

A TRAJETÓRIA DA REVISTA BRASILEIRA *SELEÇÕES DO READER'S DIGEST (1942-1970)*

Mary Anne Junqueira

RESUMO

Este artigo pretende traçar a trajetória da revista *Seleções do Reader's Digest* no Brasil, bem como o percurso inicial da matriz norte-americana *The Reader's Digest*. Com grande sucesso de público tanto nos Estados Unidos como em outros países, a revista é considerada um dos maiores negócios de mídia impressa de todos os tempos. No entanto, essa mesma revista que alcançou tantos leitores, desaparece nos anos 70, num contexto de mudanças políticas, sociais e culturais.

Este artigo faz parte de um trabalho de pesquisa mais amplo que se refere à trajetória da revista *Seleções do Reader's Digest* no Brasil. Esta revista aparece no Brasil em 1942, período da Segunda Guerra Mundial, quando os Estados Unidos haviam estabelecido com relação à América Latina a política da Boa Vizinhança. Na época havia o temor norte-americano de que países com colônias alemãs, como Brasil, Argentina e Chile, fossem mais sensíveis aos apelos nazistas e que sendo assim os alemães pudessem penetrar de forma mais concreta nestes países, dados os cantatas das

colônias dos três países citados com a Alemanha (Prado, 1995).

Um dos órgãos da política da Boa Vizinhança era o aCIAA *Office of The Coordinator of Inner-American Affairs*, com um escritório no Rio de Janeiro e presidido por Nelson Rockefeller, homem bastante interessado e informado sobre a América Latina, dados os seus negócios na região, principalmente os interesses da Standard Oil na Venezuela. a aCIAA de Nelson Rockefeller era vinculado diretamente ao Departamento de Estado norte-americano (Moura: 1993), que procurava alinhar o hemisfério Ocidental aos Estados Unidos, na corrida contra a Alemanha. Este órgão promovia intercâmbio nas áreas técnico-científica e cultural. Financiava a ida de cantores, escritores, intelectuais latino-americanos para os Estados Unidos e vice-versa. Foi neste contexto que Nelson Rockefeller solicitou para que o *Reader's Digest* lançasse uma edição em língua portuguesa, pois em 1940 o *Digest* norte-americano havia lançado uma edição da revista voltada para a América latina de língua espanhola, experiência que tinha sido Um grande sucesso de vendas.

No entanto, antes de entrarmos na trajetória da revista brasileira propriamente dita, precisamos identificar primeiro que tipo de revista era o *Reader's Digest* norte-americano? O primeiro exemplar *The Reader's Digest* nasceu nos Estados Unidos em fevereiro de 1922. Era uma revista elaborada de maneira bastante peculiar, já que era produzida a partir de artigos já publicados por outros jornais e revistas norte-americanos, como *Sturdsy Evening Post*, *National Geographic*, *North American Review*, *Scribner's*, *Time*, *Life*, *The New Yorker*, *Cosmopolitan*, etc. Além disso, a revista era construída a partir somente de texto, numa época em que a revista *Life* e outras já trabalhavam amplamente com fotografia.

A revista foi fundada pelo casal Roy William DeWitt Wallace e Lila Acheson Wallace. Os dois haviam nascido nos estados do Oeste dos Estados Unidos no final do século passado e eram filhos de pastores protestante (Heidenry: 1993). O casal procurou tornar evidente esta origem nos vários anos de sucesso da revista: veicularam inúmeros artigos sobre o mitológico Oeste norte-americano e sobre assuntos religiosos, enfatizando o protestantismo de linhagem presbiteriana em vários artigos tanto nos Estados Unidos como nas suas versões internacionais. O projeto do *Digest* consistia em selecionar temas que Wallace considerava de interesse universal. Segundo o idealizador da revista, o corte de até um quarto do artigo original manteria a idéia central,

desprezando frases e palavras pouco importantes. Esta seleção baseava-se unicamente em critérios pessoais. Quer dizer: o universal do *Digest* era na verdade o que era universal para Wallace.

Sérgio Paulo Rouariet ao caracterizar a arquitetura pós-moderna afirma que esta é populista: ela "se identifica com a cultura de massas e está mais próxima do *Reader's Digest* e de Irving Wallace que de James Joyce" (Rouanet, 1987, p 252). Este autor utiliza a forma como é construída a revista para caracterizar uma das tendências da pós modernidade. Os editores da revista ao selecionar e condensar artigos de diferentes editarias, apresentavam como resultado a forma distinta e única do *Reader's Digest*, que em nada lembrava as revistas das quais eram extraídos os artigos originais.

Segundo o fundador da revista, o *Digest* fazia para o leitor aquilo que ele não tinha tempo para fazer: selecionar e resumir as matérias mais importantes, em meio à massa de informações do mundo moderno. Mas fazia isso com uma virtude a mais: selecionava apenas aquilo que julgava ser de interesse permanente. Talvez por esse motivo, a revista tenha sido pensada para ser publicada em forma de livro (enquanto guardam-se livros, descartam-se revistas e jornais).

O trabalho de seleção e condensação dos artigos era metódico. Inicialmente era feito

A Trajetória da Revista Brasileira Seleções do Reader's Digest (1942-1970)

inteiramente por DeWitt Wallace. Depois, com o sucesso do *Digest*, foram contratadas pessoas que faziam esse trabalho, sempre orientados de perto por Wallace. Dessa forma, os escritórios do *Digest* pareciam-se mais com um laboratório de leitura - e não com uma editoria comum de jornal ou revista, onde os repórteres e jornalistas produzem as matérias. *Seleções* define o trabalho das pessoas que trabalhavam com a leitura e corte de matérias:

Na inutilidade desse grupo de hábeis profissionais é cortar o que é adventício e de menor valor e podar o restante, visando esteticamente ao aspecto e à forma. É claro que em primeiro lugar vem a leitura. Cada um desses profissionais lê regular e atentamente de capa a capa os 10 a 15 periódicos que lhe são atribuídos. Outros elementos da nossa equipe vistoriam publicações adicionais. Isso significa que cerca de 200 títulos - diários, semanários e mensários - são examinados intensamente e cerca de 900 outros são lidos menos minuciosamente. O resultado é que muitas centenas de revistas e jornais são minerados à procura das pedras preciosas que apareçam num número do Digest. Cada nova coisa que encontramos é em seu benefício: se você é um leitor médio, precisaria de 8 horas por dia durante 21 meses para cobrir o mesmo material." Seleções, out/68, p 33).

O resultado do trabalho acima eram artigos dirigidos para um público médio, onde o leitor não tinha a menor dificuldade na leitura. A revista também organizava os artigos numa sequência a fim de levar o público a

ler toda a revista, evitando que o leitor pulasse ou alternasse seções. Na verdade a sequência era feita para que o assunto de um artigo pudesse encaminhar a outro. Reconstruídos de maneira clara e simples, utilizando frases curtas e um vocabulário limitado, os artigos publicados pelo *The Reader's Digest* e suas versões internacionais eram lidos com prazer por um grande público em vários países. Veja quais eram os critérios utilizados para a seleção de cada artigo.

- "1) - É digno de ser seguido?
- 2) - É aplicável aos interesses da maioria?
- 3) - É de interesse permanente?" *Seleções*, out/68, p 33).

No item 1, onde se questiona se a matéria a ser selecionada era digna de ser seguida, aponta-se para a ideia do *Digest* funcionar como modelo, ensinando como agir. Portanto, na concepção da revista existiam "ações exemplares", dignas de ser seguidas por "indivíduos exemplares" outras atitudes que deveriam ser rechaçadas. No item 2, é possível perceber que o *Digest* posicionava-se como porta-voz não só da maioria norte-americana - o que por si só já seria bastante significativo - mas se posicionava como porta-voz dos interesses da maioria em todos os países em que era publicada. E, finalmente, o item 3, onde a pergunta é se a matéria era de interesse permanente, indica que o *Digest*, utilizando critérios absolutamente próprios, selecionava o

que considerava temas de interesse universal.

Dada a amplitude de informações do mundo moderno, a quantidade de informação diária é tal que, existe a necessidade de resumo e simplificação. A revista propunha-se a fazer este trabalho economizando o tempo do leitor. No entanto, selecionava os artigos baseados em critérios anteriores. Resumia-os, retirando empecilhos e dificuldades, utilizando um vocabulário restrito e conhecido. O resultado era um texto enxuto, no qual o leitor não encontrava qualquer tipo de dificuldade: fossem nos aspectos formais da língua fossem nos aspectos ligados à compreensão. Com a seleção de artigos e posterior circulação a revista expressava uma certa visão de mundo. Interpretação esta que colocava os Estados Unidos em posição centralizadora e dominante no planeta.

O formato único da publicação falava diretamente para o público leitor de forma simpática e agradável. Trazia uma gama considerável de assuntos, com o objetivo de atingir um público amplo: artigos de auto-ajuda, piadas, brincadeiras, ditados e seções famosas como "Piadas de Caserna" e "O Meu Tipo Inesquecível"; fizeram do *Reader's Digest* a revista mais lida dos Estados Unidos. Trazia sempre nas páginas iniciais as novas descobertas médicas, evidenciando a engenhosidade do responsável pelo achado. Celebrava os capitães de indústria (principalmente os que vinham das camadas desprovidas da

sociedade, como a classe média baixa), os grandes inventores, os países dirigidos por "grandes governos" (em geral os conservadores) e opunha-se às reformas sociais e às reivindicações trabalhistas. Desta maneira, os textos do *Digest* podem ser considerados narrativas da Ordem, legitimavam o poder e as divisões estabelecidas na sociedade. Embora essas características não sejam exclusivas do *Digest* (A revista *O Cruzeiro*, por exemplo, em alguns períodos, navegava nas mesmas águas), na revista norte-americana a questão da Ordem aparece de forma marcante. As únicas mudanças legítimas eram as que ocorriam no âmbito do indivíduo. Dessa forma eram estimulados o trabalho e o indivíduo de caráter empreendedor. O homem que conseguisse, através do seu esforço pessoal e conduta moral alcançar os extratos mais ricos da sociedade, comprovava a sua habilidade e recebia os louros decorrentes do seu esforço. Em contrapartida, os outros indivíduos que não conseguiam tal projeção, confirmavam a sua inaptidão. No conjunto, os textos apresentavam o modelo norte-americano como ideal, mostravam os Estados Unidos como uma sociedade onde a América \VAS P (white, anglo-saxon, protestant) era considerada como grupo superior aos demais (Baylon, 1988). De \Vitt \Wallace acreditava na simplicidade, individualidade, boa fé e patriotismo. Por isso procurava veicular temas tradicionais norte-americanos: como a conquista do

A Trajetória da Revista Brasileira Seleções do Reader's Digest (1942-1970)

Oeste e seus personagens lendários: Daniel Boone, David Crocket e Buffalo Bill. Wallace viveu na adolescência os últimos momentos da "América Inocente", a idéia de fronteira (um dos temas que é objeto de debate na História dos Estados Unidos) havia desaparecido (Heidenry, 1993, p 64). Em 1911 o país possuía menos de 100 milhões de habitantes, sendo que a metade morava em fazendas. Assim o *Digest* norte-americano refletia um certo sentimento nostálgico e o esforço de DeWitt Wallace ao longo da vida para preservar e reinventar esta América pretensamente simples e inocente. Entre os anos 20 e 30, o *Digest* ganhou as zonas rurais norte-americanas do país, ocupando um espaço que as outras revistas com grande tiragem não alcançavam, já que se dirigiam aos leitores das grandes cidades.

Além dos temas já mencionados, a revista tratou e opinou sobre vários aspectos políticos do seu tempo, tanto os assuntos internos norte-americanos, quanto os relacionados com a política externa. Embora a posição do *Digest* fosse em geral conservadora, é importante salientar que a revista evitava expor apenas um lado do debate. A justificativa era que, como revista democrática, deveria dar espaço para as várias posições existentes. No entanto, prevalecia em quantidade (numa razão de quatro para um) os artigos que refletiam a posição conservadora de Wallace. Este

contenô mascarava a idéia de imparcialidade do *Digest* (Heidenry, 1993, p. 15-50). A única exceção ficou por conta do comunismo que a revista procurou combater desde o início. Durante e após a Segunda Guerra Mundial *The Reader's Digest* foi lançada em vários outros países (Inglaterra, Suécia, França, Bélgica, Alemanha, Turquia, China e Japão), transformando a revista num verdadeiro império das comunicações e DeWitt Wallace num dos homens mais ricos dos Estados Unidos. Além da revista, Wallace passou a comercializar o seu *mailing list*, considerado um dos mais completos da época, já que incluía assinantes de vários países. Consta que o *mailing list* de DeWitt Wallace só perdia para o da *Sears Roebuck*.

Cabe agora voltar à versão brasileira do *Digest*, *Seleções do Reader's Digest*. Podemos deduzir que o fato da revista ter tido uma ampla aceitação no Brasil, nos remete para a idéia de que temas norte-americanos já estavam circulando no país. Em outras palavras já havia uma certa "americanização" na cultura brasileira. Desde os anos 20 deste século com a presença da filmografia norte-americana no Brasil o cinema de Hollywood e o *american way of life* já eram relacionados à modernidade e ao progresso (Pinto, 1998). Nos anos 30 era possível perceber a presença de símbolos, mitos e estrelas do cinema norte-americano decodificados e incorporados à cultura brasileira.

Principalmente a revista de maior circulação no país, *O Cruzeiro*, investiu fortemente em matérias e opiniões sobre o mundo do cinema, anunciou produtos relacionados às musas de Hollywood e veiculou valores e comportamentos baseados nos temas tratados pelos filmes. As várias páginas da revista brasileira dedicadas aos astros, valores e formas de comportamento de Hollywood pela *O Cruzeiro* - e em outras mídias como revistas especializadas, jornais e o rádio, por exemplo - permite perceber que o cinema norte-americano inseriu-se no Brasil como referência cultural determinante desde então (Gonçalves, 1996).

Durante a Segunda Guerra Mundial, com a entrada de *Seleções* no Brasil, percebe-se que começava a circular de forma mais intensa dados, formas estéticas e informações não só no Brasil, mas em vários países do Ocidente, através dos meios de comunicação de massa. No pós-guerra marcas comerciais, símbolos e imagens passaram a ser partilhadas em escala quase planetárias, criando uma espécie de memória internacional, que interessava principalmente a anunciantes em geral (Ortiz, 1994). Só a internacionalização da cultura e a penetração de temas norte-americanos na sociedade brasileira explica o enorme sucesso com que *Seleções* foi recebida no Brasil. O primeiro exemplar da revista saiu no Brasil em 1942 como já foi dito. Já na primeira edição foram vendidos 150 mil exemplares número impressionante

para época, mais tarde alcançou 300 mil exemplares. Foi um sucesso de público e muitos dos leitores brasileiros lembram-se da revista e dos seus artigos, nomes das seções e, mais que isso, lembram-se com nostalgia da época em que liam a revista. Perguntar sobre *Seleções* para estes leitores, é como tocar na corda da memória ou até da melancolia. *Seleções*, hoje, faz lembrar a atmosfera de um período que pertence à lembrança destes leitores.

Em 1942, a versão brasileira *Seleções do Reader's Digest* era produzida nos Estados em New York. Consistia basicamente da seleção de artigos na revista norte norte-americana, traduzida para o português. No entanto, é preciso lembrar que a revista tomava alguns cuidados quando entrava em países de religião católica: artigos que tratavam de controle da natalidade (tema caro ao *Digest* desde os anos 20) e aborto eram evitados pela revista, com o intuito de não ferir sensibilidade e assim conseguir sensibilizar o seu público alvo, a classe média.

No decorrer dos anos 40 a revista foi se firmando e ganhando adesão cada vez mais acentuada dos leitores. Neste período a revista inseria-se num meio cultural ainda mais amplo (Sarlo, 1985), já povoados pelo cinema de Hollywood, revistas, jornais e histórias em quadrinho que tratavam de temas semelhantes, onde já estavam decodificados o *american way of life*.

A Trajetória da Revista Brasileira Seleções do Reader's Digest (1942-1970)

Em 1951 a revista instalava um escritório no Rio de Janeiro, mais precisamente na Praça Pio X, na Candelária. Nesta época a revista solicitou ao IBOPE uma pesquisa, onde ela aparecia como a segunda publicação na preferência dos brasileiros (o primeiro lugar ficava com o *O Cruzeiro*). Ainda assim, quando o Ibope perguntava qual a publicação mais confiável do período, a revista *Scleçõcs* ganhava com boa distância de *O Cruzeiro*. A revista conseguia se posicionar de forma impressionante no meio cultural brasileiro.

As cidades do Brasil nos anos 40 e 50 inchavam - havia uma migração interna cada vez mais acentuada. Principalmente nos anos 50 percebe-se a criação de um mercado de consumo no Brasil (Figueiredo, 1998). Portanto, pessoas que estavam fora da esfera do mercado começam a subir alguns degraus na escala social. Também conforme as pesquisas do IBOPE da época, a revista tinha penetração nas classes A, B e C, atingindo uma população bastante razoável para o Brasil da época. Nos anos 50 a revista conseguia uma tiragem por volta de 600 mil exemplares, número bastante expressivo para aquele momento.

Naquele contexto a revista *Scleçõcs* tornava-se a revista da família. Ali tanto o homem como a mulher podiam se informar sobre tudo o que acontecia no mundo. As últimas

novidades na área da tecnologia e a trajetória de grandes homens. Além disso a revista desde o início anunciava as últimas inovações do pós-guerra que iriam "viabilizar" a vida da dona-de-casa: geladeiras, liquidificadores, aspiradores de pó, quase todos de procedência norte-americana faria a felicidade da mulher moderna. Sobrando mais tempo para o lazer ou outras atividades.

Não é sem motivo que nos sebos da cidade de São Paulo, Curitiba, Brasília, Rio de Janeiro encontram-se inúmeros exemplares da revista. E até hoje é possível encontrar no interior do Brasil pessoas que possuem a coleção completa cuidadosamente encadeadas. Percebe-se que as pessoas liam e guardavam a revista. Sem dúvida, *Scleçõcs* foi uma importante referência cultural para o público leitor daquele período dos anos 50 e início dos anos 60.

No entanto, a partir de 1965, a revista brasileira e todas as outras versões internacionais do *Digest* começavam a decair no gosto do público. Algumas desaparecem completamente, outras perderam consideravelmente o seu público leitor. Em 1970, os escritórios da revista mudaram-se do Rio de Janeiro para Portugal. Nesta mesma década, *Scleçõcs* praticamente desaparecia. Em 1997, a revista tentou entrar novamente no Brasil: ofereceu promoções e promoveu concursos. Mas acredito que o tempo da revista

passou. Embora ela tenha mudado consideravelmente a sua construção, isso não permitiu que ele ganhasse o público brasileiro. A revista agora é produzida por jornalistas e repórteres e perdeu as características iniciais de reproduzir artigos já editados por outros jornais e revistas.

Nos anos 60, com a popularização da televisão no Brasil, não só *Seleções*, mas tantas outras publicações do período, como a própria *O Cruzeiro*, desapareceram. O público leitor que lia à noite suas revistas preferidas, passava a assistir desde então os seus programas na televisão. Além da TV, novidade que transformou a vida de imensos contingentes populacionais, não podemos esquecer as grandes mudanças que os anos 60 trouxeram para a segunda metade do século XX. A contracultura iniciada no interior dos Estados Unidos (mais precisamente em Berkeley) em 1963, criticava violentamente este mundo inocente, mas profundamente embasado nos valores materiais e de consumo do *The Reader's Digest* (Ehrenreich, 1989). Logo depois, em 1968, as várias revoltas estudantis que explodiram em vários países do mundo complementavam um quadro de insatisfação e demonstravam que mudanças estão acontecendo em escala planetária. Ainda dentro dos Estados Unidos, os jovens

contestaram de forma impressionante o engajamento norte-americano no Vietnã. Para esses jovens a visão de mundo que o *Digest* valorizava não era mais relevante. A própria televisão contribuiu para mostrar à nação norte-americana os horrores da guerra, mas também mostrava à população mais tradicional a rebeldia dos seus jovens denunciando massacres e atentados norte-americanos e ainda a morte de jovens soldados no *tront* (Hobsbawn, 1995, p 241). Em suma, o mundo estava mudando. Em 1975 com a derrota norte-americana na guerra do Vietnã, o país saía enfraquecido e carrega ainda hoje marcas desse evento. Quero dizer, que o fato das versões internacionais do *Digest* começarem a desaparecer no final dos anos 60 (a revista americana existe ainda hoje, mas mudou muito as suas características iniciais), nos informa que aquele mundo do *Digest* estava mudando. A partir do final dos anos 60 e início dos 70, o mundo começaria a se pautar ainda mais pelas imagens, agora não mais exclusivamente do cinema, mas da poderosa televisão dentro de cada casa. Mas também os acontecimentos mundiais, a insatisfação da juventude, informava que o mundo ingênuo do *etucrican lVay of liê* que *Digest* representava naqueles anos da Segunda Guerra Mundial e Guerra Fria estava definitivamente em questão.

A Trajetória da Revista Brasileira Seleções do Reader's Digest (1942-1970)

Referências Bibliográficas

- BAYLON, Daniel (1988) *L'Amérique Mythique: le Reader's Digest de 1945 à 1970*. Paris: CNRS.
- EHRENREICH, Barbara (1989) *O Medo da Ouedu: ascensão e crise da classe média*. São Paulo: Scritta.
- FIG EIREDO, Ama C.C. iv. (1988) "Liberdade é uma Calça Azul Velha e Desbotada", in *Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento Político no Brasil! (1954-1964)*. São Paulo: Hucitec.
- GO 'ÇALVEZ, Maurício R. (1996) *O Cinema Holtywo odiano nos Anos Trinta: o Américun way ar life e a iocicndc bmsilcira*. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicação e Artes (ECA), USP. mimco.
- HE10 ENRY, John (1993) *Thcits Was The Kingdom: Lil,l and De lVitt Wallace and the story of The Reader's Digest*. New York/London: \Y.W. Norton.
- HOBBSAWN, Eric (1995) *A Era dos Extremos: o breve século XX - 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras.
- MOURA, Gerson (1993) *Tio Sam Chego ao Brasil: a pcnctraç.ão cultural uméricnnn*. São Paulo: Brasiliense.
- PI 'TO, Maria Incz B.iv. (1998) "Cinemat ógraphos: o cinema e a construção da brasilidade moderna na belle époque". São Paulo, mimeo.
- ORTIZ, Renato (1994) "Uma Cultura Internacional Popular", ORTIZ, Renato *Mundializeç ão da Cultum*. São Paulo: Brasiliense.
- PRADO, Maria Ligia (1995) "Ser ou Não Ser um Bom Vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a Guerra". *Revista USP - Dossiê 50 anos de Final de Segunda Guerra*. Jun/Ago. São Paulo: EDUSP.
- SARLO, Beatriz (1985) *El Impcrio de los Sctimicntos. Nurtucioncs de Circulucián Pcriádica en La Argentina (1917-1927)*. Buenos Aires: Catalogo.