

**MODERNIDADE EM PROGRESSO: a construção de discursos de modernidade e o projeto continental estadunidense nas revistas ilustradas – Brasil e Argentina (1956-62).**

Adriana Hassin Silva\*<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente trabalho propõe-se a analisar os discursos de modernidade e progresso construídos e veiculados nas revistas ilustradas brasileiras e argentinas entre os anos de 1956 e 1962. A composição histórica destes discursos contextualiza-se, se considerada a conjuntura mundial de polarização econômica e alinhamento político que condicionou uma aproximação entre América Latina e Estados Unidos, em parcerias econômicas para os chamados desenvolvimentismos do período. Estes assumiram motes de modernização e industrialização como bases da gênese de uma identidade (renovada) de nação (renovada). No contexto destes desenvolvimentismos, o Brasil de Kubitschek e a Argentina de Frondizi assumiram identidades de modernidade construídas e consumidas nas páginas das revistas; um fotojornalismo feito sob a pauta do progresso. **Palavras-chave:** modernidade / desenvolvimentismo (Brasil e Argentina) / revistas ilustradas.

**Abstract:** This work aims at analysing the discourses of modernity and progress shaped and published in illustrated brazilian and argentinian magazines between 1956 and 1962. The historical composition of these discourses finds its context in the economic partnerships to the so called “developmentalisms” of the period, if we are to consider the then undergoing economic polarization and political alignment between Latin America and the United States. These developmentalisms embraced motifs of modernization and industrialization as bases of a renewed nation identity. Kubitscheks’s Brazil and Frondizi’s Argentina assumed modernity identities constructed, conveyed and consumed in the magazine pages; a photojournalism under the agenda of progress. **Keywords:** modernity / developmentalism / magazines.

Uma revista é o um instrumento de educação e de cultura onde se mostrar a virtude, animá-la; onde se ostentar a beleza, admirá-la, onde se revelar o talento, aplaudilo; onde se empenhar o progresso, secundá-lo. O jornal dá-nos da vida a sua versão realista no bem e no mal. A revista redu-la á sua expressão educativa e estética (...) A política partidária seria tão incongruente numa revista do modelo de **Cruzeiro** como um tratado de Geometria. Uma revista deve ser como um espelho leal onde se reflete a vida nos seus aspectos edificantes, atraentes, instructivos. Uma revista deverá ser, antes de tudo, uma **escola** de bom gosto.

A citação acima é um estrato do editorial da edição de lançamento da revista **O Cruzeiro**, em novembro de 1928. Dedicada em apresentar-se, **O Cruzeiro** enuncia, tanto na especificidade de seu nascimento quanto na dimensão coletiva do mercado editorial, o sentido maior de ser **revista**, em suas funções e características; no texto literal do editorial citado, uma revista deve ser *uma escola*.

---

<sup>1</sup> Doutoranda em História Social do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio de Janeiro com bolsa da CAPES. Professora substituta de História da América da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

É neste sentido que tomamos, aqui, nossas fontes periódicas: observaremos as revistas ilustradas como *escolas*, enunciadoras de determinados conjuntos de pensamentos cujas pedagogias se depuram de seus projetos editoriais.

Temos como objetivo principal, neste trabalho, observar os discursos enunciados em alguns periódicos semanais ilustrados do Brasil e da Argentina entre os anos de 1956 e 1962. Estes anos, marcados respectivamente pelos governos de Juscelino Kubitschek (1956-1960) e Arturo Frondizi (1958-1962), figuram na historiografia como anos marcados por desenvolvimento e progresso (na pauta dos chamados *desenvolvimentismos*) e largamente adjetivados por motes de crescimento e modernização. Neste sentido, interessa-nos perceber os discursos fomentadores/enunciadores das modernizações nacionais, em seus possíveis diálogos com a política continental estadunidense no contexto da Guerra Fria, conhecida como *política da boa vizinhança*.

### **A modernidade do moderno**

Os usos do conceito *moderno* (e suas múltiplas variações como *modernidade*, *modernismo* e *modernização*) perfazem uma adjetivação comum sobre a América Latina, seguramente, desde princípios do século XX.

Ainda que sob distintas semânticas, os países latino-americanos, quando das comemorações de seus centenários de independência (entre os anos 1910 e 1925), tiveram como pauta política a afirmação da modernidade, em detrimento de um contexto (*neo*)colonial ainda claramente referenciado nas relações político-econômicas da extensão latina do continente<sup>2</sup>. E foi neste processo de construção de suas modernidades que não somente tradições políticas e relações econômicas estiveram em cena, mas também (e principalmente) a construção das identidades, vinculadas aos reconhecimentos de pertença a determinados paradigmas (de modernidade).

Eduardo Jardim, em seu estudo **A Brasilidade Modernista** (1978), historiciza a negociação da identidade brasileira associada aos pressupostos da modernidade, no intervalo dos anos 1917 e 1924. Segundo o autor, num primeiro momento, encontramos uma preocupação estética de ruptura com o passadismo. Neste sentido, cumpre-nos ressaltar que tal ruptura se expressa e referencia não somente no esforço de abandono dos paradigmas coloniais lusos, mas também se faz na disposição à absorção das inovações propostas pelas vanguardas européias. Já numa segunda etapa, o debate acerca da modernidade nacional

---

<sup>2</sup> Sobre o argumento de conservação de uma relação *neocolonial* dos países latino-americanos para com suas (novas) metrópoles, ver DONGHI, Tulio H. *Afirmção do Regime Neocolonial; Maturidade do Regime Neocolonial e Crise do Regime Neocolonial* IN: **História da América Latina**. SP: Paz e Terra, 2005, pp149-380.

esteve vinculado à elaboração de um projeto cultural mais amplo, a partir do qual a questão da brasilidade esteve ligada a todo um circuito de debates artístico-intelectuais que culminaram em manifestos como Pau-Brasil, Manifesto Antropofágico, Anta e a própria Semana de 22, em essência. Sobre o tema, aponta-nos Renato Ortiz que

*“Ao Brasil real, contemporâneo, os modernistas contrapõem uma aspiração, uma ‘fantasia’ que aponta para a modernização da sociedade como um todo. (...) existe um terreno comum quando se afirma que só seremos modernos se formos nacionais. Estabelece-se, desta maneira, uma ponte entre a vontade de modernidade e a construção da identidade nacional.”* (ORTIZ, 1988: 35).

Já no que se refere à teia entre identidade / modernização / nacionalismo na Argentina, o caráter essencialmente antiimperialista da resistência argentina à presença britânica (d)enuncia a negociação da identidade nacional; de um lado, segmentos sociais cada vez menores absorvem padrões anglo-europeus e os valorizam enquanto identidade nacional. No outro extremo da sociedade, há aqueles que tecem a crítica e, em larga medida, se valem do campo das artes, da cultura e da política para a forja de identidade nacional mais nativista. (GAITAN, 1979: 149-150).<sup>3</sup>

Cristian Buchrucker, no livro **Nacionalismo y Peronismo** (1987), recorre os escritos dos irmãos Irazusta, clarificando a crítica antiimperialista presentes no ambiente de debate intelectual argentino dos anos 1930. Havemos que considerar, contudo, que o antiimperialismo argentino, no que concerne à forja da identidade nacional, propõe uma “virada de mesa” por parte da Argentina, rumo à modernização; a proposta era a constituição de uma *grande nação*<sup>4</sup>, industrializada, que deixaria de ser vítima da ação imperialista de nações centrais para se tornar, também ela, detentora de um movimento expansionista. Neste sentido, esta identidade dialoga de maneira bastante consoante com as prerrogativas totalitárias que ecoavam na Europa das décadas de 1930 e 1940, levando, gradativamente, o país a reconhecer-se detentor de uma identidade mais próxima do paradigma nacionalista de extrema-direita classificado pelo nazi-fascismo, em detrimento das permanências britânicas até então presentes, bem como das investidas de aproximação estadunidenses ensaiadas no primeiro terço do século XX<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Sobre o anti-imperialismo na América Latina, ver VALDÉS, E. *O Pensamento Nacionalista na América Latina e a reivindicação da identidade econômica (1920-1940)* IN: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, número 20, 1997.

<sup>4</sup> Sobre o tema, ver BEIRED, José Luis B. “A grande Argentina”: *um sonho nacionalista para a construção de uma potência na América Latina* IN: **Revista Brasileira de História**, São Paulo: volume 21, número 42, 2001.

<sup>5</sup> Há outros autores que merecem destaque no ambiente de debates acerca da modernização argentina, como Raúl Scalabrini Ortiz, Adolfo H. Holmberg e Lisandro de la Torre, dentre outros.

Some-se a estes cenários nacionais o dado de relevância continental que, desde os anos 1930, o desenvolvimento industrial autônomo latino-americano já se delineava, face aos impactos referentes à crise de 1929 e à 2ª Guerra Mundial<sup>6</sup>. Neste contexto, os sentidos de modernidade associados às projeções econômicas nacionais ganharam concretude e passaram a estabelecer laços econômicos de natureza gradativamente diferenciada entre Europa/América/América Latina a partir dos anos 1950.

### **Meio século de modernidade**

Os anos 1950, na historiografia brasileira, são romantizados em *anos dourados*. A promessa do desenvolvimento industrial e a prosperidade burguesa de uma sociedade que se modernizava vertiginosamente, materializando progresso (e sonho!) em bens de consumo, deram escopo ao desenvolvimentismo kubitschekiano. Já na Argentina, a reorientação de governo e os avanços político-diplomáticos de Perón, capitalizaram relações econômicas cada vez mais próximas dos Estados Unidos e acabaram por corporificar, no governo Frondizi, o progresso urbano-industrial nacional.

Mas a observação destes cenários específicos, isolada do contexto mais amplo de transformações e impactos sociais vividos em escala mundial, diminui a grandiosidade e o sentido das transformações vividas nestas primeiras décadas do século. É preciso considerar a modernização brasileira/argentina dos anos 1950-1960, no contexto de ampliação global da pauta de valores/comportamentos/bens/serviços e saberes do ocidente capitalista.

A virada das décadas 1950/1960 responde pela permanência e resolução de questões de guerra ainda pendentes, sobretudo quando consideradas as teias a serem tecidas pela Guerra Fria. Viu-se a Conferência de Bandung, a independência do Sudão, a nacionalização do canal de Suez (tudo em 1956) e a Revolução em Cuba (1959). Para além destas e de tantas outras questões político-factuais mais tradicionais daquele tempo, o deflagrar da segunda metade do século trouxe consigo um conjunto significativo de rupturas que, para além do campo das ideias, do pensamento e das mentalidades, impactou de maneira fulcral os domínios da economia e da política porque, em grossa medida, subverteu uma ordem social até então vigente.

Num balanço dos anos 1950, poder-se-ia dizer que estes fizeram um mundo revelado, retratado e descrito nas narrativas radiofônicas e nas imagens da TV. Como poderíamos,

---

<sup>6</sup> Sobre as chamadas I.S.I. (industrialização para substituição da importação), seus sucessos e implicações, ver: BETHELL, Leslie. **História da América Latina – América Latina após 1930- economia e sociedade**. SP: EdUSP, 2005.

então, não esperar uma revolução nas matrizes do pensamento e no imaginário da população com relação ao lugar e a forma em que se vive?...

Nestes anos 50, escreviam Sartre, João Cabral de Melo Neto, Anísio Teixeira, Cortazar. Viviam-se ainda o impacto da teoria de Einstein, que pôs o mundo em perspectiva e tornou tudo relativo... E o mundo material conhecido foi redefinido. Por outro lado, o mundo intocável, desconhecido, a negativa de nossos conhecimentos possíveis, palpáveis, não poderia ser desconsiderado, principalmente se tratando de uma década neorealista... E assim, o espaço sideral, alvo das mais remotas e criativas interpretações do homem passou a ser desafiado. E a corrida espacial teve sua largada !

Em 1957, a nave russa *Sputinik* cruza os céus rumo ao azul profundo do cosmo; no ano seguinte, foi a vez dos norte-americanos empatarem a façanha e a *Explorer I* rasgou o espaço. Poucos meses depois, já em 1959, a *Lunik II*, de bandeira russa, rompe a atmosfera terrestre com a missão de desvendar a face oculta da Lua. Do lado americano, já na década de 60, a *Explorer IV* avista o planeta Terra a 27.000 km de altitude. Por fim, astronautas revelaram, emocionados, uma Terra azul!...

Este é o mundo do pós-guerra, da Guerra Fria e da corrida espacial; mas é também o mundo da pílula anticoncepcional, dos divórcios<sup>7</sup>, do concretismo na poesia e nas artes, dos *heróis rebeldes*<sup>8</sup>, das imagens em profusão ascendente. É o mundo do cinema<sup>9</sup>, da televisão, do telefone... Segundo dados coletados no Anuário Estatístico do Estado da Guanabara dos anos de 1959/1960, o número de telegramas caiu de 29.467.129 de mensagens transmitidas/recebidas no ano de 1947 para 6.656.004 no ano de 1960. Tal dado, se contrastado com a ampliação da rede telefônica estadual (que passou de 297.165 linhas instaladas em 1956 para 338.853 em 1960); já na Argentina, o número de linhas telefônicas entre a década de 1950 e o ano de 1970 ampliou-se de 47 para 73. Outro exemplo de natureza comparativa que nos ajuda a visualizar a modernização brasileira/argentina do período são os números de consumo da indústria automobilística: enquanto que, no Brasil, entre os anos de 1950 e 1970, o número de veículos por mil habitantes passou de 7 para 32, na Argentina, o crescimento no mesmo período foi de 187%, passando de 32 para 92 veículos/mil habitantes.

---

<sup>7</sup> Conforme anúncios de serviços jurídicos nas páginas da Revista *Ahora* de 6 de junho de 1956, ou 10 de agosto do mesmo ano.

<sup>8</sup> Conforme RODRIGUES, M. **A década de 50. Populismo e metas desenvolvimentista no Brasil**. SP: Ática, 1992.

<sup>9</sup> Convulsionado por filmes como *Um bonde chamado desejo*, estrelado por Marlon Brando, *Vidas Amargas*, com James Dean e a presença marcante e sensual de Marilyn Monroe contribuía na formação de (novos) hábitos, (novos) valores e (novos) comportamentos, associados à modernidade surgente no período.

E é também o mundo das revistas ilustradas. E toda esta modernidade figura em suas páginas, já majoritariamente coloridas e infusoras da ótica progressista do desenvolvimento nacional.

### **Modernidade em progresso; progresso em revista**

Os anos 1950, e daí para frente, considerado o contexto de fim de guerra, viveram um redirecionamento e reconfiguração de suas pautas diplomáticas, na medida em que a política de alianças na Guerra Fria fez com que os Estados Unidos buscassem aliados e parceiros econômicos na América, consolidando um projeto continental de natureza desenvolvimentista que culminou com a Aliança para o Progresso, em 1961<sup>10</sup>.

Em se tratando da trajetória histórica brasileira, sabemos que o governo Kubitschek assumiu como programa de governo o desenvolvimento nacional, sob o slogan desenvolvimentista dos *50 anos em cinco*. Neste, o atraso haveria de ser superado e uma nação moderna haveria de emergir e florescer. Daí observarmos um atrelamento econômico entre Brasil e Estados Unidos que, se de um lado, fez valer as intenções estadunidenses de participação (via endividamento) na construção do progresso brasileiro, por outro lado renderam à JK o adjetivo (detentor de boa dose de crítica) de *entreguista*<sup>11</sup>.

Em se tratando da Argentina, o histórico do desenvolvimento trilhou veredas distintas da trajetória brasileira mas, em grande medida, desaguou num cenário similar. Seus anos 1950, grandemente marcados pela liderança de Perón, abriram cenário para um desenvolvimento não tão claramente planejado como o kubitschekiano, mas igualmente postulante à modernização mediada pelos investimentos externos, sobretudo a partir do 2º Plano Quinquenal de seu governo.

Tal programa de desenvolvimento foi ampliado no governo Frondizi (1958-1962), cujo programa de ação objetivava superar a crise econômica vigente e dar prosseguimento ao crescimento nacional. Seus passos foram bem trilhados e o crescimento econômico entoou o canto do progresso em território argentino.

Em seu governo, a produção de petróleo triplicou, garantindo autosuficiência do produto. Grandes projetos de hidroeletricidade foram iniciados e extensa rede ferroviária foi consolidada. A indústria de base foi impulsionada, investimentos em siderurgia e

---

<sup>10</sup> AGUDELO VILLA, Hernando. **La revolución del desarrollo – origen y evolución de la Alianza para el Progreso**. México: Editorial Roble, 1966.

<sup>11</sup> Sobre o tema, ver BENEVIDES, Maria Vitória M. **O Governo Kubitschek. Desenvolvimento econômico e estabilidade política**. RJ: Paz e Terra, 1979.

petroquímica foram realizados, bem como implementos técnicos e agrícolas, para além dos investimentos em escolas técnicas<sup>12</sup>.

E tudo isto está nas páginas das revistas!

Uma primeira observação das páginas dos periódicos já enunciam a modernidade candente em seus aparatos técnicos. A modernização da formatação e editoração das revistas, bem como o uso crescente de cores e estéticas renovadas fazem das revistas os veículos modernos, detentores, de fala autorizada para a esta anunciarem<sup>13</sup>; um novo estilo discursivo pauta a produção de textos jornalísticos que, distanciando-se da estética literária, ganham (conforme citação de abertura deste trabalho) as condições de espelho do real, formadoras de opinião e escolas de pensamento. E foi assim que a modernidade foi noticiada: uma realidade em curso, a ser comprovada e absorvida pelos leitores.

*“A imprensa foi deixando de ser concebida como um espaço do comentário, da opinião e da experimentação estilística e começou a ser pensada como um lugar neutro, independente. O jornalismo não era mais pensado como um gênero literário de apreciação dos acontecimentos (...). Passava a ser conhecido como um gênero de estabelecimento de verdades. (...) Se, antes, o jornalismo tinha sido o lugar para o comentário das questões sociais, da polêmica da ideias, das críticas mundanas e da produção literária, agora, ele passava a ser o espelho da realidade. Vistos como emergindo naturalmente do mundo real, os acontecimentos, concebidos como notícia, seriam a unidade básica de construção dos jornais.”*  
(RIBEIRO, 2003: 148-149)

Uma observação dos editoriais das revistas ilustradas de principal circulação no período nos indica a referência ao caráter moderno/modernizante de todos os periódicos

---

<sup>12</sup> No que concerne aos investimentos externos, um grande exemplo destes nos vem na publicação, na revista Foreign Office, de dezembro de 1961, dos montantes totais de investimentos recebidos pela Argentina em novembro de 1958. Totalizando US\$ 337.234 milhões de dólares, as cifras comprovam a abertura econômica da nação ao investimento externo em vistas ao desenvolvimento. Contudo, um outro dado se destaca, na observação detalhada do montante. Dos US\$ 337.234 milhões recebidos pela Argentina, se somados todos os investimentos do Reino Unido (US\$ 31.753 milhões), Suíça (US\$49.475 milhões), Holanda (US\$26.254 milhões), Alemanha (US\$25.109 milhões), Canadá (US\$22.101 milhões), Itália (US\$18.151 milhões) e França (US\$11.178 milhões), estes ainda totalizam soma inferior ao volume investido pelos Estados Unidos; enquanto os países listados investiram, juntos, US\$184.021 milhões de dólares, os Estados Unidos, isoladamente, investiram a quantia de US\$ 193.213 milhões de dólares.

<sup>13</sup> ABREU, A.A. *Revisitando os anos 1950 através da imprensa* IN: BOTELHO, A et all. (orgs.) **O Moderno em questão. A década de 1950 no Brasil**. RJ: Topbooks, 2008, pp211-236.; BARBOSA, M. **História Cultural da Imprensa**. RJ: Mauad X, 2007.; Sarlo, B. *Identidades culturais: as marcas do século XX* INÇ **Tempo Presente**. SPÇ Jose Olympio, 2004, pp 22-46.

estudados<sup>14</sup>. Uma outra observação interessante do conteúdo de modernidade trazido pelos periódicos é encontrada na análise das peças publicitárias neles veiculadas.

Os adjetivos *novo/moderno* e congêneres aparecem recorrentemente nos textos publicitários, não só de natureza privada (como nos anúncios de eletrodomésticos<sup>15</sup>, de roupas<sup>16</sup>, de automóveis<sup>17</sup> ou de cigarros<sup>18</sup>), bem como na propaganda oficial do Estado, veiculada em ode às conquistas nacionais, numa franca expressão do argumento proposto de as revistas funcionarem como escolas de pensamento; e, neste contexto, pensamentos de crescimento, modernidade e progresso<sup>19</sup>. Mas é no conteúdo fotojornalístico propriamente dito que as revistas ilustradas enunciam a modernidade em progresso; notadamente, no fotojornalismo político.

A análise dos discursos fotojornalísticos pressupõe uma estratégia metodológica que considere os três suportes discursivos que compõem a matéria publicada (fotografias, reportagem e legenda) em suas relações de complementariedade<sup>20</sup>. E tal complementariedade, nas fotoreportagens publicadas nas revistas **O Cruzeiro** e **Manchete**, no caso brasileiro, afirmam a pedagogia da modernidade<sup>21</sup>.

As categorias observadas na composição fotojornalística das revistas ilustradas brasileiras em estudo consolidam uma tipologia de legendas que se subdivide, em termos metodológicos, entre categorias de formas e funções. No que concerne à forma, as legendas figuram como relatos, descrições, explicações, apresentações ou afirmações. Já no que

---

<sup>14</sup> Um estudo que apresenta em parte uma reflexão sobre os editoriais das revistas ora pesquisadas foi apresentado no VIII Simpósio Internacional da ANPHLAC, em Vitória, no ano de 2008. O material foi publicado nos anais eletrônicos do Simpósio, disponível em [www.anphlac.org](http://www.anphlac.org).

<sup>15</sup> Por exemplo, a campanha dos *novos e ultramodernos* ventiladores Hickok, na revista *Esto És*, no ano de 1953, ou a campanha baseada em *facilidade, velocidade e praticidade* do mundo moderno com os Aparelhos Elétricos n' *O Cruzeiro* em 1959, ou ainda na campanha da Walita, que sob o slogan *Quem tem um Walita tem tudo*, condiciona a síntese da vida moderna à propriedade de um eletrodoméstico.

<sup>16</sup> Como a publicidade dos jeans Farwest: *Todo mundo é gente moça quando a calça é Farwest*. *O Cruzeiro*, 5 de março de 1956.

<sup>17</sup> *Já está correndo nas estradas do Brasil VOLKSWAGEN BRASILEIRO* e da Aerowillis do Brasil que, ressaltando o espaço e o conforto dos carros, sob ilustrações de luxo e modernidade, convidam os leitores a conhecê-lo nas concessionárias do país, n' *O Cruzeiro* em 1959; a campanha que anuncia *finalmente o grande carro brasileiro*, ladeado por uma aeronave.

<sup>18</sup> Como a campanha dos Cigarillos *American Club* na Revista *Ahora*.

<sup>19</sup> Novamente, o trabalho citado na nota 14 dedica-se à observação destas peças publicitárias oficiais, notadamente do governo Perón.

<sup>20</sup> GOMBRICH, E. **The essential Gombrich: selected writings on art and culture**. London: Phaidon Press, 1996.

<sup>21</sup> Tal trabalho compõe-se exatamente da minha pesquisa de mestrado **Modernidade em Alvorada: Brasília e a imagem do Brasil moderno no fotojornalismo d' *O Cruzeiro* e da *Manchete* (1956-1960)**. Orientador: Prof.Dra. Celeste Zenha. RJ: UFRJ/IFCS/PPGHIS, Dissertação de Mestrado, 2003.



concerne às suas funções, estas destinam-se à valorização, informação, convencimento, registro, autoria, justificativa ou comprovação do discurso enunciado.

Num total de 96 fotoreportagens de natureza política publicadas pelas duas revistas no período JK (sendo 30 d'O Cruzeiro e 66 da Manchete), temos aproximadamente 78% das fotografias acompanhadas por legendas. Na análise cruzada entre forma e função das legendas, depuramos os seguintes dados: 53% das legendas publicadas apresentam-se como relatos, com função de valorização do conteúdo progressista apresentado. Em segundo lugar, 27% das legendas descrevem a fotografia, igualmente cumprindo uma função de valorização.

Já na análise das fotografias, as imagens, categorizadas em vistas, cenas, modelos ou retratos, cumprem funções distintas de apresentação, ocupação, ensinamento, eternização, registro ou assinatura de um determinado discurso. São 377 fotografias publicadas, das quais 41% são cenas que tem função de ocupar (Brasília, fundamentalmente), seguidas 36% de vistas e/ou cenas cuja função é apresentação.

Neste sentido, o que podemos depurar da análise do discurso fotojornalístico destas revistas ilustradas é a afirmação da modernidade não somente pelo texto da reportagem, mas também pela composição discursiva com fotografias e legendas, cujas formas e funções dão escopo à enunciação da modernidade, tema explícito de 27 das 96 fotoreportagens publicadas.

As 69 fotoreportagens restantes apresentam um *Brasil do Ainda*. Fotoreportagens de caráter político que (d)enunciam catástrofes, mazelas e atrasos do país, todas marcadas legendas de cunho descritivo ou explicativo em sua forma, e cumpridoras de função justificativa e/ou de convencimento do iminente progresso. São matérias sobre desemprego, acidentes, miséria e outros temas demeritórios do país; contudo, são semantizadas pela esperança do progresso e pelo movimento do país, com seu programa de desenvolvimento, e seu presidente realizador.

Já no que concerne às revistas argentinas, é justamente neste fotojornalismo de denúncia, diluído pelo sentido de movimento nacional, que se concentra o temário das fotoreportagens do governo Frondizi.

São 44 fotoreportagens na revista **Ahora**, 32 em **Mundo Argentino** e 55 em **Esto És**. Ao todo, 131 fotoreportagens dentre as quais 88 se concentram na denúncia dos descaminhos

nacionais, sob a luz e a promessa de superação decorrentes do programa de modernização, desenvolvimento econômico e consequente crescimento nacional.

Num universo total de 412 fotografias publicadas, 386 trazem legendas, majoritariamente descritivas (31%) e afirmativas (28%) dos caminhos de progresso trilhados pela nação, valorizando as conquistas auferidas ou justificando a demora na conquista da modernidade.

As fotografias estampam cenas que apresentam o atraso a ser superado (41%), complementadas por legendas e reportagens ufanistas e seguras da agenda de crescimento do país. Seguindo a forma-função de cena/apresentação do atraso sob a marca do progresso, contabilizamos outra ampla margem de fotos (23%) cujas cenas retratadas registram a modernização nacional, sob textos e legendas informativas do progresso.

#### BIBLIOGRAFIA

- BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa**. RJ: MauadX, 2007.
- BEIRED, J.L.B. “A grande Argentina”: *um sonho nacionalista para a construção de uma potência na América Latina* IN: Revista Brasileira de História. SP: volume 21, número 42, 2001.
- BETHELL, L. **História da América Latina – América Latina após 1930**. SP: EdUSP, 2005.
- BOTELHO, A., BASTOS, E. & BÔAS, G. (orgs) **O Moderno em Questão- a década de 1950 no Brasil**. RJ: Topbooks, 2008.
- BUCHRUCKER, Christian. **Nacionalismo y peronismo**. Buenos Aires: Losada, 1952.
- DONGHI, T. **História da América Latina**. RJ: Paz e Terra, 2006.
- GERCHUNOFF, A. **Argentina, país de advenimiento**. Buenos Aires: Sudamericana, 1987.
- HOROWICZ, A. **Los cuatro peronismos**. Buenos Aires: Edhasa, 2007.
- IRAZUSTA, R. & J. **La Argentina y el imperialismo británico**. Buenos Aires: Ed.Argentinas Condor, 1934.
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. SP: Brasiliense, 1988.
- REIN,R. & PANELLA, C. (orgs) **Peronismo y prensa escrita**. Buenos Aires: EDULP, 2008.
- RIBEIRO, Ana Paula G. *Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950*. IN: **Estudos Históricos**. RJ: número 31, 2003, pp 147-160.
- SARLO, Beatriz. *Identidades culturais: as marcas do século XX* IN: **Tempo Presente**. SP: Jose Olympio, 2004.
- SILVA, Adriana Hassin. **Modernidade em Alvorada: Brasília e a imagem do Brasil moderno no fotojornalismo d’O Cruzeiro e da Manchete (1956-1960)**. Orientador: Prof.Dra. Celeste Zenha. RJ: UFRJ/IFCS/PPGHIS, Dissertação de Mestrado, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Modernidade na América – imprensa, identidade e revistas ilustradas nos anos 1950 no Brasil e na Argentina*. IN: **Anais eletrônicos do VIII Simpósio Internacional da ANPHLAC**. Disponível em: [www.anphlac.org](http://www.anphlac.org).
- VALDÉS, E. O Pensamento Nacionalista na América Latina e a reivindicação da identidade econômica (1920-1940) IN: **Estudos Históricos**. RJ: número 20, 1997.