem fazer em relação às prostitutas que circulam pelo calçadão da praia de Copacabana ou

¹⁰⁴ Domenach, Jean-Marie. Op. cit.

¹⁰⁵ Sabemos que o trabalho do autor apesar de se tratar de um clássico produzido na década de 50 é, portanto datado em sua época, mas utilizaremos em nossa análise suas leis de funcionamento da propaganda política por entendermos que sua análise e suas considerações foram responsáveis por estimular os estudos nos campos da propaganda e da publicidade.

debater as causas que as levaram à tal condição, propondo soluções, por exemplo. Esse tipo de debate não acrescentaria nada à promoção da propaganda política de Vargas, porque provavelmente as tradicionais famílias de Copacabana, grande preocupação da campanha, não veriam com bons olhos um presidente que estivesse preocupado com o bem-estar dessas mulheres.

Sabemos ainda que Copacabana chegou aos anos 1950 como *a imagem do novo e do moderno*, um bairro cosmopolita que acolhia estrangeiros e migrantes, com muitos restaurantes, hotéis, um comércio intenso e crescente número de serviços oferecidos por profissionais liberais. Como ícone do comportamento moderno e urbano de consumo e vitória oriundos do *american way of life*, o bairro inaugura a primeira lanchonete *fast-food* da cidade e o pioneiro *shopping center*. Além de centro comercial, Copacabana se constituía como principal circuito boêmio e gastronômico da cidade após receber a tradicional boemia vinda da Lapa.

A vida noturna de Copacabana se movimentava em volta do Hotel Copacabana Palace e do Teatro Copacabana. No entorno do Copacabana Palace, frequentados por artistas e intelectuais. *Nas ruas Rodolfo Dantas e Duvivier, no Lido, um reduto boêmio e musical também marcou época como lançamento de artistas e movimentos musicais, principalmente, em torno da boate Bottle's, apelidada por Stanislaw de "A Catedral da Bossa Nova"*.¹⁰⁶

O Leme também abrigava restaurantes, cantinas, boates, geralmente com nomes franceses, demonstrando a resistência da influência francesa nas noites de Copacabana dos anos 1950. No Leme, estavam as boates mais sofisticadas, como a Vogue e a Sacha's. Próximo ao Leme, encontrava-se um outro polo importante da boemia de Copacabana, com pés-sujos, restaurantes baratos, bares e boates eróticas, chamadas de *inferninhos, definidos como antros barulhentos, enfumaçados, repletos de cafetões, prostitutas, estrangeiros e com shows de striptease, "lugares que o diabo não frequenta... com medo de ficar desmoralizado", pontifica Stanislaw*.¹⁰⁷

Como podemos ver, Copacabana lucrou muito com a chegada da boemia da Lapa e com o crescimento da vida noturna. A *Última Hora* chegou a publicar um único texto durante a campanha, comentando que algumas boates estavam focadas no divertimento de seus clientes e não na perversão. Mas isso, conforme foi dito, nos

¹⁰⁶ Mesquita, Cláudia. *De Copacabana à Boca do Mato: o Rio de Janeiro de Sérgio Porto e Stanislaw Ponte Preta*. Rio de Janeiro: Edições Cada de Rui Barbosa, 2008. p.108.

¹⁰⁷ Stanislaw Ponte Preta Apud Mesquita, Cláudia. Op. cit. p. 111

parece mais uma *mea culpa* para justificar a possível frequência de políticos e jornalistas da *Última Hora* na noite de Copacabana. Caso o jornal estivesse realmente interessado em mostrar os aspectos positivos destas boates ou até da vida noturna de Copacabana, poderia ter convidado para o debate que promoveu, donos dessas boates preocupadas em oferecer diversão e em respeitar as leis, além de artistas e intelectuais. No entanto, como a campanha pretendia apenas *defender a honra e a moral das famílias de Copacabana*, não convinha causar qualquer polêmica confrontando opiniões. Assim, a mesa-redonda era composta por personalidades que dariam suporte ao objetivo da campanha, membros dos quadros de Segurança Pública e um ministro, representando o governo, médicos, um sacerdote, uma mulher, representando as mães do bairro, um educador e ainda o dono do Hotel Copacabana Palace representando o empresariado da hotelaria de Copacabana e mais preocupado com a questão econômica do que moral.

A impressão causada pela campanha é a de que as famílias defendidas pela *Última Hora* e por Vargas pareciam não aceitar o novo, a transformação de Copacabana, ou pelo menos não queriam dividi-la com grupos que não pertenceriam, segundo seu entendimento, ao bairro.

O jornal também pôde com a repetição deste assunto em suas páginas fazer com que o público assimilasse o papel do governo como o defensor das famílias, da honra e da juventude, já que a campanha tinha caráter moralista, inegável inclusive pelo próprio nome dado a ela, Campanha Moralizadora do Bairro de Copacabana.

Por mais que na seção de cartas dos leitores não fossem publicadas as que apoiassem ou comentassem a campanha, as matérias faziam esse papel, ora com chamadas como a que vimos, *Reagem as famílias de Copacabana*, ora com textos que afirmavam que a redação da *Última Hora* estava recebendo inúmeras cartas com elogios, conforme o seguinte trecho de matéria publicada pelo jornal em 1º de setembro:

As cartas e telegramas, a par de numerosos telefonemas, que tem chegado a redação de *Ultima Hora*, apoiando as nossas reportagens sobre a reabilitação de Copacabana, anima-nos a prosseguir na campanha, sem esmorecimento, cumprindo aliás um dos mais nobres papéis dentre os que estão reservados a imprensa.¹⁰⁸

Tudo isso demonstra a tentativa de inculcar aos leitores a idéia de que a campanha não só era uma atitude válida, como extremamente apoiada pelos moradores de

¹⁰⁸ *Última Hora* (01/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

Copacabana e mais um dever do jornal. Isso nos remete a mais algumas leis da propaganda política, a da *transfusão* e da *unanimidade e contágio*. Segundo Domenach, a lei da *transfusão* diz que as pessoas não são tão suscetíveis a ideias com as quais não se identifiquem de alguma forma. Portanto, a *Última Hora* não deveria tratar de uma temática alheia a seu público.

Já no que se refere à lei da *unanimidade e contágio*, a afirmação constante do apoio dos moradores de Copacabana à campanha pode induzir o público a acreditar que suas causas são unânimes, assim como subjetivamente a aceitação de que o jornal, na categoria de porta-voz do governo Vargas, estava empenhado em exigir que a Polícia tomasse as medidas necessárias para garantir segurança e tranquilidade às famílias de Copacabana. Zelava por mães e pais preocupados com os filhos e zelando pelos jovens *suscetíveis aos estímulos perniciosos* que o bairro estava agregando até aquele momento.

Sobre o uso de *personalidades-piloto*, por parte da propaganda política de Vargas, analisada através da campanha, já vimos que o jornal escolheu personalidades que dariam apoio ao movimento de modo a caracterizá-lo como uma defesa dos moradores de Copacabana e da ordem e da moral públicas.

No entanto, o periódico foi além e divulgou em 11 de setembro de 1952, dez dias após o início da campanha, a seguinte manchete: *Apóiam os partidos a recuperação de Copacabana a bairro familiar*. A matéria apresentava a aprovação de *um voto de louvor* à campanha da *Última Hora* na Câmara dos Vereadores. O requerimento foi do líder do PTB, partido de Vargas, sr. Salomão Filho. O texto segue afirmando que o voto foi apoiado por diversos vereadores, de vários partidos, inclusive pelo líder da UDN na Câmara dos Vereadores, o sr. Mário Martins. Esse relatou, de acordo com a *Última Hora*: *Tenho acompanhado os debates e nós da UDN não poderíamos faltar com nosso voto de apoio*. A matéria ainda acrescentava: *propôs o sr. Mário Martins, em nome da UDN, que o movimento seja extensivo a outros bairros*.¹⁰⁹

Se o apoio de personalidades, religiosos, educadores, intelectuais e empresários seria capaz de legitimar a campanha, o apoio de um político do partido adversário de Vargas, a UDN, representava um auge para a legitimação do movimento, já que mostrava ao público que os objetivos da campanha ultrapassavam as barreiras das disputas políticas. Era como se a iniciativa do jornal estivesse numa esfera acima da

¹⁰⁹ Última Hora (11/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

esfera política. De forma alguma podemos acreditar que preponderantemente os integrantes da UDN concordavam com essa atitude do vereador Mário Martins, como veremos adiante na resposta de Lacerda à campanha, mas sem dúvida para o leitor do jornal o que fica é o impacto do que foi exposto pela *Última Hora*.

Mesmo essa sendo uma campanha voltada a um grupo da população carioca mais abastado, residente de um bairro de classes média e alta, a última reportagem não perdeu a oportunidade de lembrar que o governo reconhecia as necessidades de outros bairros e cita Madureira, um bairro do subúrbio do Rio de Janeiro, que também precisava da atenção da Polícia. Esta estratégia deixava uma idéia ao público de que o governo se preocupava com todos os grupos sociais da cidade e se empenhava em entender e resolver as questões específicas de cada grupo.

A campanha apresentava ainda outro aspecto que não faz parte das estratégias de propaganda, mas que, de acordo com Carla Vieira, favorece a estratégia do jornal de manter sua característica popular e de promover a relação entre o presidente e os leitores: *o uso da dramatização da experiência cotidiana da população, este apelo à emoção estabelece uma relação direta do público com o periódico, já que o leitor vê ali um cotidiano que ele mesmo percebe como dramático.*¹¹⁰ Falar sobre os problemas enfrentados pelas famílias de Copacabana, os riscos aos quais sua juventude está submetida com as drogas e a prostituição, os perigos de assalto ao sair de casa à noite, as arruaças que tiravam o sono dos trabalhadores em seu momento de descanso, reporta ao cotidiano do bairro. E manchetes como, *Evitemos que Copacabana vire uma Sodoma Tropical, Pais em apuros*, ou *Copacabana vive sob o complexo do medo*, também exploram essa dramatização do cotidiano.

Assim, podemos dizer que a campanha de saneamento moral de Copacabana tinha caráter propagandista e pretendia estreitar os laços entre o governo e um público que fazia parte de um grupo social mais abastado e tradicional, as famílias de Copacabana. Diversas estratégias utilizadas pela propaganda podem ser encontradas na campanha.

3.2 – A Campanha e a *Tribuna*: oposição e contrapropaganda

¹¹⁰ Siqueira, Carla Vieira. “Sexo, crime e sindicato”: *Sensacionalismo e populismo nos jornais Última Hora, O Dia e Luta Democrática durante o segundo governo Vargas (1951-1954)*. Op. cit. p.204.

Logo após o encerramento das notícias seriadas contendo os resultados da mesa redonda sobre a campanha de saneamento moral de Copacabana, realizada pela *Última Hora*, publicado no dia 17 de setembro de 1952, Lacerda julgou que seria a sua vez de tratar da questão através da sua *Tribuna da Imprensa*.

E foi na sua coluna da página 4 que Lacerda fez a sua introdução para a resposta da *Tribuna da Imprensa* à campanha empreendida pela *Última Hora*. Sem dúvida seu artigo seguiu seu tom austero e acusatório, no qual Vargas figura como o alvo subentendido de suas denúncias contra a polícia do Distrito Federal. O jornalista aproveitou ainda para exaltar o seu papel como único responsável pela grave denúncia, de forma a deixar claro a seus opositores que era o único, portanto, que deveria ser o alvo de uma possível retaliação pela publicação da matéria:

A Polícia e o lenocínio

Se no Brasil houvesse, como nos Estados Unidos existe o Pulitzer, um grande prêmio à melhor e à mais útil reportagem do ano, iríamos reclamá-lo, em 1952, para o sr. José Calhaeiros Bonfim, chefe de reportagem de polícia da *Tribuna da Imprensa*.

A ele e a este jornal, que alguns colaboradores do sr. Getúlio Vargas pretendem extinguir negando-lhe toda a publicidade oficial, com o que confessam que a utilizam apenas para o suborno e não para dar satisfação aos contribuintes, leitores de todos os jornais, deve o povo agora, a revelação da corrupção mais nefanda que um órgão do governo se pode permitir.

Revelação rigorosamente documentada, portanto, irrecusável.

Os nossos leitores, do Presidente da República ao mais humilde dos cidadãos, vão ver, agora, com os próprios olhos, aquilo que até hoje não se havia conseguido comprovar: a participação da Polícia do Distrito Federal na exploração do lenocínio.

Nunca, em vinte e três anos de jornalismo e quase três de direção de um jornal que tem posição e programa definidos, hesitei tanto antes de publicar uma reportagem. Pensei em consultar amigos certos, que não me faltariam com o seu conselho. Refleti sobre as conseqüências da documentação que vamos publicar. Sobretudo cuidei no efeito que possa ter sobre os nossos leitores a *Tribuna da Imprensa* trazer a público os fatos terríveis que revolvem um mundo nefando, agitam uma sub-humanidade devorada pelo vício, exibem a exploração da desgraça e da miséria por agentes da ordem e da segurança públicas.

Resolvi assumir sozinho a responsabilidade dessa divulgação. Ficam, pois isentos de qualquer culpa, se culpa houver, quantos, por dever funcional, por afinidade ideológica ou por simples e confortante amizade pudessem opinar ou interferir neste assunto.

Resta-me, pois, explicar por que abro uma aparente exceção na conduta que, com alguns erros, mas com firme intenção de acertar, este jornal tem mantido desde o seu primeiro número.

O desprezo que temos pelo fácil receituário para causar sensação e vender jornal à custa da dignidade do leitor, assegura-nos o direito de ser acreditamos quando dizemos que, de consciência tranqüila,

decidimo-nos a divulgar as provas da corrupção na Polícia do Rio de Janeiro, cúmplice, sócia comprovada no negócio que se faz de carne humana. (...) ¹¹¹

O artigo prossegue com a afirmação ao leitor de que a decisão de expor os documentos, revelando o envolvimento da polícia, foi uma das mais complexas, até aquele momento, tomada pela direção da *Tribuna*. Alerta ainda quanto ao alto nível ofensivo das informações, fato que tornava o jornal impróprio para o público familiar. E segue *revelando os verdadeiros motivos* que teriam levado a *Última Hora* a promover a campanha moralizadora. De acordo com a acusação de Carlos Lacerda, tratava-se de uma estratégia utilizada pelos governantes no sentido de abafar a participação policial na exploração da prostituição, isentar o governo da responsabilidade pelos problemas referentes à questão do meretrício e promover a ideia de que a normatização seria o único caminho para se solucionar os problemas gerados por esta atividade. Portanto, Lacerda conclui que o único e real objetivo da campanha era garantir a legalização da associação entre *criminoso* e *autoridade* às autoridades, que já estariam explorando o comércio sexual, ou seja, o exercício da *cafetinagem*. Finaliza o artigo pedindo a aprovação dos leitores para o seu manifesto, conforme vemos a seguir:

(...) Assim, este é o documento em que autoridades culpadas, por cumplicidade ativa ou por displicência, e por dinheiro, escondem o fato de que a “regulamentação”, localizando esse “comércio”, industrializa a imoralidade e faz do vício encoberto o vício às escancaras, do erro difícil o erro fácilimo, protegido e fomentado pelas autoridades.

A família, que tais catões de última hora dizem ameaçada em Copacabana, poder-se-á degradar e perverter à vontade nos quarteirões e nas casas que a Polícia reservar para essa alta finalidade do Estado. Eis a moral tartufo.

Mas a hipocrisia e a desconversa não são gratuitas.

Trata-se de acobertar o fato de ser a Polícia sócia de indústria e “protetora”, mediante uma participação leonina nos lucros do “negócio” do lenocínio no Rio de Janeiro.

É, portanto, a hora de dizer a verdade. E dizê-la como em geral se procura dizê-la neste jornal, de modo, neste caso, mais do que nunca indispensável: documentadamente.

A estranha lógica que consiste em dizer-se que o jogo e a prostituição são inevitáveis logo devem ser oficializados, exprime, na realidade,

¹¹¹ Este texto faz parte de um conjunto de recortes de jornais cortados de forma a privilegiar as notícias quanto ao posicionamento da Tribuna da Imprensa no que se refere à campanha de saneamento moral do bairro de Copacabana, assim como as denúncias contra policias da Delegacia de Costumes e Diversões do Distrito Federal. Desta forma, alguns recortes que integram este conjunto não apresentam data. De acordo com a data de alguns deles estimamos que tal exemplar, contendo este artigo, chegou às bancas entre os dias 18 e 20 de setembro de 1952. Tal conjunto trata-se de um arquivo pessoal que me pertence.

um raciocínio que assim se constrói: a prostituição e o jogo não devem ser combatidos porque nós nos associamos a eles!

O então chefe de Polícia, general Etchegoyen, agiu contra o lenocínio. Não o extinguiu? Não importa. Mas, enquanto chefe de Polícia, essa “atividade” não prosperou. O atual governador de São Paulo fechou as casas de jogo que pululavam por lá. Acabou com o jogo? Pelo menos não é fácil jogar, hoje, em São Paulo. E, sobretudo, as autoridades que se associaram à exploração do vício sabem que têm contra si a decisão do seu chefe, cada dia mais prestigiado pelo crescente respeito que lhe devota a opinião pública.

Agora, também em São Paulo, sem alarde, o governador manda fechar as casas de tolerância.

No Rio, vemos órgãos financiados com os dinheiros da Nação, com os créditos que são negados à indústria, ao comércio e à lavoura pelo Banco do Brasil, encaminharem a tese da oficialização do meretrício – como uma nova fonte de renda que não pode escapar a mãos tão ávidas.

Eis, portanto, a ocasião em que se torna indispensável vencer a repugnância e sopitar a própria discrição que o assunto nos impõe para trazer a público o essencial sobre a corrupção da Polícia – sócia e instigadora do lenocínio.

Com tamanha renda advinda do comércio horrendo, ainda maior quando for arrecadada às claras, a Polícia, as autoridades, em suma, tornam-se interessadas no florescimento dessa infâmia contra a comunidade.

Os documentos que vamos publicar contém exatamente o que é preciso saber sobre a realidade nessa matéria. Neles se evidencia o horror de uma associação abjeta entre o criminoso e o agente encarregado de prevenir e denunciar o crime.

Ainda mais: neles se comprova que a corrupção vem do alto, o exemplo de cima, o assalto ao Banco do Brasil, o baile de Corbeville, a complacência, a displicência, a conveniência se alastram e se infiltram em todas as camadas, caem como uma chuva de sapos no pantanal.

A conformidade com o crime leva à consagração do responsável pela morte de Demócrito, por exemplo, explica e até certo ponto justifica a participação de autoridades policiais na exploração do lenocínio, em favor da qual se alevantavam tantas vozes, neste país, em nome do pudor das famílias e do decoro das ruas.

Em tudo isso só não sei se chegaremos a ver mais do que um “rigoroso inquérito” sem conseqüências.

Entretanto, a parte de responsabilidade que nos cabe no bem comum, mínima que é, mas da qual não abrimos mão, qualquer que seja o preço a pagar por exercê-la, ficará atendida.

É com esperança, portanto, de que os nossos leitores nos aprovarão, na difícil resolução a que nos atrevemos, que anunciamos a publicação da reportagem que comprova a associação da Polícia com os rufiões. E se damos os nomes implicados é para que não pese sobre todos a culpa de muitos.

Se estamos errados, digam-nos. De nossa consciência, perante Deus responderemos. Nossos atos, porém estão à mercê dos homens. Se não andamos à cata dos seus aplausos, hoje, sim, precisamos saber se agimos bem como nos parece que devemos agir. Só queremos que nos

façam a justiça de acreditar que não nos foi fácil tomar esta decisão.
Carlos Lacerda¹¹²

Logo em seguida ao artigo, Lacerda apresenta os documentos que havia prometido. Trata-se de anotações de uma senhora de nome Cationilia Cardoso Lima ou “Solange” que exploraria 22 mulheres no comércio sexual na Rua Afonso Cavalcanti, 67. Neste documento constam, entre diversas despesas da casa, os nomes do subchefe da Seção de Costumes da Polícia, de 35 investigadores e de mais 8 detetives. Tais nomes foram divulgados pelo jornal:

(...)Delegacia de Costumes

Com letra de homem, figura a lista do pessoal da Delegacia de Costumes que recebeu da “casa”. O título é “Lista de Costumes”. Copiamos literalmente;

Detetives:

Ozéas (subchefe de seção) – Cr\$ 500,00

Aristóteles – Quintino – Goulart – Ricão – Guimarães – Camargo – Rocha Passos – Barbosa – 200 cruzeiros cada um.

Total – Cr\$ 1.900,00 (mil e novecentos cruzeiros)

Investigadores

Soares, Aod, Avelar, Elias, Machado (Chichilia), Proença, Ceciliano, Santos, Carola (Gagá), Amorim, Peixoto, Otávio, Costa, Araújo, (...)

Cr\$ 200 por mês para cada um igual a Cr\$ 7.000,00 (sete mil cruzeiro)

* Não fica, porém, nessa relação. Há mais.¹¹³

Em 21 de setembro, a *Tribuna da Imprensa* divulgava, na primeira página, fotos nas quais policiais rasgavam os cartazes do jornal, na Av. Almirante Barroso, sobre o escândalo da associação da Polícia à prática do lenocínio na cidade do Rio de Janeiro. (ANEXOS 4 e 5) Com isso, Lacerda inicia outra campanha, intitulada *a Campanha do mais um*. Convocando seus leitores a defenderem o periódico, *propagando a defesa da verdade*, presenteando seus amigos com um exemplar da *Tribuna* sobre a corrupção da Polícia do Distrito Federal. As matérias continuaram divulgando mais documentos que denunciavam outros nomes de policiais e as quantias recebidas por cada um deles. Relatavam ainda ações que visavam a impedir que estas revelações continuassem sendo noticiadas para a sociedade carioca.

No entanto, é importante ressaltarmos o sentido exclusivamente acusatório e moralista das notícias da *Tribuna da Imprensa*. Em nenhum momento as matérias

¹¹² Tribuna da Imprensa. Setembro de 1952. Arquivo pessoal.

¹¹³ Tribuna da Imprensa. Setembro de 1952. Arquivo pessoal.

traziam algum tipo de debate quanto à situação da prostituição na cidade do Rio de Janeiro. Não apresentam propostas que visassem à solução dos problemas gerados pelo meretrício e também não se demonstrava qualquer preocupação com a situação destas mulheres. O jornalista não convidou especialistas para tratarem da questão, com exposições sobre as suas causas sociais. Tampouco faz quaisquer acusações aos clientes que seriam também responsáveis pelo comércio, visto que são os verdadeiros financiadores. O alvo é apenas o presidente Getúlio Vargas, o que refletia o perfil peculiar desse jornal, mais interessado em ser o porta-voz da ofensiva antigetulista de Lacerda do que efetivamente um prestador de serviços através da divulgação da informação.

3.3 – Os dois lados da moeda

Após verificarmos as matérias da *Tribuna da Imprensa* em referência à campanha moralizadora de Copacabana e ao lenocínio, é necessário que façamos algumas relações entre atitudes deste periódico e da *Última Hora*. O fato de Carlos Lacerda aguardar que a *Última Hora* terminasse de divulgar todas as suas reportagens, com as conclusões da campanha, não nos parece mero acaso, mas sim uma estratégia para que suas opiniões fossem produzidas com base naquilo que já estava publicado e, portanto divulgado aos leitores e à sociedade. Tal estratégia se não impedisse pelo menos dificultaria, aos editores da *Última Hora*, a retratação de alguma posição ou proposta quanto à solução dos pontos tratados pela campanha. Além disso, para se produzir uma contrapropaganda é preciso conhecer o maior número possível de elementos da propaganda adversária

Como vimos nos dois periódicos, a isenção do governo federal, diante da sua impossibilidade de solucionar diversos dos problemas levantados, é tratada de formas distintas. Na *Última Hora*, o chefe de Polícia, Ciro Rezende, argumenta que, devido à ineficiência da legislação para as diversões noturnas e para a prostituição as providências do governo federal estariam engessadas, ficando exclusivamente nas mãos dos legisladores, que deveriam criar leis que dessem conta destas questões. Por sua vez, a *Tribuna da Imprensa* entendia que o governo de Getúlio Vargas não teria qualquer interesse em resolvê-las, pois pretendia, através da normatização da prostituição, proteger e principalmente fomentar a exploração do comércio sexual na cidade do Rio de Janeiro.

Além disso, da mesma forma, a imagem da Polícia, representada pelo chefe de Polícia, serve à *Última Hora* para dar voz ao governo de Vargas e propagar a sua boa vontade em preservar a moral das famílias de Copacabana que estavam sofrendo com a *decadência* do bairro. A exposição pública, feita pelas matérias da *Tribuna da Imprensa*, da associação de um grande grupo de membros da Polícia ao lenocínio e do interesse das autoridades de legalizar a atividade era um meio de *desmascarar* essa postura aparentemente empenhada do governo em solucionar tais problemas. E mais, revelaria uma trama suja, na qual o próprio governo, por meio de sua Polícia, comandaria a manutenção e os lucros do comércio sexual na cidade. Tais acusações serviam para atingir a imagem do presidente Getúlio Vargas visto que a aproximava do papel do *grande rufião da nação*. Soma-se a tudo isso a ausência de notícias na *Última Hora* sobre as acusações feitas por Lacerda, que refletiria, segundo o mesmo, a intenção de que o debate, quanto à normatização da prostituição e à legalização do seu controle por autoridades policiais, acontecesse sem o conhecimento da população.

Por conseguinte, concluímos que Lacerda soube elaborar uma contrapropaganda à propaganda política de Vargas, lançada através da campanha moralizadora de Copacabana. Em suas reportagens na *Tribuna da Imprensa*, utilizou elementos da contrapropaganda como desmembrar os elementos da propaganda adversária de modo a simplificá-la; selecionar seu ponto fraco para explorá-lo; atacar e desmoralizar o adversário envolvendo-o em escândalos e colocar a propaganda de Vargas em contradição.

A questão da prostituição foi pinçada do contexto da campanha da *Última Hora*. Partindo dela, Carlos Lacerda elaborou uma série de denúncias envolvendo autoridades policiais da Delegacia de Costumes e Diversões Públicas na exploração da prostituição na cidade do Rio de Janeiro. Justamente a divisão da polícia que era responsável por solucionar os problemas morais de Copacabana e representava o empenho do presidente Getúlio Vargas em amparar as famílias do bairro. As matérias da *Tribuna da Imprensa* ainda afirmavam que havia um interesse por parte das autoridades em legalizar a questão da prostituição na cidade, associando-as ao papel de cafetões. Como geralmente a série de reportagens sobre este tema tinha local de destaque nas páginas do periódico de Lacerda, ocupando algumas vezes mais de 1/2 da primeira página, apresentando fotos, charges e cópias dos supostos documentos comprobatórios dos valores recebidos pelos policiais dos prostíbulos explorados, podemos dizer que a *Tribuna da Imprensa*

gritava aos leitores as contradições do discurso moralista e preocupado com os rumos de Copacabana.

Alzira Alves de Abreu e Fernando Latman-Weltman¹¹⁴ consideram que a imprensa é um dos atores com um envolvimento significativo nos grandes processos de transformações políticas e sócio-culturais da sociedade brasileira, porém muitas vezes negligenciado pela pesquisa histórica. Neste sentido, o que buscamos, a partir do exame do papel de instrumento político da *Última Hora* e da *Tribuna da Imprensa*, através dos tratamentos específicos dispensados à campanha de saneamento moral de Copacabana e à questão da legalização da prostituição, foi uma forma de entendermos as estratégias jornalísticas para a propaganda de posições políticas antagônicas relativas ao segundo governo de Getúlio Vargas.

Ou seja, o estudo da relevância do debate político e ideológico da imprensa que acaba por possibilitar à sociedade um canal de participação no jogo político através da recepção de informações de diferentes pontos de vista sobre o cenário político nacional. Devemos ressaltar que o embate entre a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa* pode ser entendido como a ação de forças concorrentes em busca da formulação ou conservação de determinado ponto de vista. Assim, esses periódicos lutam pelo mesmo objetivo, apesar de defenderem diferentes posições políticas. Mesmo em confronto, apresentando opiniões distintas quanto à campanha, estão situados no campo das disputas políticas.¹¹⁵ Além disso, pudemos comprovar que os editores dos dois jornais tinham total conhecimento do peso que a imprensa possui, como um meio eficiente de propaganda política de grande alcance social, e a utilizavam para este fim.

3.4 - Outras oposições

Tão importante quanto analisarmos a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa* no contexto da campanha de saneamento moral promovida pela *Última Hora* é a análise do comportamento de outros periódicos no mesmo período. Sabemos que durante o segundo governo de Vargas a imprensa empreendeu uma grande campanha de oposição ao seu governo. Campanha essa que começou ainda em 1950, quando os principais

¹¹⁴ Abreu, Alzira Alves e Latman-Weltman, Fernando. Fechando o cerco: a imprensa e a crise de agosto de 1954 In: GOMES, Ângela de Castro (organizadora). *Vargas e a crise dos anos 50*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

¹¹⁵ Barbosa, Marialva.

órgãos da imprensa escrita e falada do país se posicionaram contra a candidatura de Getúlio Vargas e não deram uma cobertura jornalística a sua campanha presidencial. Apenas a *Última Hora*, de Samuel Wainer, estabelecia um canal de comunicação entre o presidente Getúlio Vargas e a população. Portanto, não teremos como analisar jornais que estivessem apoiando o governo e suas ações.

Assim, escolhemos dois periódicos de grande circulação na década de 1950, são esses: *Diário de Notícias* e *O Globo*. De acordo com a pesquisa no Anuário Brasileiro de Imprensa, Popularidade & Negócios de Alzira Alves de Abreu e Fernando Lattman-Weltman, em maio de 1952, o *Diário de Notícias* era o matutino de maior penetração no mercado carioca com um índice total (médias de todas as classes A, B e C) de 15,8%. Já *O Globo* era o vespertino de maior circulação com índice total de 43% e 74,3% na classe A.¹¹⁶ Além disso, trata-se de *jornais que mesmo nutrindo especial rancor de Vargas, e/ou simpatias udenistas, não tinham sua razão de ser comprometida com nenhum projeto político particular, com nenhuma liderança em particular.*¹¹⁷ Vale ainda ressaltar que os dois periódicos atuavam de formas distintas em sua oposição ao governo Vargas. Enquanto o *Diário de Notícias* realizou uma dura e intensa oposição, *O Globo* exerceu uma oposição pautada em um comportamento menos emotivo, seguindo os padrões contemporâneos de jornalismo.¹¹⁸

As transformações de Copacabana resultaram em questões reais para o bairro e para os moradores pertencentes à elite balneária. Não eram somente parte da estratégia da *Última Hora* para aproximar o presidente Getúlio Vargas do público policlassista para o qual se dirigia, através da campanha de saneamento moral de Copacabana. Desta forma, pretendemos observar se esses jornais trataram de alguma forma das questões que afligiam os moradores de Copacabana e de que forma. Analisaremos ainda se as acusações feitas por Carlos Lacerda a Getúlio Vargas, através de denúncias que afirmavam que a polícia do Distrito Federal participava da exploração do lenocínio na cidade e por isso defendiam sua oficialização, repercutiram nas páginas do *Diário de Notícias* e de *O Globo*.

¹¹⁶ Abreu, Alzira Alves de e Latman-Weltman, Fernando. Fechando o cerco: a imprensa e a crise de agosto de 1954. In: Vargas e a crise dos anos 50. Ângela de Castro Gomes; Villas-Bôas Corrêa... [et al.]. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994. p.26.

¹¹⁷ Abreu, Alzira Alves de e Latman-Weltman, Fernando. Op. cit. p.31.

¹¹⁸ Ver: Ferreira, Marieta de Moraes. *Diário de Notícias*. In: ABREU, Alzira Alves de (coord.)... [et al.]. *Dicionário histórico-bibliográfico brasileiro pós-30*. Rio de Janeiro: Editora FGV; CPDOC, 2001. p.1848-1852.

Leal, Carlos Eduardo e Montalvão, Sérgio. *O Globo*. Op. cit. p. 2540-2548.

Conforme vimos, a *Última Hora* iniciou sua campanha de saneamento moral no dia 1º de setembro de 1952. Já no segundo dia expôs a primeira resposta das autoridades para a revitalização de Copacabana com a promessa do delegado Cícero Brasileiro de Melo de obrigar os proprietários das boates do bairro a assinar um termo de responsabilidade. Nesse termo constava uma relação de dispositivos legais, sobre o funcionamento das casas de diversões, e posturas que a Delegacia de Costumes e Diversões esperava que os donos das boates seguissem no sentido de manter a ordem e a moral públicas.

O *Diário de Notícias* do dia 1º de setembro ao dia 10 do mesmo mês não fez menção em suas páginas a qualquer assunto que estivesse de alguma forma relacionado a Copacabana ou ainda a alguma questão levantada pela campanha da *Última Hora*. Já *O Globo*, por sua vez, no dia 2 de setembro publicou uma nota sobre a assinatura por parte dos proprietários de boates do que eles chamam de *um severo termo de responsabilidade*.

Pena de interdição para as “boites” reincidentes

A Polícia está convencida de que com os exemplos das “boites” “La Conga” e “Balalaika” o ambiente moral das casas de espetáculos do gênero melhorará. Hoje à noite, os dois estabelecimentos voltarão a funcionar normalmente, tendo seus responsáveis assinado um severo termo de responsabilidade perante o delegado Cícero Brasileiro de Melo. De agora em diante pesará sobre eles uma ameaça muito mais séria. Qualquer desrespeito que subscrevam na Delegacia de Costumes e Diversões importará, não mais em suspensão, mas, em interdição.¹¹⁹

O texto além de curto se restringe a transmitir a informação da ação da Delegacia de Costumes e Diversões com relação àquelas boates. Não faz menção à situação do bairro de Copacabana, tampouco às queixas dos moradores. No entanto, no dia seguinte o jornal já noticiava que o delegado Cícero Brasileiro de Melo anunciara que a fiscalização à vida noturna de Copacabana seria mais intensa a partir daquele momento e que todos os proprietários de estabelecimentos destinados às diversões da Zona Sul *seriam obrigados a assinar o termo de responsabilidade se comprometendo a respeitar as mais rigorosas normas de caráter moral*.¹²⁰

¹¹⁹ O Globo (02/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00054.

¹²⁰ O Globo (02/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00054.

A diferença entre as matérias da campanha de saneamento moral de Copacabana da *Última Hora* e as notas publicadas pelo *O Globo* é gritante. Enquanto a *Última Hora* traçou um histórico de Copacabana, exaltando a beleza natural, a fama internacional, a vocação turística e a importância das famílias residentes que se encontravam reféns da *degradação moral* do bairro, causada em grande parte pela vida boêmia e suas peculiaridades. Justificando assim a iniciativa do jornal em promover a moralização do bairro através da suposta abertura de um canal de intermediação entre esses moradores descontentes e as autoridades ávidas por atender as necessidades da população. Favorecendo assim a construção de laços entre esses moradores de Copacabana, pertencentes a um grupo social mais abastado e tradicional, e o presidente Getúlio Vargas. Consequentemente servindo como propaganda do seu governo. *O Globo*, como jornal de oposição ao presidente, não tinha, portanto, como objetivo noticiar a situação de Copacabana e a tentativa da Delegacia de Costumes e Diversões de encontrar soluções para a situação das boates propagando o empenho das autoridades de modo a *estreitar* a relação entre Vargas e as famílias do bairro. Seus textos restringiram-se a informar as ações da Polícia na tentativa de *melhorar o ambiente moral* das casas de espetáculos da Zona Sul.

Já nos dias 3 e 5 de setembro a coluna intitulada, *O Globo a serviço da cidade*, apresentou duas queixas. Uma expressava que as autoridades não pareciam tão empenhadas em atender as necessidades dos moradores de Copacabana, fazendo um apelo ao jornal para interceder a seu favor.

Um protesto vindo de Copacabana

A leitora diz, em carta a “O Globo a serviço da cidade”, “Li, há dias comentários sobre as impressões de uma turista que, a par da grande admiração que lhes despertou nossa Cidade Maravilhosa ficou decepcionada de ser o lugar mais barulhento do mundo, sobretudo a Avenida Copacabana. (...) Na esquina da Miguel Lemos existe, ainda, um bar cujos fregueses ficam em algazarra até alta madrugada.”

E depois de expor a situação interroga: “Para quem apelar? Para o diretor de Trânsito? Para o Chefe de Polícia? Para o Prefeito? Para os deputados ou até para o presidente da República? Pedimos a “O Globo a serviço da cidade que nos ampare e ajude nesta justa causa.”¹²¹

Isso pode representar uma tentativa de *O Globo* de mostrar que apesar da iniciativa da *Última Hora* de fazer uma campanha para defender a moral e a ordem em Copacabana, na prática, alguns moradores não identificavam as melhorias esperadas e

¹²¹ O Globo (03/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00054.

também não identificavam a *Última Hora* como um meio de comunicação eficaz para fazerem seus apelos e encontrarem a resposta esperada das autoridades.

A outra nota publicada pela coluna cobrava as autoridades quanto ao trânsito de ônibus pelas ruas do *Bas-fond* do Mangue. No mesmo momento em que a *Última Hora* debatia os inconvenientes para as famílias de Copacabana ao serem *expostas* ao *espetáculo imposto pelas moças nas noites do bairro*, *O Globo* chamava a atenção das autoridades para o seu descaso quanto à exposição de homens, mulheres e crianças, passageiros dos ônibus, que eram obrigados a seguir por um desvio pela área do Mangue, aos *espetáculos mais degradantes*. Ou seja, enquanto a *Última Hora* demonstrava, através da campanha de saneamento moral, o empenho de Vargas em impedir que Copacabana se transformasse no *Bas-fond* da cidade, *O Globo* apontava que as mesmas autoridades não dispunham da mesma boa vontade para com os demais moradores da cidade que eram obrigados a acompanhar a rotina da área de prostituição localizada no Mangue.

Uma advertência mal ouvida

A Polícia e o Serviço de Trânsito não cuidaram, ainda, das advertências de “O Globo a serviço da cidade”, a respeito do desvio de ônibus e lotações para as ruas do “bas-fond” do Mangue. Parece pouco provável que as autoridades não tenham percebido a delicadeza e os inconvenientes do problema para deixar que o mal se agrave, levando-se em conta que a situação daquele local só tende a piorar.

Até hoje, apenas a linha 104 – “Praça Barão de Drumond – Leblon” – deixou, espontaneamente, de circular pela área condenada atravessando em linha reta, do Estácio de Sá para a Avenida Presidente Vargas. Os outros coletivos, entretanto, persistem no mesmo trajeto, expondo seus passageiros, homens, mulheres e crianças aos espetáculos mais degradantes.¹²²

Noticiar as medidas das autoridades policiais de combate aos *excessos* dos estabelecimentos destinados a diversão, especialmente de Copacabana, sem expressar algum posicionamento quanto à questão. Apresentar a suposta queixa de uma moradora insatisfeita com o descaso das autoridades quanto ao desrespeito à lei do silêncio no bairro. Cobrar providências em relação à delicada situação dos cidadãos, usuários de ônibus, obrigados, pela displicência da polícia e do serviço de trânsito, a observar as atividades das meretrizes do Mangue. Todos esses elementos publicados pelo jornal deixavam, portanto, subentendido que as ações moralizadoras para Copacabana,

¹²² O Globo (05/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00054.

propagandeadas pela *Última Hora*, não eram tão eficazes como se afirmava. E mais, mostravam que enquanto os olhares e esforços voltavam-se para a defesa da moral das famílias da Princesinha do Mar, outros moradores eram obrigados pelas mesmas autoridades a transitar pelo famoso *Bas-fond* da cidade localizado na região do Manguê.

Posteriormente, nos dias 8 e 9 de setembro, *O Globo* publicou matérias afirmando que *os proprietários das “boites” do Copacabana Palace e do Vogue recusam-se a assinar termos de responsabilidade.*¹²³ Segundo o jornal os donos dos dois estabelecimentos alegavam que suas casas não apresentavam motivos a polícia que justificasse o atendimento aquelas exigências, pois não desrespeitavam a moral e a ordem pública. O delegado Cícero Brasileiro de Melo, que estava à frente da ação, declarou ao jornal que os proprietários não teriam motivos para tal negativa, uma vez que as instruções contidas no termo representavam apenas o que a lei já determinava.

Punição para as “Boites” rebeldes

O Vogue e o Copacabana Palace estão no firme o propósito de enfrentar a Delegacia de Costumes e Diversões e não assinar o termo de responsabilidade que está sendo subscrito para todos os proprietários de “boites”, “cafés-concerto” e “cabarets” da cidade. Isso foi o que adiantamos de acordo com o que apurou nossa reportagem. Sobre a atitude da Polícia diante dessa perspectiva ouvimos o delegado Cícero Brasileiro de Melo.

- Que motivos relevantes estes donos de estabelecimentos tem para isso? As instruções que baixamos consubstanciam o que a lei determina, sem a menor inovação. E, ademais, todos obedeceram convencidos de que a medida facilitaria até o seu trabalho. Às vezes, uma família aparece com um menor e se arma uma situação difícil para o responsável pelo estabelecimento.

Tornar-se-á mais cômodo alegar a proibição das autoridades, mostrando um quadro afixado nas imediações da porta.

O titular da D.C.D arrematou:

- Essa desobediência pode acarretar penalidades que vão desde a suspensão até o fechamento da “boite”.¹²⁴

É interessante observarmos que nenhuma das matérias publicadas, pela *Última Hora*, no contexto da sua campanha a favor da moralização de Copacabana relatou o impasse entre a Polícia e os donos das casas de diversões do Copacabana Palace e do Vogue. No entanto, *O Globo* tratou desse tema em duas edições, frisando assim que a atuação da Polícia e os resultados da campanha quanto ao enquadramento das boates na

¹²³ *O Globo* (08/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00054.

¹²⁴ *O Globo* (09/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00054.

legislação não foram tão fáceis como o jornal de Samuel Wainer anunciou em 3 de setembro de 1952.

Enquanto o jornal *O Globo* publicou matérias sobre a atuação da Polícia no sentido de combater as ilegalidades e imoralidades praticadas pelos clubes noturno da zona Sul, especialmente os localizados em Copacabana, desde o início do mês de setembro, o matutino *Diário de Notícias* somente faz menção a um assunto debatido durante a mesa-redonda promovida pela *Última Hora* no dia 11 daquele mês. Em uma nota tímida dizendo que a delegacia de menores estava empenhada em garantir os bons costumes das crianças através da fiscalização dos cinemas. Porém, a nota não fala de Copacabana. A falta de fiscalização dos cinemas que favorecia a entrada de estudantes nos horários das aulas, muitas vezes para assistirem filmes impróprios a sua idade, e até pornográficos, foi uma das questões apontadas pelas personalidades participantes do debate acerca da revitalização do bairro. Ainda no dia 11, o matutino apresenta outra nota curiosa:

Reforma da Polícia

A culpa, é de justiça assinalar, não cabe ao general Ciro Resende. Ele tudo tem feito para melhorar o Departamento Federal de Segurança Pública, mas seus esforços tem resultados inúteis. E a prova disto ao está. A reforma da Polícia tão necessária, acha-se no Palácio do Catete esperando tão somente que o Sr. Getúlio ponha, na exposição de motivos a sua assinatura.¹²⁵

Nem a *Última Hora* nem mesmo a *Tribuna da Imprensa* falava em Reforma da Polícia naquele momento. Porém *O Globo*, já no dia 16 noticiou que o chefe de Polícia, Ciro Resende, abriria um inquérito na corregedoria da polícia para apurar as declarações do advogado Ruy Rolim à imprensa acusando *elementos da seção de meretrício da Polícia de estarem sendo subornados, o mesmo acontecendo quanto às autoridades do 13º DP.*¹²⁶ Em 18 de setembro, *O Globo* publicava a resposta do chefe de Polícia para a pergunta feita por estudantes por ocasião de uma mesa-redonda com estudantes sobre a situação de Copacabana.¹²⁷

Como moralizar a Polícia?

“Todos sabem que a deficiência moral da nossa Polícia é consequência da falta de recrutamento. (...) Os processos de seleção da

¹²⁵ Diário de Notícias (10/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00004.

¹²⁶ O Globo (16/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00054.

¹²⁷ O jornal não dá informações detalhadas sobre a mesa-redonda. Não informa a data, o local e o objetivo.

escolha de elementos da Polícia se vinham efetivando de forma errada. Obedeciam ao regime de pistolão. (...)

As matérias do *Diário de Notícias* e do *O Globo* colocam em xeque a credibilidade e a idoneidade da polícia do Rio de Janeiro, a mesma polícia que a *Última Hora* exaltava como a grande representante do presidente Getúlio Vargas na tarefa de revitalizar o bairro de Copacabana e garantir a ordem e a segurança das suas famílias. Cabe ressaltar que o *Diário de Notícias* buscou isentar o chefe de polícia, Ciro Resende, da responsabilidade de empreender a reforma da polícia, culpando apenas o presidente por não mostrar interesse em assinar a reforma. Acreditamos que esse posicionamento do *Diário de Notícias* se deve à peculiaridade de *possuir uma política editorial especificamente voltada para a corporação militar, sendo o jornal mais lido pelos militares*¹²⁸.

Além disso, a nota de *O Globo* sobre as denúncias quanto à corrupção de polícias da seção de Meretrício da Polícia de Costumes e do 13º Distrito é divulgada antes mesmo da série de denúncias da *Tribuna da Imprensa*, com a diferença na ênfase dada pelos jornais ao caso. *O Globo* limitou-se a informar sobre a denúncia feita pelo advogado Ruy Rolim e a resposta do chefe de polícia afirmando que abriria um inquérito na Corregedoria da Polícia para apurar as acusações. Sem emitir opiniões ou fazer julgamentos prévios. Como vimos anteriormente, Carlos Lacerda explorou as denúncias em diversas edições do seu jornal dando enorme destaque às matérias, apresentando cópias de supostos documentos muitas vezes na primeira página do jornal. Nas matérias produzidas pela *Tribuna da Imprensa*, fora armada uma espécie de julgamento para o caso: apresentaram-se a denúncia, os culpados (os policiais, as autoridades policiais e o próprio presidente Getúlio Vargas), as provas (as anotações de uma cafetina constando as despesas gerais e com policiais, que eram citados nominalmente), a sentença. Em momento algum aparece menção, nessas reportagens, ao advogado Ruy Rolim, citado pelo *O Globo* como autor das denúncias.

As questões quanto à degradação de Copacabana eram legítimas para as famílias da elite balneária que tentavam resgatar o bairro de outrora ou pelo menos garantir a moral, a segurança e a tranquilidade para a Princesinha do Mar, estabelecendo limites para convivência harmoniosa entre a vida familiar e a vida boemia. No entanto, *O*

¹²⁸ Abreu, Alzira Alves de e Latman-Weltman, Fernando. Op. cit. p.46.

Globo e *O Diário de Notícias* não deram qualquer destaque, durante o mês de setembro, a essas reivindicações como fez a *Última Hora*.

O *Diário de Notícias* não publicou outras matérias que fizessem qualquer referência aos pontos debatidos pela campanha da *Última Hora* ou sobre as denúncias de corrupção policial e associação a exploração da prostituição na cidade do Rio de Janeiro. Porém, publicou uma série de matérias, a partir do dia 14 de setembro, tratando do descaso das autoridades com os bairros do subúrbio. As matérias relatavam a situação de abandono de bairros como Honório Gurgel, Rocha Miranda, Kosmos e Colégio. A primeira dessas matérias ironizava ainda autoridades que se intitulavam defensoras dos interesses do *povo*, mas que não conheciam a dura realidade por ele enfrentada.

Honório Gurgel – Bandos de suínos atacam valentemente os depósitos de lixo.

É difícil – podemos compreender – para quem vive cercado de conforto, incensado de manhã à noite, rodeado de gente que lhe afaga a vaidade, que o classifica de “genial”, quem dispondo da cornucópia dos favores pode determinar aqueles que vivem esperando ou implorando favores, elogios e aplausos é difícil essa gente feliz, encarrapitada nos torrões mais altos do oficialismo bem remunerado, compreender os dramas vividos nos subúrbios infelizes da cidade.

Qual administrador que já maculou de poeira ou lama os ricos pés, caminhando sobre as valas de que são férteis os confins da cidade? Qual administrador que viajou num dos vergonhosos trens suburbanos da Central às seis horas da tarde? Qual dos poderosos senhores que tanto falam em povo, tanto invocam o povo em suas arengas, tanto declaram agir no interesse do povo, já perambulou num dia de chuva por uma rua vergonhosa de um subúrbio abandonado como Honório Gurgel? (...)¹²⁹

O texto expressa a distância entre a realidade das autoridades e a realidade dos subúrbios e da população que lá residia, sugerindo o desinteresse dos administradores perante as questões e situações do subúrbio carioca, que eles desconheciam completamente. É interessante notar que o texto busca enfatizar que as autoridades que se declaravam defensoras das causas populares, e podemos concluir que o presidente Getúlio Vargas estava incluso nessa representação, desconheciam a situação dos *vergonhosos trens suburbanos* e da *rua vergonhosa de um subúrbio abandonado*. Ou seja, enquanto a *Última Hora* apresentava o esforço do presidente em defender as famílias, a honra e a juventude, das classes mais abastadas que residiam na *chique*

¹²⁹ Diário de Notícias (14/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 00004.

Copacabana, garantindo a ordem e a moralidade no bairro, o *Diário de Notícias* afirmava a essas autoridades e aos seus leitores que imorais eram as condições em que viviam os trabalhadores e o saneamento dos bairros suburbanos.

A análise do *Diário de Notícias* e de *O Globo* nos permitiu compreender que mesmo sendo os dois jornais opositores de Getúlio Vargas, as acusações de associação da polícia do Distrito Federal com a exploração da prostituição na cidade, feitas por Carlos Lacerda através da *Tribuna da Imprensa*, não mobilizaram os dois jornais. Isso nos dá indícios de como era intensa a oposição entre a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa*. De acordo com Marialva Barbosa

A batalha discursiva entre eles se intensifica na medida em que *UH* se afirma no mercado jornalístico como jornal de grande circulação. A partir daí, uma campanha sem tréguas, contra a *UH* e sobretudo contra Getúlio Vargas, na esteira da *Tribuna da Imprensa*, é empreendida pelos mais importantes jornais do Rio de Janeiro que formam um bloco de poder contra Vargas nos últimos meses em que esteve à frente do Catete, na crise política de 1953-1954.¹³⁰

Diante dessas considerações, podemos concluir que tanto a campanha da *Última Hora* quanto as denúncias da *Tribuna da Imprensa* não ganharam destaque nas páginas do *Diário de Notícias* e de *O Globo* porque em 1952 esses periódicos ainda não haviam se articulado como um *bloco de poder contra* o governo de Getúlio Vargas.

¹³⁰ Barbosa, Marialva. Op.cit. p.181.

Considerações finais

Chegamos ao final dessa jornada onde analisamos o papel político de dois periódicos que atuaram intensamente em posições opostas no cenário político nacional da década de 1950, a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa*. Os dois jornais foram criados para propagar as vozes do presidente Getúlio Vargas e de seu inimigo político, Carlos Lacerda, e portanto apresentavam uma simbiose entre jornalismo e política, ou seja, entre a transmissão da informação e a propaganda política pretendida por essas personalidades políticas que estavam por trás dos dois jornais.

Nesse sentido, focamos um momento específico: a campanha de saneamento moral de Copacabana, empreendida pela *Última Hora*, e, em contrapartida, a campanha acusatória da *Tribuna da Imprensa*, construída como contrapropaganda e baseada em denúncias de associação de Policiais do Distrito Federal à exploração da prostituição na cidade do Rio de Janeiro. O recorte proposto nos permitiu entender os mecanismos utilizados pelos dois veículos na disseminação de suas propagandas políticas.

O objetivo da campanha era aproximar-se da elite de Copacabana, acostumada a utilizar-se de periódicos locais para transmitir suas reivindicações às autoridades. Sem poder contar com essa intermediação, precisava encontrar um veículo que divulgasse suas angústias quanto à recomposição social com a redefinição dos padrões de moradia e sociabilidade do bairro. E, principalmente, chegar a soluções para suas questões junto às autoridades.

Assim, podemos afirmar que Samuel Wainer e Vargas encontraram em Copacabana o cenário perfeito para a produção de sua propaganda. O objetivo era promover a criação de laços entre o presidente, cuja imagem era associada aos trabalhadores e ao povo, com aquela elite que se encontrava desconfortável diante de uma Copacabana que eles não mais reconheciam. A construção da campanha da *Última Hora* foi feita de modo a privilegiar as famílias que se viam ofendidas, especialmente, pela vida noturna, a prostituição e os tipos boêmios que haviam *invadido* seu espaço.

Isso justifica o caráter moralista e higienista da campanha. De acordo com as matérias, Copacabana precisava de que as autoridades se dispusessem a tomar medidas de ordem moral e higiênica e por isso abusavam de palavras como moralização, revitalização, saneamento, reabilitação, limpeza. Tratava-se *de dar uma varredura no lixo da “princesinha do mar”, de remover o esterco que foi aos poucos invadindo a*

*mais linda praia.*¹³¹ Ao longo da campanha, a *Última Hora* buscava incutir em seus leitores a ideia de que Copacabana estava doente. Tratando-a como contaminada e pervertida, somente o presidente Getúlio Vargas, representado pelo chefe de polícia, Ciro de Resende, poderia provê-la com os tratamentos necessários a sua recuperação. Assim, a revitalização de Copacabana beneficiaria, além das famílias da elite praiana, a juventude e o turismo do bairro mais famoso do Rio de Janeiro.

Não cabia no contexto dessa propaganda apresentar, por exemplo, um presidente que estivesse disposto a auxiliar as mulheres que encontraram na prostituição o seu sustento. Não interessava, portanto, tratá-las como uma parcela do povo que necessitava, assim como os demais grupos sociais, da atenção das autoridades e de ações que visassem à melhoria de sua condição. Essas mulheres, marginalizadas pela sociedade, não representavam um segmento com que o presidente quisesse criar laços como os construídos com os trabalhadores; buscava, sim, construí-los com a elite de Copacabana.

Por outro lado, Carlos Lacerda soube elaborar uma contrapropaganda para a campanha de saneamento moral de Copacabana. Enquanto a *Última Hora* apresentava como representante do empenho do presidente Getúlio Vargas, no combate aos elementos causadores da degradação do bairro, como a prostituição, o chefe de polícia, Ciro de Resende, a *Tribuna da Imprensa* contra-atacava questionando a credibilidade da campanha, denunciando a participação de policiais na exploração do comércio sexual no Rio de Janeiro. Seu argumento era o seguinte: *A família, que tais catões de última hora dizem ameaçada em Copacabana, poder-se-á degradar e perverter à vontade nos quarteirões e nas casas que a Polícia reservar para essa alta finalidade do Estado. Eis a moral tartufo.*¹³² Suas palavras tinham alvo certo, a imagem do presidente Getúlio Vargas.

A contrapropaganda da *Tribuna da Imprensa* apresentava uma semelhança com a propaganda política veiculada pela *Última Hora*, por trás da campanha de saneamento moral de Copacabana: o total desinteresse quanto a sugerir e buscar soluções para a questão da prostituição. No caso de Lacerda, isso reflete o sentido estritamente acusatório e moralista de suas matérias. A possível associação de policiais e demais

¹³¹ Última Hora (03/09/1952). Biblioteca Nacional. PR – SPR 2345

¹³² Tribuna da Imprensa. Setembro de 1952. Arquivo pessoal.

autoridades ao comércio sexual figurava como um problema de ordem moral ao invés de um problema de ordem social.

Não importava ao jornal a situação das mulheres exploradas. Essa não era a imoralidade enxergada por Lacerda. Para o jornalista, imoral era aceitar que os rufiões promovessem uma campanha falsa que buscava, entre outras coisas, combater a atividade da qual eles eram os verdadeiros beneficiados. E mais imoral era o aval dado pelas autoridades àquela exploração.

Autoridades culpadas, por cumplicidade ativa ou por displicência, e por dinheiro, escondem o fato de que a “regulamentação”, localizando esse “comércio”, industrializa a imoralidade e faz do vício encoberto o vício às escancaras, do erro difícil o erro fácil, protegido e fomentado pelas autoridades.¹³³

Portanto, imoral era Getúlio Vargas, aquele que a contrapropaganda visava a atingir. Essa investida contra o presidente reflete o perfil peculiar desse jornal, mais interessado em ser o grande porta-voz da ofensiva antigetulista de Lacerda do que efetivamente um prestador de serviços através da divulgação da informação.

A análise do comportamento do *Diário de Notícias* e de *O Globo* durante a campanha de saneamento moral de Copacabana da *Última Hora* e a campanha acusatória da *Tribuna da Imprensa* mostrou que as duas campanhas não mobilizaram esses jornais. Mesmo os dois jornais sendo opositores ao governo Getúlio Vargas. Isso não significa que *O Diário de Notícias* e *O Globo*, periódicos de grande circulação na década de 1950, e livres de compromissos com projetos políticos ou lideranças políticas particulares, não tenham publicado matérias relativas às questões debatidas através das campanhas. Foi possível identificar, em alguns momentos, matérias e notas tímidas, que indicavam mais um desinteresse por aquelas questões do que uma tentativa, como a da *Tribuna da Imprensa*, de atingir o governo.

A não mobilização desses dois jornais em torno das questões das famílias de Copacabana e das denúncias da participação da polícia na prática do lenocínio na cidade do Rio de Janeiro expressa quão intensa era naquele momento a oposição entre a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa*. Entendemos, portanto, que em 1952 esses periódicos ainda não haviam se articulado como um *bloco de poder contra* o governo de Getúlio Vargas. Essa união entre os principais veículos de comunicação impressa do país

¹³³ *Tribuna da Imprensa*. Setembro de 1952. Arquivo pessoal.

constituiu-se após a afirmação da *Última Hora* como um jornal de grande circulação. Significa dizer que, como instrumento político do presidente Getúlio Vargas, sua voz e sua política estavam chegando, através da *Última Hora*, até uma parcela considerável da sociedade. Seu sucesso editorial deu início a uma nova campanha de caráter político, dessa vez empreendida pelos periódicos de oposição ao governo de Getúlio Vargas e mais agressiva. Sua primeira ofensiva foi, justamente contra a *Última Hora*, de Samuel Wainer, periódico que *nasceu* do incentivo de Getúlio Vargas.

Ao dar a Samuel Wainer as condições para desequilibrar inteiramente o jogo de forças do mercado jornalístico, o presidente fornecera também aos seus adversários um alvo através do qual poderiam (e tentariam) atingi-lo. Se, com a *Última Hora*, Vargas pretendia romper o cerco de grande parte da imprensa contra seu governo e estabelecer um novo canal de comunicação, ou propaganda, com as massas, os demais jornais perceberam em toda a sua dimensão a dupla ameaça que a intervenção significava. Com a criação do “seu” jornal, o “ex-ditador” os atingia tanto como veículos quanto como opositores. A resposta da grande imprensa foi fulminante. Assim que pode assenhorar-se de suas evidências, assestou todas as barreiras contra o incômodo concorrente no intuito de aniquilá-lo e, através dele, atingir o governo.¹³⁴

A partir do caso *Última Hora*, a oposição a Vargas foi tornando-se mais acalorada e feroz. Após o atentado a Carlos Lacerda, que acarretou na morte do major Rubens Vaz, na Rua Toneleros, localizada em Copacabana, a crise política do governo agravou-se, culminando em 24 de agosto de 1954 no suicídio do presidente. É inegável, assim, o peso da imprensa como instrumento político capaz de interferir no cenário político e na sociedade.

Buscamos, portanto, entender ainda o significado dessa disputa entre a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa*. Para Marialva Barbosa

Esse embate deve ser entendido como ação de forças concorrentes pela formulação ou conservação de uma dada visão do mundo social. (...) A lógica discursiva – envolvendo críticas, confrontos e campanhas entre jornais – é determinada pela necessidade de os veículos afirmarem concepções e legitimarem a identidade construída, na qual se sobressai a imagem de formador de opiniões. Concorrem, pois, pelo papel de divulgador, estruturador e centralizador de visões de mundo da sociedade. Dessa forma, mesmo em confronto, estão situados em campos idênticos. O que sobressai é o jogo retórico e teatral das diferenças e oposições, para exercer o monopólio da

¹³⁴ Abreu, Alzira Alves de e Latman-Weltman, Fernando. Op. cit. p.29.

enunciação legítima, na qual está embutida a afirmação de um ponto de vista particular para o restante da sociedade, elaborando dessa forma, representação igualmente tida como legítima.¹³⁵

As ações e os embates desses instrumentos políticos pautavam-se, muitas vezes, no campo da propaganda política, na qual o objetivo central é influenciar seu público-alvo de forma a atingir sua opinião e sua conduta. Transformando-as, por fim, em opinião e conduta que estejam de acordo com o que se determinava a partir da propaganda. Portanto, a *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa* concorriam pela influência na opinião pública. Entendiam sua força e seu poder de mudar os rumos do processo histórico, não porque a opinião pública fizesse a política, mas porque, parafraseando Alain Girard, *nenhuma política pode ser feita nem contra, nem sem ela*.¹³⁶

Finalmente, consideramos que esse trabalho contribuiu para o estudo do papel da imprensa como instrumento político capaz intervir no cenário político. Os trabalhos sobre o período geralmente se atêm ao momento em que a crise se intensificou. O presente trabalho pretendeu analisar as estratégias de propaganda adotadas pela *Última Hora* e a *Tribuna da Imprensa* antes da crise que mobilizava questões de interesse nacional, como por exemplo, as greves de 1953, a elevação dos salários dos operários, no início de 1954. O foco da análise foi campanha de saneamento moral de Copacabana. Ou seja, uma questão que interessava mais às famílias da elite balneária insatisfeitas com as transformações físicas e sociais, sofridas ao longo dos anos, pelo bairro, do que ao resto do país.

¹³⁵ Barbosa, Marialva. Op. cit. p.183.

¹³⁶ Becker, Jean-Jacques. Op. cit. p.203.

Bibliografia e Fontes

Fontes documentais

Periódicos

Beira-Mar – Acervo Biblioteca Nacional

Diário de Notícias – Acervo Biblioteca Nacional

O Copacabana – Acervo Biblioteca Nacional

O Globo – Acervo Biblioteca Nacional

Tribuna da Imprensa – Arquivo Pessoal

Última Hora – Acervo da Biblioteca Nacional

Documentos textuais

Fundo Getúlio Vargas - CPDOC

Fundo Luís Vergara - CPDOC

Documentos iconográficos

Imagens de Copacabana – Acervo Biblioteca Nacional e Museu da Imagem e do Som

Referências bibliográficas

ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2003.

ABREU, Alzira Alves (org.). *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

_____. Revisitando os anos 50 através da imprensa. In: *O moderno em questão: a década de 1950 no Brasil*. BOTELHO, André; BASTOS, Elide Rugai e VILLAS-BOAS, Gláucia (organizadores). Rio de Janeiro: Topbooks, 2008. p. 211-235

_____ e LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Fechando o cerco: a imprensa e a crise de agosto de 1954 In: *Vargas e a crise dos anos 50*. Ângela de Castro (organizadora). Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

ARAÚJO, Rejane. Departamento de Imprensa e Propaganda. In: ABREU, Alzira Alves de (cord.)... [et al.]. *Dicionário histórico-bibliográfico brasileiro pós-30*. Rio de Janeiro: Editora FGV; CPDOC, 2001. p.1830-1833.

- BAHIA, Juarez. *Jornal: história e técnica*. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1990.
- Barbosa, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900/2000*. Rio de Janeiro: Muad X, 2007.
- BECKER, Jean-Jacques. A opinião pública. In: Remond, René (org.) *Por uma história política*. Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2003. p. 185-211.
- BERGER, Eneida. *História dos subúrbios: Copacabana*. Rio de Janeiro: Departamento de História e Documentação da Prefeitura do Distrito Federal, 1959.
- CALICCHIO, Vera. Movimento queremista. In: ABREU, Alzira Alves de (cord.)... [et al.]. *Dicionário histórico-bibliográfico brasileiro pós-30*. Rio de Janeiro: Editora FGV; CPDOC, 2001. p.3985-3987.
- CARDOSO, Elizabeth Dezouart (org.) *Copacabana: História dos bairros*. Rio de Janeiro: João Fortes Engenharia – Editora Index, 1986.
- CODATO, Adriano Nervo; GUANDALINI JR., Walter. Os autores e suas idéias: um estudo sobre a elite intelectual e o discurso político do Estado Novo. *Revista de Estudos Históricos*, Rio de Janeiro - RJ, v. 32, p. 145-164, 2003.
- DAMAZIO, Sylvia F. *Retrato Social do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: ed. UERJ , 1996.
- DOMENACH, Jean-Marie. *A propaganda política*. Disponível em: <www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>. Data de acesso: 01/07/2010.
- DONADIO BAPTISTA, Paulo Francisco. *Rumo à praia – Théo-Filho, Beira-Mar e a vida balneária no Rio de Janeiro dos Anos 1920 e 30*. Rio de Janeiro:UFRJ-PPGHIS, 2007.
- ELIAS, Norbert e Scotson, John L.. *Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- FERREIRA, Marieta de Moraes. Diário de Notícias. In: ABREU, Alzira Alves de (cord.)... [et al.]. *Dicionário histórico-bibliográfico brasileiro pós-30*. Rio de Janeiro: Editora FGV; CPDOC, 2001. p.1848-1852.
- HERMES, Maria Helena da Fonseca. O antigo Hotel Balneário Sete de Setembro: Arquitetura eclética de tendência clássica. In: III Encontro de História da Arte. História da Arte e instituições culturais – perspectivas em debate. Campinas, 2007. p.306-316. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/chaa/eha/atas/2007/HERMES,%20Maria%20Helena%20da%20Fonseca.pdf>>

- LABORIE, Pierre. Memória e opinião. In: AZEVEDO, Cecília... [et. al.]. *Cultura, política e historiografia*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009. p. 79-97.
- LACERDA, Carlos. *Carlos Lacerda. Depoimento*; prefácio de Ruy Mesquita; organização de textos, notas e seleção de documentos de Cláudio Lacerda de Paiva. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Imprensa carioca nos anos 50: os anos dourados. In: Alzira Alves de Abreu (org.)... [et al.], *A imprensa em transição*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1996.
- LAURENZA, Ana Maria de Abreu. *Lacerda X Wainer: o Corvo e o Bessarabiano*. São Paulo: Editora SENAC, 1998.
- LEAL, Carlos Eduardo e Montalvão, Sérgio. O Globo In: ABREU, Alzira Alves de (cord.)... [et al.]. *Dicionário histórico-bibliográfico brasileiro pós-30*. Rio de Janeiro: Editora FGV; CPDOC, 2001. p. 2540-2548.
- LEITE, Juçara Luzia. *República do Mangue: Controle Policial e Prostituição no Rio de Janeiro (1954 a 1974)*. 1993. 166f. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal Fluminense. Niterói, 1993.
- LIMA BARRETO, Afonso Henrique. O Jardim Botânico e as suas palmeiras. Tudo, 26/06/1919. In: VALENÇA, Raquel. *Toda Crônica: Lima Barreto*. Rio de Janeiro: Agir, 2004. 2v. p.527-528.
- _____. O prefeito e o povo. Careta, 15/01/1921. In: VALENÇA, Raquel. *Toda Crônica: Lima Barreto*. Rio de Janeiro: Agir, 2004. P.294-296.
- MATOS, Maria Izilda Santos de. *Dolores Duran: experiências boêmias em Copacabana nos anos 50*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- MESQUITA, Cláudia. *De Copacabana à Boca do Mato: o Rio de Janeiro de Sérgio Porto e Stanislaw Ponte Preta*. Rio de Janeiro: Edições Cada de Rui Barbosa, 2008.
- MOTTA, Marly Silva. O “Hércules da prefeitura” e o “demolidor do Castelo”: o Executivo municipal como gestor da política urbana da cidade do Rio de Janeiro. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi. (Org.). *Cidade: história e desafios*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- _____. *Rio, cidade-capital*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.
- O'DONNELL, Julia Galli. *Um Rio Atlântico: culturas urbanas e estilos de vida na invenção de Copacabana*. Rio de Janeiro: UFRJ/Museu Nacional, 2011.

PECHMAN, Sérgio; FRITSCH, Lílian. A reforma urbana e seu avesso: Algumas considerações a propósito da modernização do Distrito Federal na virada do século. *Revista Brasileira de História*, v.5, nº8/9, p. 139-195, set. 1984/abr. 1985.

PERROT, Michelle. *História da vida privada, 4: Da Revolução Francesa à Primeira Guerra*. São Paulo, Companhia das Letras, 1991.

SANTOS, Raquel França. *Antônio Maria: Visões sobre o cotidiano do Rio de Janeiro na década de 1950*. 2003. Dissertação (Mestrado em História). Rio de Janeiro: PUC, Departamento de História, 2003.

SIQUEIRA, Carla Vieira. Sensacionalismo e retórica política em Última Hora, O Dia e Luta Democrática no segundo governo Vargas (1951-1954) In: *História e imprensa: representações culturais e práticas de poder*. NEVES, Lúcia Maria Bastos P.; MOREL, Marco e FERREIRA, Tânia Maria Bessone da C. (organizadores). Rio de Janeiro: DP&A:FAPERJ, 2006.

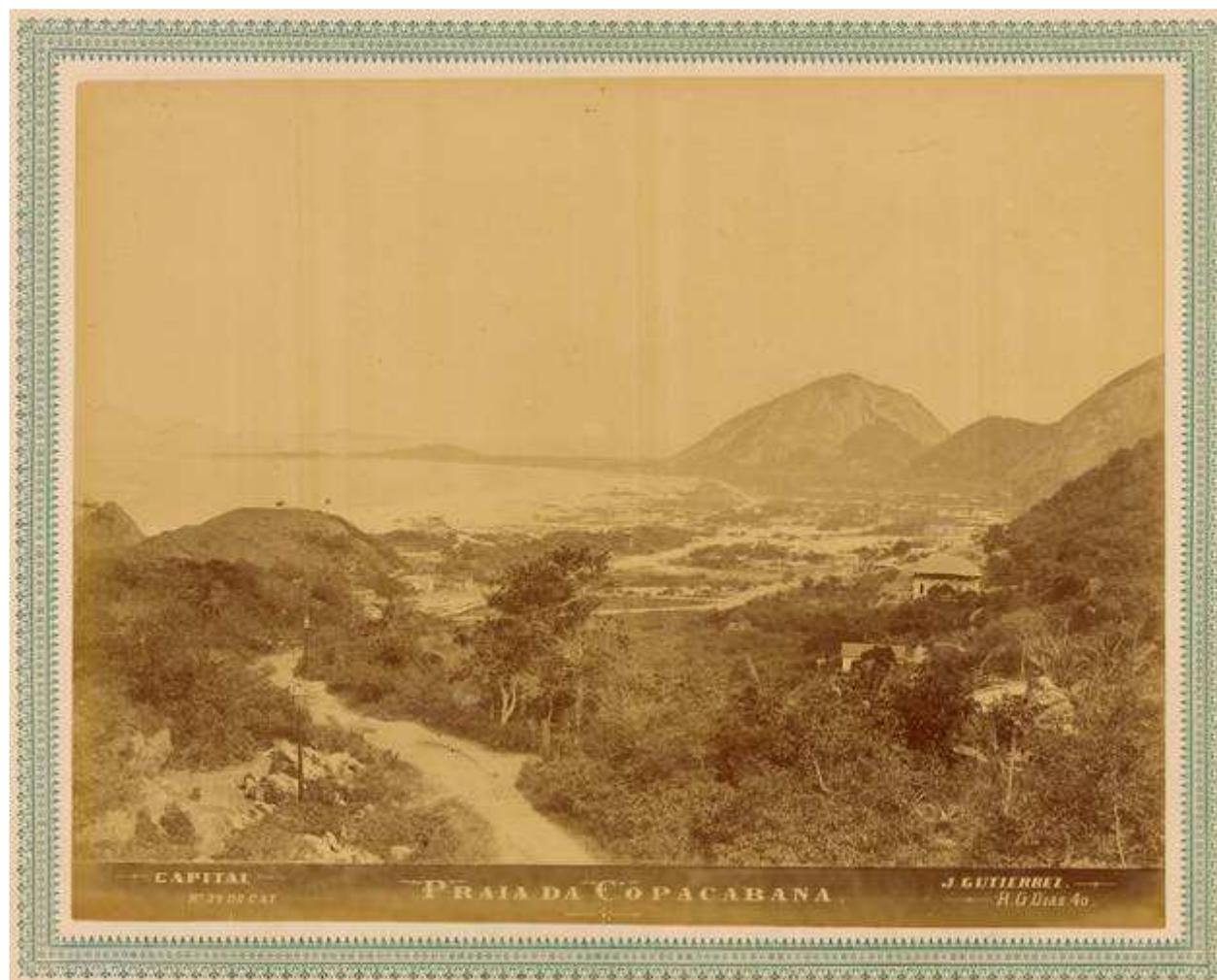
_____. “Sexo, crime e sindicato”: Sensacionalismo e populismo nos jornais Última Hora, O Dia e Luta Democrática durante o segundo governo Vargas (1951-1954). 2002. 202f. Tese (Doutorado em História Social da Cultura). Puc, Rio de Janeiro, 2002.

VELASQUES, Muza Clara Chaves. *A Lapa boêmia: um estudo da identidade carioca*. 1994. Dissertação (Mestrado em História Social). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1994.

WAINER, Samuel. *Minha razão de viver*. São Paulo: Editora Planeta, 2005.

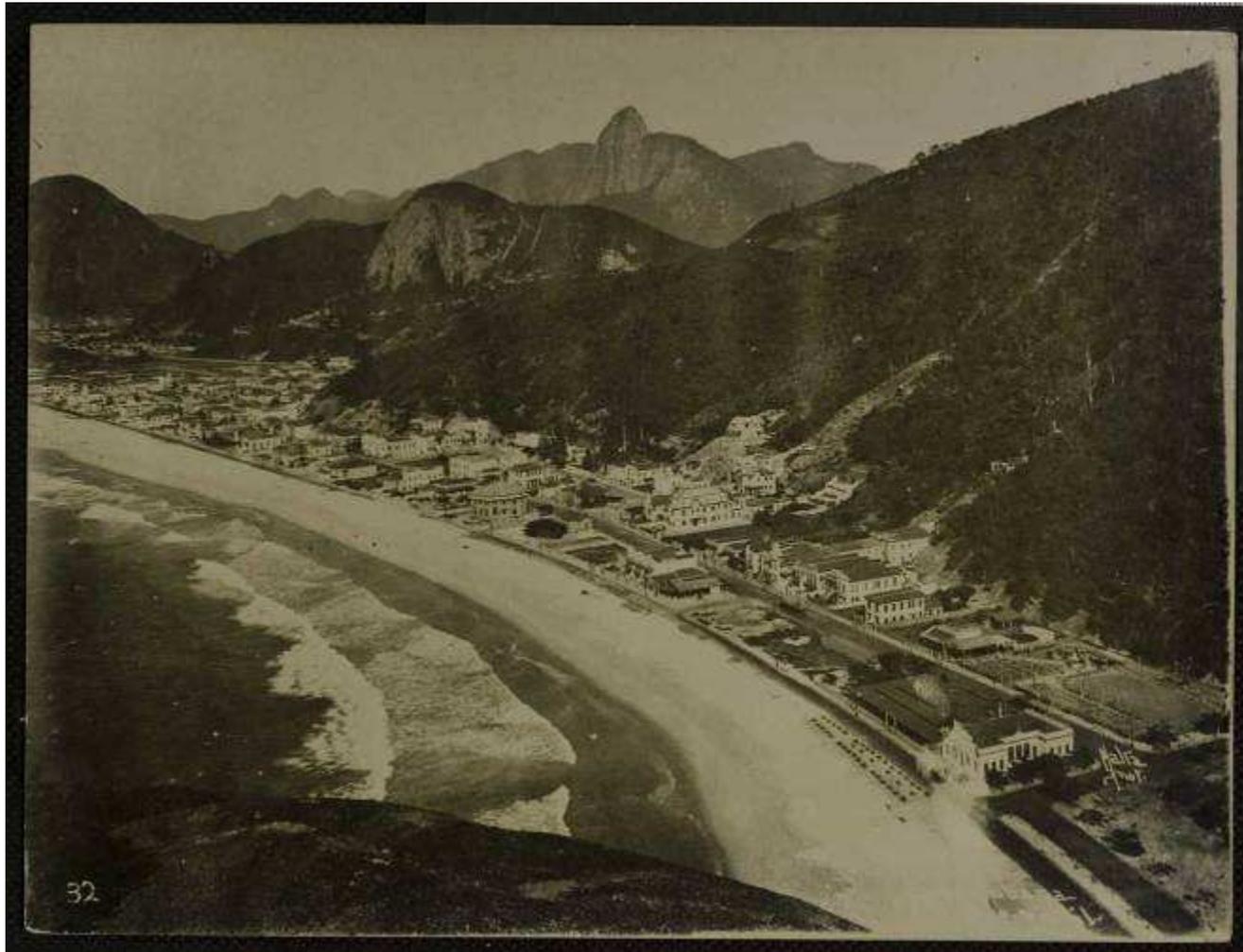
_____. *Samuel Wainer I (depoimento, 1996)*. Rio de Janeiro, CPDOC/ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA (ABI), 2010.

ANEXO 1



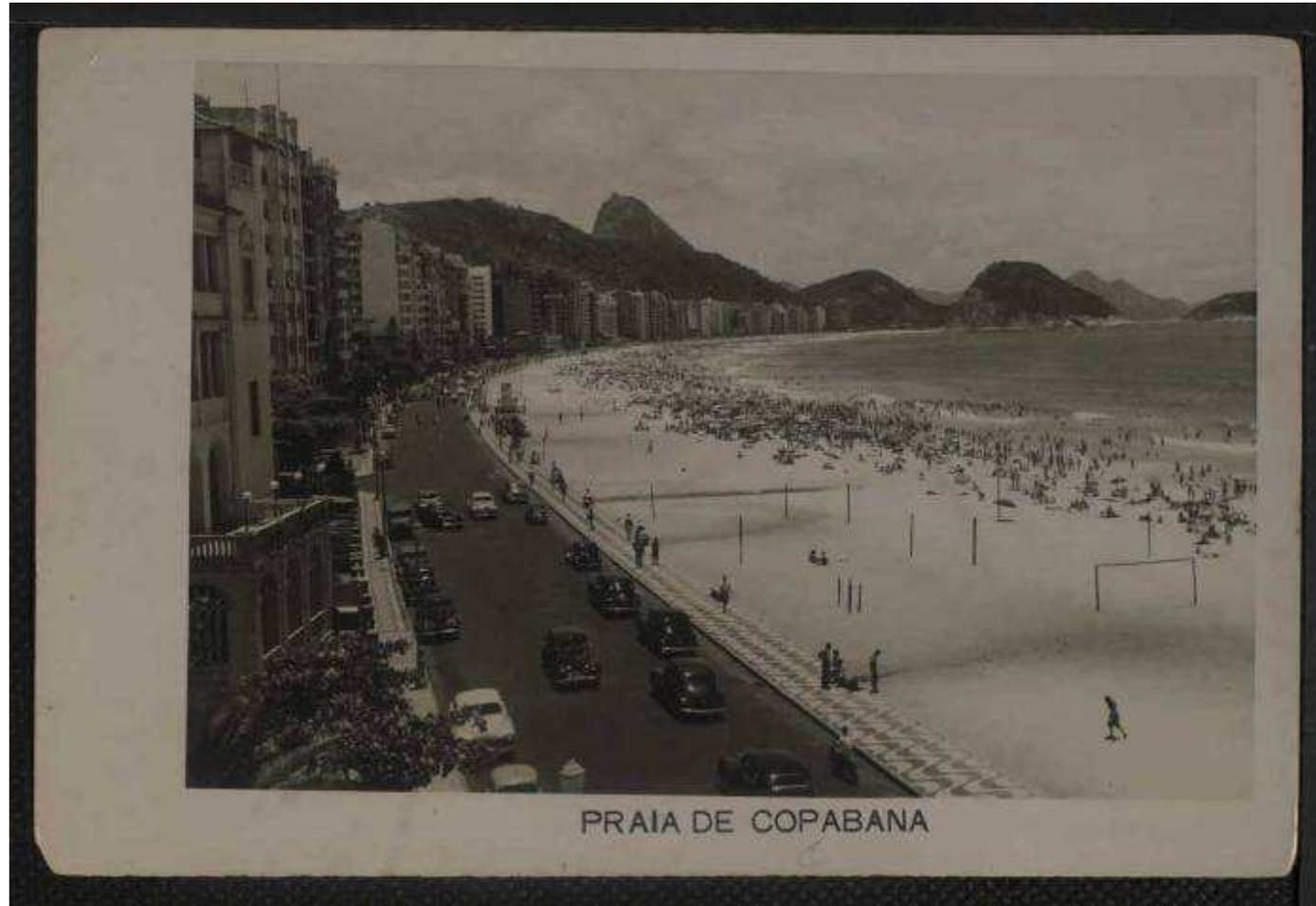
Fonte: Obras Raras – Acervo Biblioteca Nacional

ANEXO 2



Fonte: Coleção Augusto Malta – Museu da Imagem e do Som

ANEXO 3



Fonte: Coleção Guilherme Santos – Museu da Imagem e do Som

ANEXO 4

ANO IV
N.º 833
SABADO-DOMINGO
20-21 DE SETEMBRO DE 1952

TRIBUNA
UM JORNAL QUE DIZ O QUE PENSA POR

DEFENDA O SEU JORNAL

**Policiais sem resposta
rasgam os cartazes
que anunciavam seu crime**



ONTEM, às 15 horas, na avenida Almirante Barroso, foram fotografados estes elementos da Polícia quando rasgavam, em grupo, cartazes que anunciam a documentação que a TRIBUNA DA IMPRENSA está divulgando sobre a participação de elementos de cinco repartições da Polícia na exploração do lenocínio. Na primeira foto, acima, vemos três desses elementos começando a rasgação, única resposta que puderam dar às provas documentais aqui estampadas

ANEXO 5

NUM esforço para evitar que a opinião pública tome conhecimento de seus crimes, elementos envolvidos na exploração do lenocínio tentam impedir que o povo tome conhecimento dos documentos aqui publicados. Ei-los rasgando cartazes na avenida Almirante Barroso



NA calçada, rasgados, os cartazes da TRIBUNA DA IMPRENSA. Eis, até agora, a única defesa que os culpados puderam oferecer: a tentativa de impôr silêncio, eliminando os recursos legítimos pelos quais o jornal anuncia a divulgação de provas da conivência de elementos da Polícia com o comércio infame. É preciso, pois, que os leitores defendam o seu jornal. Como? Propagando-o. A melhor resposta a essa tentativa de intimidação, que atenta contra os direitos do leitor, consiste em dar, cada amigo da TRIBUNA DA IMPRENSA, mais um leitor entre os seus amigos. Faça, prezado leitor, sem outro prêmio, senão o de estimular a propagação da verdade e a defesa da verdade e da justiça, "a campanha do mais um". Dê-nos, segunda-feira, mais um leitor para cada leitor que já temos — e não haverá campanha terrorista que nos possa vencer