

Associação Nacional de História – ANPUH
XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA - 2007

A memória dos leitores de Seleções do Reader's Digest

Silvio Luiz Gonçalves Pereira*

Resumo: A revista *Seleções do Reader's Digest* teve seu auge nos anos 1950 e 1960, quando atingiu cerca de 500 mil exemplares vendidos. Portadora de uma visão unilateral e representativa da dominação estadunidense no mundo durante a guerra fria, a influência da revista no país foi marcante, principalmente no seio das camadas médias urbanas. As informações sobre sua penetração no mercado editorial brasileiro foram obtidas de resultados de pesquisas de opinião realizadas pelo Ibope e de dados estatísticos publicados pelo IBGE. O objetivo deste trabalho é relacionar esta “massa de números” com informações obtidas através do registro da memória de ex-leitores da revista no período, na tentativa de delinear seu perfil.

Palavras-chave: Imperialismo, Imprensa, Público Leitor

Abstract: The Reader's Digest magazine reached its highest point in the years 1950 and 1960, when the numbers of sold issues surpassed 500 thousand. Carrying a unilateral vision, which represented the north-American domination of the world during the Cold War, the magazine influence in the country was overwhelming, especially among the average urban social layers. The information regarding its penetration in the Brazilian editorial market were gathered from the researches carried by the Ibope and IBGE. The goal of this study is to associate that “mass of numbers” to information obtained through the memory of former readers of the magazine during that period, as an attempt to delineate the publication profile.

Keywords: Imperialism, Press, Readers

O mensário *Reader's Digest*, de propriedade do casal Roy William DeWitt Wallace e Lila Acheson Wallace, ambos filhos de pastores presbiterianos e defensores do modo de vida cristão, anglo-saxão e capitalista, foi lançado nos Estados Unidos em fevereiro de 1922. De imediato, o *Digest* tornou-se um sucesso absoluto, por tratar de temas presentes no imaginário social norte-americano, como por exemplo, sobre o Velho Oeste e seus personagens lendários, as idéias puritanas de temor a Deus e assistência missionária, a vida simples, a individualidade, a boa-fé e o patriotismo, e a capacidade de superação das dificuldades por meio do esforço próprio, enfim, o conjunto de valores substanciados no *american way of life*. A publicação era dirigida às famílias das classes médias, e tinha como estratégia editorial a seleção e publicação de artigos já veiculados em outros periódicos norte-

* Pesquisador Associado do Laboratório de Estudos sobre a Intolerância – LEI/USP.
Doutor em História Social pela FFLCH/USP.

americanos, com o “humanitário” objetivo de trazer ao homem moderno, com pouco tempo para a leitura, informações variadas sobre o que ocorria no mundo. Uma receita extremamente simples, mas que se constituiu num enorme sucesso de venda: nos anos 1960, a revista era veiculada em 60 países, alcançando a tiragem de 24 milhões de exemplares, dos quais 13 milhões somente nos Estados Unidos, sendo lida, desta forma, por mais de 100 milhões de pessoas¹.

A entrada do *Digest* na América Latina foi resultado de uma estratégia muito bem elaborada. Após o sucesso da revista na Inglaterra, o Departamento de Estado norte-americano consultou seus proprietários para que avaliasse sua publicação na América Latina, como forma de ampliar a influência dos Estados Unidos e conter as atividades de grupos nazistas naquele momento (terminada a guerra e a posterior política da guerra fria, o inimigo a combater passou a ser os comunistas). Nelson Rockefeller, ligado ao Departamento de Estado e à Política da Boa Vizinhança, insistiu para que fosse produzida uma versão em português. Outro ponto de aproximação dos proprietários da revista com o governo norte-americano foi a íntima cooperação com a CIA: alguns executivos da revista em vários países, entre eles Eduardo Cárdenas, redator-chefe de *Selecciones*, eram do serviço secreto norte-americano.

Seleções foi lançada no Brasil em fevereiro de 1942, no exato momento em que a imprensa brasileira passava por profunda modificação, graças ao desenvolvimento econômico e à modernização empresarial, quando se reduziu o número de veículos impressos e as grandes cadeias tornaram-se produtos de uma ação coletiva, organizada e poderosa. Ampliou-se o caráter industrial da imprensa, com a intensificação da intermediação entre produtores e consumidores e a geração de uma forte demanda de publicidade. Em suma, um mercado editorial e publicitário nacional cada vez mais concentrado e competitivo, formado pelas empresas nacionais, além da participação cada vez maior das publicações estrangeiras, cujos grupos mais conhecidos no período foram *Seleções*, *Visão* e a editora McGraw-Hill, e a partir dos anos 1960, o grupo *Time-Life*.

Logo na primeira edição de *Seleções* foram vendidos 150 mil exemplares, e alguns meses mais tarde já atingia 300 mil. Entre 1942 e 1950, os redatores estavam sediados em New York, mas a supervisão da revista encontrava-se em Havana, administrada por *Selecciones*. Além desta dupla localização, a revista era impressa em Miami. Portanto, uma

¹ DeWitt Wallace e esposa criaram seu império graças aos dividendos proporcionados pelas sucursais espalhadas pelo planeta – ganhavam os direitos autorais (copyrights) pelos artigos publicados –, veiculando durante décadas essencialmente recortes, fragmentos, partes condensadas de notícias produzidas em outras publicações, espalhando pelos países aliados a ideologia do *american way of life* como pressuposto para o imperialismo estadunidense.

complexa e bem estruturada rede, indicando assim que a publicação encontrava-se conectada com os pólos da expansão imperialista norte-americana. A partir de 1951, *Seleções* passou a ser produzida em solo brasileiro, sob responsabilidade da Editora Ypiranga S.A. Havia, concomitantemente à produção editorial, uma “outra empresa” dentro da editora, representada pela área comercial, que visava o lucro, dirigida por um gerente-geral norte-americano, com o objetivo de garantir a continuidade dos “padrões de administração” da revista e que, conseqüentemente, determinava os rumos da publicação no país². *Seleções* se manteve no Brasil até 1971, quando sua produção passou a ser realizada em Portugal. O objetivo inicial era retornar ao país depois de cinco anos, mas isto só veio a acontecer em 1997.

Durante a pesquisa de doutorado, um dos objetivos foi construir, ou melhor, delinear, o público leitor de *Seleções*, partindo a princípio de dados mais amplos sobre o período e, sobretudo, da imprensa periódica brasileira, tais como dados estatísticos produzidos e publicados pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, e pesquisas de opinião do Ibope – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, complementados por informações obtidas com os depoimentos de história oral realizados com moradores da cidade de Barretos – SP, leitores da revista no período.

Em 2003, o IBGE publicou um grande levantamento sobre o país, em diversos setores: cultura, educação população, trabalho, saneamento básico, entre outros, intitulado *Estatísticas do Século XX*. Destes estudos destaco a expansão do mercado editorial em meados do século passado³. No final de 1954 existiam no país 789 revistas, e quase oito milhões de exemplares em circulação, divididos em semanais, quinzenais, mensais (quase a metade) e semestrais. O Estado do Rio de Janeiro liderava o número de publicações – 284, seguido por São Paulo, com 229, Minas Gerais, com 59 e Rio Grande do Sul, com 54. A revista era um meio de comunicação essencialmente urbano, pois, do seu total, 680 títulos encontravam-se nos municípios das capitais.

Em dez anos, a tiragem já havia dobrado: 15.631.548 exemplares, mas com praticamente o mesmo número de publicações – 740. O IBGE observou também uma mudança nos temas mais veiculados: enquanto que em 1954 existiam basicamente sete tipos de assuntos (ciências sociais, ciências aplicadas, religião, notícias, belas-artes, recreação e desportos, e literárias), em 1963 atingiam 25 – direito, administração, humor, história em

² Em seu depoimento à pesquisa, Saulo Guimarães, 82 anos, ex-funcionário da Editora Ypiranga durante toda sua produção no Brasil, como Gerente de Publicidade e mais tarde Vice-Presidente, nos 1950 a revista atingia a marca de 500 mil exemplares vendidos, dos quais 40 mil em Portugal. No Brasil, 70% eram para assinantes. A circulação da revista era nacional, concentrada em São Paulo e Rio de Janeiro devido ao maior grau de alfabetização da região sul. A maioria dos leitores era da classe média urbana e com idades entre 19 a 29 anos.

³ IBGE. Serviço de Estatística da Educação e Cultura. **Anuário Estatístico do Brasil**, v. 16 (1955), 26 (1965) e 23 (1966).

quadrinhos, ciências médicas, engenharia, tecnologias diversas, agricultura, pesca, caça, pecuária, higiene pública, artes e ofícios, urbanismo, arquitetura, economia doméstica, revista feminina e moda, hotelaria, crianças e adolescentes etc.

O Ibope, primeiro instituto de pesquisa de opinião pública foi fundado em 1942, por Auricélio Penteado, no mesmo ano em que *Seleções* passou a circular no país, com o objetivo de aferir tendências, de obter, segundo Juarez Bahia,

“dados sobre reações, comportamentos, expectativas de pessoas ou grupos, inclinações eleitorais, aceitação ou não de um produto, audiência de programas de rádio e televisão, perfil do leitor, repercussões de determinadas posições, impacto de medias políticas, administrativas etc. (...) Seus resultados oferecem aos interessados um conhecimento que lhes possibilita intervir, se necessário, na opinião pública, de forma a melhor informá-la, esclarecê-la ou satisfazê-la, evitando efeitos negativos ou diferentes daqueles desejados”

(BAHIA, 1990: 428-429).

Atualmente, *Pesquisas Especiais* de opinião produzidas pelo Ibope nas décadas de 1950 e 1960 encontram-se reunidas no arquivo Edgard Leuenroth, da Unicamp⁴. Naqueles anos, foram vários os pedidos ao Ibope de pesquisas sobre a popularidade de revistas e magazines. Em junho de 1950, a Editora Ypiranga solicitou ao instituto pesquisa no Rio de Janeiro e em São Paulo. O resultado, baseado numa amostragem de 1200 pessoas, constatou que os cariocas liam mais revistas do que os paulistas (84% e 70%, respectivamente), e as revistas mais lidas eram *O Cruzeiro*, em primeiro lugar, com uma média de 67% da preferência nas duas cidades, e *Seleções* em segundo, com 42%.

Na mesma pesquisa, questionados se tivessem que “escolher a leitura de apenas uma revista” e “qual a mais interessante”, *O Cruzeiro* ainda era a preferida dos entrevistados, tanto no Rio como em São Paulo, mas na capital paulista *Seleções* foi escolhida como a mais interessante. Por sua vez, nos quesitos “revista mais útil” e “qual revista lhes inspirava mais confiança”, *Seleções* ocupava a primeira posição nas duas cidades. Esta pesquisa também mostrou uma importante vantagem de *Seleções* quando a questão foi saber “quantas vezes, em média, os entrevistados manuseavam o exemplar das duas revistas”, indicando assim o caráter

⁴ *Pesquisas Especiais*, v. 9, (1950), 10 (1951), 14 e 15 (1954), 19 (1955), 21 (1956) e 23 (1957). Considerei dessa fonte apenas os resultados relacionados aos embates entre *Seleções* e *O Cruzeiro* na disputa pelo mercado leitor e publicitário, avaliadas, mesmo com periodicidades diferentes, as principais publicações da área naqueles anos.

permanente das informações da publicação norte-americana: enquanto o tempo médio máximo gasto para ler um exemplar de *O Cruzeiro* era de oito horas, *Seleções* era lida em 12 horas.

Em 1951, a Editora Ypiranga solicitou nova pesquisa ao Instituto, também no eixo Rio-São Paulo, com 2177 pessoas. Esta pesquisa novamente confirmou *O Cruzeiro* como a revista mais lida, com uma média de 61% dos entrevistados nas duas cidades. *Seleções* mantinha a segunda posição, com 35%. Entretanto, questionados se tivessem que restringir a leitura de revistas a uma só, a preferência dos entrevistados se dividia de maneira mais equilibrada entre as duas publicações: 22% optaram por *O Cruzeiro* e 16% por *Seleções*.

Importante destacar nesta pesquisa a busca de dados sobre o perfil do leitor da revista. Dos resultados obtidos, mais da metade dos entrevistados era constituída por casados, a formação educacional estava assim distribuída: em média, 25% tinham o grau primário, 53%, o secundário, e 20%, nível superior. A casa própria era realidade de 40% dos participantes da pesquisa, enquanto que cerca da metade respondeu possuir telefone residencial. Máquina de costura e fogão a gás já estavam presentes na maioria dos lares do eixo Rio-São Paulo: 83% e 79%, respectivamente. Praticamente todas as residências possuíam energia elétrica, e o rádio era presença garantida do lazer. Porém, ainda era pequeno o número de máquinas de lavar roupa (7,6% no Rio e 13,6% em São Paulo), e a presença de carro, item de luxo naquele período, escasso: 13,2% dos cariocas e 26,4% dos paulistas o possuíam.

Mesmo com o grau de veracidade destes dados estatísticos apresentados, é apenas no ato da leitura, ou seja, na interpretação produzida pelo leitor, que os processos de significação de um texto se materializam, e cujo resultado final, por sua vez, depende da posição do receptor da mensagem, pois ele se encontra social e historicamente situado – portanto, toda linguagem nasce socialmente. A eficácia da palavra depende tanto do enunciador como da situação de enunciação, mas também do “efeito potencial” que ela pode gerar. É por isso que muitas vezes a eficácia de um texto não depende da sua compreensão, mas apenas do seu reconhecimento.

Com base nessas proposições, busquei com a pesquisa também abordar a questão da efetividade das mensagens veiculadas por *Seleções* entre seu público leitor. A possibilidade de responder a essa questão esteve certamente condicionada ao conhecimento da opinião de uma parcela significativa do leitor brasileiro daquele veículo. Passados mais de cinquenta

anos, esta tarefa tornou-se árdua, pois a possibilidade de organizar uma amostragem representativa tornou-se cada vez mais incerta; no máximo foi possível resgatar as opiniões de um número reduzido de pessoas, representativas se tomadas como valores absolutos, mas que não conduziram a uma resposta definitiva que abrangesse todo o caso em estudo.

Foram produzidos seis relatos, usando-se a metodologia da história oral, com moradores de Barretos⁵, localizada na região norte do Estado de São Paulo. Optei pela escolha de uma tradicional e conservadora cidade do interior paulista onde, diversamente de quase todo o restante do Estado que se desenvolveu sob a economia cafeeira, a pecuária se constituiu na sua principal atividade econômica, proporcionando uma elevada circulação de riquezas e um forte desenvolvimento local. No início do século XX, Barretos passava a ser vista em todo o país como uma localidade próspera e com empregos e oportunidades em abundância. Dominada economicamente pelos ingleses da *Brazilian Meat Company*, a cidade produziu uma formação social heterogênea, fruto dos sucessivos movimentos migratórios, desembocando no surgimento de expressivas classes médias, compostas por comerciantes de gado, pequenos invernistas, bancários, advogados, contadores, médicos, dentistas, funcionários públicos, jornalistas e intelectuais, entre outros.

Jaime Marchi, 62 anos, funcionário público estadual, tem formação colegial. Questionado sobre seu contato com *Seleções*, que sempre o atraía, disse tê-la lido na adolescência, no escritório em que trabalhava, e que gostava dos artigos pequenos, geralmente localizados ao final de cada matéria, pois retratavam casos pitorescos. Lembrou prontamente de algumas de suas seções fixas *Piadas de Caserna*, *Rir é o Melhor Remédio*, *Enriqueça o seu Vocabulário*.

Erasmio Lessi, 72 anos, dentista, começou a ler a revista durante a faculdade, por volta de 1954, mas não chegou a ser assinante, conseguia emprestada. Destacou que tudo da revista o atraía: os textos curtos ao final de cada artigo, os pensamentos, a seção *Meu Tipo Inesquecível*. Declarou-se anticomunista, dizendo que o regime soviético não propiciava liberdade de pensamento nem de ação, e que o povo tinha que pensar aquilo no qual meia dúzia de cidadãos que tomavam conta do governo queria que ele pensasse. Por isso lia muito a revista, pois trazia mensagens democráticas e que combatiam a ameaça vermelha. Lembrou-se

⁵ O grupo de ex-leitores de *Seleções*, todos moradores da cidade de Barretos, São Paulo, tinham entre 25 a 30 anos de idade nas décadas de 1950-1960 e se enquadravam nos dados da Pesquisa Ibope, de 1951, como oriundos da classe média, formação educacional colegial ou superior e residentes em centros urbanos.

inclusive do título de uma reportagem, *Dente do siso pode lhe tirar o juízo*, porque quando ele fica incluso às vezes dói demais.

Luiz Agostinho da Silva Brandão, 89 anos, dentista, também foi vereador por duas legislaturas consecutivas, entre 1952 e 1959, pelo PSP. Brillante intelectual, é membro da Academia Barretense de Cultura e colaborador do jornal *O Diário* da cidade. Relatou que comprava *Seleções* todo o mês, pois gostava da diversidade de assuntos, que compreendia desde política internacional até as seções humorísticas. Para ele, a revista dava credibilidade às notícias, seu humor não era vagabundo, vazio – inclusive achava as piadas muito boas, muito adequadas, embora às vezes muita gente não entendesse seu conteúdo. Também tinha ciência de que era uma publicação norte-americana, mas via isso com naturalidade.

José Carlos Moreira de Oliveira, 74 anos, filho de tradicional família de fazendeiros, foi delegado de polícia em Barretos durante a ditadura militar. Disse ter tido pouco contato com a revista, só a leu na adolescência, através das aulas de português, pois sua professora a usava como material didático. Lembrou-se inclusive que uma vez escrevera cachorro da raça gozo com “z”, e a professora disse que o correto era com “s”, mas que ele estava certo, pois estava assim num artigo que lera em *Seleções*.

Expedito José Prudente de Oliveira, 71 anos, geógrafo e sociólogo, professor e diretor da extinta Escola Vocacional de Barretos. Quando ainda era assistente de direção, em 1970, as tropas do Exército de Campinas cercaram o prédio e levaram presas três professoras que foram delatadas por uma infiltrada. Seu pai assinou *Seleções* durante anos, e fazia toda a família participar da sua leitura. Posteriormente, Expedito passou a comprar nas bancas, dizendo gostar muito do formato da revista, ideal, pois cabia no bolso do terno. Outro ponto que chamava sua atenção eram os anúncios, muito bem produzidos e chamativos. Revelou também que tinha ciência da ingerência norte-americana no mundo, mas para ele a revista mantinha uma linha praticamente neutra – lembrou-se inclusive de ter utilizado alguns de seus exemplares em aulas de Estudos Sociais, para que os alunos tirassem conclusões sobre sua influência na formação de futuros cidadãos brasileiros.

Waldomiro Sphângero, 80 anos, dentista e exímio marceneiro, profissão que aprendeu na adolescência (ainda hoje, em meio a plainas, arcos de pua, furadeiras, serras tico-tico, faz com orgulho suas peças em madeira), disse que comprava números avulsos da revista, mas também lia outras publicações. Questionado sobre seu contato com *Seleções*, respondeu preferir seções como *Meu Tipo Inesquecível*, *Seção de Livros*, *Piadas de Caserna* e *Enriqueça seu Vocabulário*. Para ele, era uma publicação fácil de ler, bem regida, os artigos

bem distribuídos, claros, com compromisso com a verdade, não tinha banalidades. A revista cativava por ser original, por não ter similar no país. Também relatou que um artigo ficou gravado em sua memória, sobre três combatentes norte-americanos que encontraram uma fortuna numa cidadezinha alemã durante a Segunda Guerra Mundial.

Com a apresentação destes relatos procurei destacar a grande contribuição da história oral para a pesquisa, ao registrar a memória de pessoas antes silenciadas, que poderiam contribuir com novas informações sobre o passado, no caso em tela, a penetração da revista *Seleções do Reader's Digest* em sua vida cotidiana. Sujeitos históricos que trouxeram para o presente o futuro de uma das maiores publicações norte-americanas no Brasil, inserida em solo tupiniquim há mais de meio século, e ainda na ativa, com o mesmo formato e mesmo conteúdo ideológico. Os relatos mostraram uma unanimidade: *Seleções* tinha uma forte penetração, principalmente por trazer uma grande variedade de assuntos, de várias partes do mundo, e também pela qualidade da impressão e pelo texto escrito em português perfeito, sem erros.

Esta atração dos ex-leitores entrevistados pela revista confirmou uma realidade que se constata cada dia em que retomo a discussão da popularidade de *Seleções*: o grande número de pessoas que tiveram um contato direto e permanente com a publicação, a ponto de também conseguirem relatar episódios veiculados pela revista em seus artigos permeados por uma constante ideologia do viver norte-americano. Através destes depoimentos foi possível preservar a memória e a história, antes silenciadas, mas com a clara compreensão de que, nas palavras de Pierre Nora,

“A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos, e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações. A história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais (...) a história é uma representação do passado (...) é a memória que dita e a história que escreve” (NORA, 1993: 9).

Referências Bibliográficas:

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica. História da imprensa brasileira.** São Paulo: Ática, 1990.

NORA, Pierre. *Entre memória e história: a problemática dos lugares*. In: **PROJETO HISTÓRIA**: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP. São Paulo, n. 10, dez/1993.