

A Rio Magazine de Alfredo Tomé¹

Ana Claudia L. F. LOPES²
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

A Rio Magazine foi uma revista social que também trazia poesias, crônicas, matérias sobre arte, literatura e política, que circulou no Rio de Janeiro entre 1933 e 1964, voltando brevemente nos anos 1970. Em 1944 foi comprada pela jornalista Alfredo Tomé e teve seu auge na década seguinte. Apesar de ter circulado por mais de 30 anos, é praticamente inexistente nos arquivos públicos da cidade, o que contribui para o seu esquecimento e ausência em trabalhos acadêmicos, tanto como objeto quanto fonte. Esse artigo propõe ser um registro sobre a revista durante a direção de Alfredo Tomé, e chamar atenção para o seu uso como fonte de pesquisa sobre o comportamento e mentalidade da alta sociedade carioca do período.

Palavras-chave: Rio Magazine; Alfredo Tomé; história do jornalismo; colonismo social; alta sociedade carioca.

Introdução

Como entrar na sociedade? Não há fórmula mágica. Uma boa madrinha como a líder Ivone Lopes ajuda; um bom casamento, idem; ou a cobertura de uma revista como “Sombra”, “Rio Magazine” e de um dos colunistas de penetração. (SUED, nov., 1960, p. 36).

A Rio Magazine foi uma revista mensal³ que se propunha a cobrir as festas, jantares, casamentos bem frequentados e eventos da alta sociedade carioca e do *grand monde*, além de trazer notícias sobre os últimos lançamentos de moda, poesias, crônicas, matérias sobre arte, literatura e política. A publicação foi lançada em 1933, mas obteve seu auge nos anos 1950, após ter sido comprada em 1944 pelo jornalista, escritor e teatrólogo paulista Alfredo Tomé. Em 1964 ela parou de circular, voltando por um breve período no início dos anos 1970.

¹ Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Curso de Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ, email: miss.anaclaudialopes@gmail.com.

³ Pôde-se constatar que alguns meses eram pulados ocasionalmente e até duas edições por ano englobavam dois meses, por exemplo, novembro e dezembro, ou abril e maio.

Apesar de ter existido por mais de 30 anos, chama atenção a sua quase inexistência em arquivos públicos da cidade⁴. Conseqüentemente, como esses arquivos são fontes para pesquisas e trabalhos acadêmicos, não há registros ou bibliografia sobre a Rio Magazine nesses âmbitos. Em vista disso, esse artigo propõe apresentar essa publicação que ficou esquecida no tempo e, partir da inclusão deste nos anais digitais do Intercom, deixar um vestígio que pode servir para futuros trabalhos de pesquisa.

A questão dos arquivos e sua influência sobre a memória e o esquecimento trazem à tona as ideias de Fausto Colombo em “Os Arquivos Imperfeitos” e de Pierre Nora sobre lugares de memória. Mesmo com a compulsão contemporânea de arquivamento e as tecnologias existentes para isso, Fausto deixa claro que ainda há uma seleção do que será ou não arquivado – ou seja, do que será ou não lembrado (1991, p.87-106). Os arquivos, por sua vez, constituem lugares de memória, no sentido que Nora emprega como “qualquer entidade significativa, seja de natureza material ou não, que à força de um desejo humano ou por um trabalho do tempo se tornou um elemento simbólico da herança memorial de uma comunidade” (1996, p.XVI). Para Nora, a memória moderna é acima de tudo arquivista. No caso da Rio Magazine, a sociedade da época decidiu pelo não arquivamento dessa publicação que poderia servir como espaço de memória coletiva e social de determinado grupo. O resultado é que a Rio Magazine é hoje uma mídia esquecida, por não estar presente em arquivos – âncoras da memória –, como se tivesse sido apagada da história.

Dessa forma, uma pesquisa como essa é feita de rastros – vestígios que sobreviveram ao tempo de forma não sistematizada, ao contrário do que seria feito num arquivo, por exemplo. Tomei conhecimento da publicação porque minha avó guardou três exemplares. Na época em que fazia uma pesquisa sobre o comportamento da alta sociedade carioca e a moda no anos 1950, a Rio Magazine me pareceu ser, pelo seu teor, uma fonte de grande valia. O acesso aos exemplares, entretanto, se provou um desafio.

Os dados apresentados neste artigo, sobre a revista e seu diretor Alfredo Tomé, foram coletados a partir de menções nos jornais digitalizados da Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional, e a partir de uma entrevista com Sonia Tomé, filha do antigo diretor. Também foi graças a Sonia Tomé que os exemplares da revista puderam ser

⁴ Não há exemplares na Biblioteca Nacional, na ABI (Associação Brasileira de Imprensa), ou no Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro. O IHGB (Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro) possui somente quatro edições: set. 1942, fev. 1956, jun. 1957, e set. 1958.

acessados, já que ela mantém em sua casa, fechada do alcance público, a coleção (incompleta) das edições de 1944 a 1964⁵.

Alfredo Tomé e Rio Magazine (1944-1964)

A trajetória de Alfredo Tomé é de fundamental importância para o entendimento da Rio Magazine, já que sua vida pessoal de Alfredo Tomé se mistura à da revista, e sua vivência e filosofia de vida teve influência direta no conteúdo e formato da mesma. Além disso, devemos pensar o jornalismo como um “lugar de evidência de uma pesquisa que trata de práticas e processos de homens inseridos em relações de comunicação” (BARBOSA, 2013, p.2).

Alfredo nasceu em São Paulo em 1909, filho do empresário Felipe Tomé, descendente de turcos libaneses. Ele se mudou para o Rio de Janeiro no início dos anos 1940, depois de ter trabalho como jornalista em São Paulo durante vários anos. Sabe-se que em 1937 fez parte da equipe de redação da recém-lançada revista paulista “Problemas”. Já em junho de 1939 (até janeiro de 1942) seu nome consta no expediente do periódico Dom Casmurro como diretor da sucursal paulista. Seus artigos para a publicação versam sobre literatura, artes plásticas e teatro: traz uma entrevista com Monteiro Lobato, realizada no atelier do escultor J. Figueira, entrevista com o pintor Hugo Adami (que posteriormente faria parte do seu círculo social no Rio de Janeiro), falam de Machado de Assis, Procópio Ferreira, a comédia brasileira - mais especificamente Alfredo Fróis, sobre o qual havia escrito um livro -, entre outros.

Antes de comprar a Rio Magazine em 1944, ele teve três livros publicados: “A Canalha Sexual” (1936), “A verdade sobre Portugal” (1936) e “Leopoldo Fróis e o teatro brasileiro” (1942). Segundo nota no Jornal do Brasil de 20 de maio de 1936, o segundo foi lançado em todo o Brasil, e traduzido para o castelhano pela Editora Iman, que o teria distribuído em todos os países da América do Sul e Espanha. Este traz suas observações sobre a ditadura de Salazar, constatadas a partir de uma viagem à Europa. Já o último, lançado pela José Olympio Editora, alcançou grande repercussão nos jornais da época, que louvavam o ineditismo do tema frente à falta de bibliografia sobre o teatro brasileiro.

Ainda em 1942, ele apresentou o programa de rádio “Informações, por favor”, que a partir de 11 de dezembro passou a integrar a nova programação da Radio Transmissora (DIÁRIO DA NOITE, 12 dez., 1942, p.5). No ano seguinte, a peça “Boneco de Palha”,

⁵ É importante fazer uma ressalva que todas as edições do ano de 1958, e as edições de janeiro e fevereiro de 1960, não puderam ser analisadas pois esses volumes não estavam disponíveis.

escrita por ele e Eurico Silva, foi encenada no Teatro Regina, tendo Mário Lago como intérprete do principal papel masculino. Segundo o Diário da Noite de 8 de maio de 1943, a peça trazia uma “divertida e aguda ‘charge’” (p.5).

Essa trajetória deixa evidente que Alfredo era, em primeiro lugar, um homem “das artes”. Pelo seu envolvimento com teatro, sua casa era frequentada por artistas como Grande Otelo, Sarita Montiel, Fábio Sabag e Bibi Ferreira (TOMÉ, 2015). Isso se reflete na revista na inclusão de poemas, crônicas, matérias sobre arquitetura moderna e arte (principalmente a arte moderna do período). Eram colaboradores da revista a poetisa Adalgisa Nery, a jornalista Elsie Lessa (que escreveu também para O Globo de 1952 a 2000), Rubem Braga, Ivan Pedro Martins (jornalista, publicitário, romancista, e tradutor dos livros de Marshal McLuhan), a escritora Ilka Labarthe (que fazia parte do corpo editorial), entre outros.

A associação com a literatura era uma característica do jornalismo do período, considerado, até a metade do século XX, como um “subproduto das belas artes” (RIBEIRO, 2003, p.1). Entretanto, o conjunto dos textos assinados por nomes conhecidos e as inúmeras imagens dos eventos sociais, aliados à uma diagramação bem cuidada, inegavelmente a posicionavam como uma revista sofisticada.

A Rio Magazine era uma revista muito bem cuidada [...]. Era uma revista sofisticada, com tudo do bom e do melhor, com o melhor papel, os melhores jornalistas, enfim, era uma coisa muito... As capas eram todas da Isabel Pons... Se eu quiser fazer uma exposição hoje, eu faço uma exposição linda com as capas da Rio Magazine! E o papai também tinha esses contatos. A Isabel, por exemplo, era muito amiga dele. O Di Cavalcanti era amigo dele. O menino Bandeira... era Antonio Bandeira... também. [...] Esse que pintou o retrato deles, o Guayasamín⁶, um pintor equatoriano muito conhecido também. Então como ele tinha toda essa ligação com o mundo artístico da época, a revista também falava um pouco disso, como falava também de moda, como falava de outros assuntos que não só a vida social. (TOMÉ, 2015)

O cuidado com a qualidade e diagramação era evidente. A revista era toda impressa em papel couché e tinha o formato 26 X 34cm, o que chamava atenção. A capa vinha em cores e o miolo em preto e branco. A diagramação procurava ser criativa, usando tipografias diferentes (muitas vezes imitando o escrito a mão), recortando as fotografias, ou publicando as imagens na diagonal. O diretor de arte era S. Castello Branco, quem também assinou a maioria das capas dos anos 1950 – a pintora e ilustradora espanhola Isabel Pons,

⁶ Oswaldo Guayasamín.

como relatou Sonia Tomé, assinou algumas no final da década e nos anos 1960, assim como o artista plástico argentino Enrique Peyceré.



Capa de S. Castello Branco, edição out., 1953; capa de Peyceré, abr., 1954; Capa de Isabel Pons, jul., 1956.



Matéria “Na maior praia do mundo”, edição jan., 1949; primeira página da matéria “Fath na Bahia”, edição nov., 1952.

Dentre as matérias de arte da Rio Magazine, há impressões sobre a Bienal, inauguração e exposições no MAM, matéria sobre El Greco e sobre o artista Flávio de Carvalho. Ferreira Gullar escreveu as matérias “Visão Nacional de Arte Moderna” (jun., 1956) e “Artes Plásticas” (ago., 1956), e em 1953 uma série de reportagens procurava responder “O que é pintura moderna?”.

É importante ressaltar que o foco no conteúdo de arte – principalmente relacionado ao Modernismo, que representava a vanguarda neste campo – refletia a mentalidade da elite brasileira da época, que pretendia seguir o que havia de mais novo para colocar o Brasil na rota da modernidade, tendo como parâmetro o que era visto no exterior (nos Estados Unidos

em relação à economia; na França em relação à moda e à uma ideia de “elegância”; e nas vanguardas artísticas de forma geral). No país havia o sentimento de que o Brasil estava a caminho de se tornar uma nação desenvolvida. A mídia refletia essa sensação de prosperidade através da admiração e perplexidade pelo “novo” em diversos segmentos da vida pública e privada, e a Rio Magazine se inseria nessa produção.

Vale lembrar que a década de 1950 ficou conhecida como “anos dourados” devido ao desenvolvimento em ritmo acelerado. Levantávamos arranha-céus feitos de aço e concreto nacionais, tínhamos petróleo e produzíamos seus derivados, tínhamos hidrelétricas gigantescas, produzíamos nossos próprios tecidos de algodão, os automóveis eram feitos em território nacional, chegamos até à fabricação de aviões, sem contar em inúmeros eletrodomésticos – geladeira, enceradeira, bateadeira, liquidificador, entre outros – que vieram trazer praticidade para a vida moderna (MELLO; NOVAIS, 1998). Desse modo, palavras como “modernidade”, “progresso” e “desenvolvimento” eram constantes nesse período, relacionadas a diversos âmbitos: à indústria, à urbanização, e até mesmo à moda.

Os governos de Getúlio Vargas (1951-1954), e Juscelino Kubitschek (1956-1961) difundiam e legitimavam essa ideologia de progresso. Em entrevista para a Rio Magazine, Ricardo Jafet, apontado como presidente do Banco do Brasil em 1951, afirmava que o Brasil estava em “pleno desenvolvimento econômico” (RIO MAGAZINE, mar., 1951, p.22). A inauguração de Brasília, nova Capital Federal construída em cinco anos, e “o mais acabado monumento da moderna arquitetura brasileira” (MELLO; NOVAIS, 1998, p.560), serviu para coroar o “Plano de Metas” de JK, acompanhado do slogan “50 anos em 5”.

Outro fato importante sobre o conteúdo da revista é seu direcionamento político – obviamente espelhado no do seu diretor. Essa era uma característica do jornalismo brasileiro na época, quando os veículos se posicionavam politicamente, e a Rio Magazine não fugia desse alinhamento. Fica claro na análise da revista o partidarismo a Getúlio Vargas e, em seguida, a Juscelino Kubitschek.

A publicação dedicou 44 páginas na edição de janeiro de 1951 à posse de Getúlio Vargas (o próprio Governo veiculou um anúncio na revista em agradecimento pelos votos) e alguns eventos em embaixadas ocorridos em decorrência da posse (e nenhum espaço para o suicídio de Vargas ou tensões e crise do governo, por exemplo). Também foram dedicadas 30 páginas à Juscelino Kubitschek, não na época de sua posse, mas na comemoração de seu primeiro ano de governo (iniciando com duas páginas de saudação do próprio presidente), e mencionando também as ações filantrópicas da primeira-dama. Foi

notado que a revista dedicava diversas páginas aos feitos econômicos que evidenciavam o desenvolvimento do país – feitos esses capitaneados pelo governo e pela elite econômica. Em 1952 e 1953, ela publicou o balanço econômico do Banco do Brasil, compilado pelo então presidente do banco, Ricardo Jafet, uma das figuras regularmente presente nas recepções e eventos retratados pela Rio Magazine, e em 1952, traz uma entrevista de quatro páginas com o mesmo.

Ao pesquisar os jornais do período, fica claro que os Tomé e os Kubitschek se reuniam socialmente em diversas ocasiões – em jantares para comemorar o aniversário de Alfredo, em recepções no Itamaraty, na inauguração de Brasília, etc. Sonia Tomé confirma o vínculo entre as duas famílias:

Mamãe era o braço direito de todos os comitês do JK... Meu irmão foi casado com a sobrinha do JK... Então era família. Família mesmo, assim... muito próximo mesmo. Tinha essa lado também político. E esse lado político seríssimo porque o JK tratava o papai como um *Deus*. Ofereceu *tudo* para o papai - Ministério... Nunca ele aceitou nada! Nunca! (TOMÉ, 2015)

Não se sabe ao certo quando Alfredo Tomé se mudou para o Rio de Janeiro, mas segundo a filha Sonia, isso se deu em 1942 ou 1943. Em 1944 ele comprou a Rio Magazine, revista que circulava desde 1933. Uma nota no jornal Diário da Noite, publicada à véspera da comemoração de 21 anos da revista em 1954, dá a entender que na ocasião a publicação era deficitária, e que Tomé foi bem sucedido em transformá-la em um negócio rentável:

O sr. Alfredo Tomé tem-se dedicado à “Rio Magazine” há longos anos. Desde uma época em que ninguém acreditava pudesse uma revista-social sobreviver, sem vultoso prejuízo. Até então, todas as existentes no Brasil eram deficitárias, inclusive a própria “Rio Magazine”. Pois bem: o nosso Tomé levou a sério o “caso” e transformou a sua publicação num magnífico órgão da imprensa especializada carioca. E hoje, a “Rio Magazine” vai de vento em pôpa. (DIÁRIO DA NOITE, 29 out., 1954, 2ª seção, p.5, coluna Sociedade)

Uma matéria na própria Rio Magazine, sobre o seu aniversário de 19 anos, deixa claro que na época da compra o cenário econômico não era propício pois “todo o comércio de luxo sofria as piores restrições na importação de mercadorias e, como consequência, a publicidade minguava a passos largos” (dez., 1952). A matéria relata também que “um lastro de deficiências e irregularidades marcavam o passado desta publicação, inclusive o seu formato, discreto e inexpressivo”, de forma que uma das primeiras medidas foi modificar o formato e regularizar a penetração e periodicidade mensal.

As concorrentes eram Sombra e Rio, “duas magníficas revistas, de categoria e projeção nacional, inteiramente firmadas no mercado” (RIO MAGAZINE, dez., 1952). A

revista Rio foi comprada por Roberto Marinho em 1944 e reeditada nos anos 1950 pela Rio Gráfica Editora – inaugurada por ele em 1952 (MEMÓRIA ROBERTO MARINHO). Já a Sombra foi lançada em 1940 e circulou até 1960, sempre editada por Walther Quadros. Um fato interessante a ser apontado é que, em relação ao estilo das capas, formato, diagramação e uso da tipografia, as três revistas eram praticamente iguais – Rio e Sombra adotavam o formato 27 X 32,5cm. É possível que as publicações de Alfredo Tomé e Roberto Marinho tenham se inspirado na diagramação da revista Sombra, que é de 1940, ou seja, anterior à compra das duas pelos empresários. Seria interessante uma comparação entre as três, mas outro fato digno de nota é que as duas concorrentes também não foram preservadas nos principais arquivos do Rio de Janeiro.

A circulação da Rio Magazine era de 5.000 exemplares, mas um anúncio de fevereiro de 1956 (SÃO PAULO MAGAZINE, p.2), afirmava que cada exemplar era lido por mais de quinze pessoas, totalizando um público leitor de 80.000 por edição. O anúncio dizia também que “cada leitor da Rio Magazine, pela sua categoria social e econômica, equivale a 300 leitores de publicações populares” e que, “Rio Magazine, nos lares, é manuseada e conservada exposta o mês inteiro” – o que corrobora a questão sobre sua sofisticação e posicionamento como uma revista de alto padrão. A revista tinha, em 1957, uma sucursal em São Paulo, e representantes em Recife, Paris e Nova York.

Em dezembro de 1953 Alfredo Tomé lançou a São Paulo Magazine, que também saía mensalmente. Um anúncio sobre a publicação diz ser “a maior e mais luxuosa da cidade de São Paulo”, e declara que “mais de 60 mil paulistas folheiam mensalmente a sua revista predileta”. Esta tinha uma parte intitulada “Suplemento Rio Magazine”, onde reproduzia conteúdo da edição carioca, e a Rio Magazine, por sua vez, passou a reproduzir conteúdo da paulista. Não foi possível estabelecer quando a São Paulo Magazine deixou de ser publicada.

Nas palavras de Sônia Tomé, a Rio Magazine “atingia mesmo a uma classe mais AAA da época” (2015). Apesar do seu conteúdo cultural, ela era conhecida realmente por registrar os principais eventos sociais do “escol” carioca - “escól social” era uma expressão muito usada pela publicação nas coberturas dos eventos sociais. Segundo o Minidicionário Aurélio, “escol” significa “elite”, ou “as pessoas mais cultas” (FERREIRA, 1993, p.219).

O uso de palavras estrangeiras também denota o público para o qual ela era direcionada. Palavras em francês - como “trés charmante”, “soirée” -, já dividiam espaço com um vocabulário em inglês - “week-end”, “night club”, “smart set”, “society” carioca. É

válido ressaltar também que entre 1948 e 1960 foram observadas oito matérias e/ou editoriais de moda publicados em francês⁷. A Rio Magazine também tinha a sessão “Últimas de Paris”, que noticiava aberturas de *boutiques* na capital francesa, o que dava um tom internacional à revista e a sensação de proximidade com a “capital da moda”. Em julho de 1953 ela inaugurou a sessão “De Roma para Rio Magazine”, e em março de 1956, a “Bilhete para New York”, além de, ao longo dos anos, ter publicado inúmeras matérias sobre turismo em outros países.

Em relação à moda, a maior destaque era dado à francesa, principalmente quando os costureiros visitavam o Rio de Janeiro. Os desfiles de Dior, Balmain e Givenchy no Copacabana Palace foram amplamente cobertos fotograficamente, assim como os desfiles beneficentes, patrocinados por damas da sociedade (principalmente os anuais do Pró-Matre e da Festa de Rosas), e também os da Casa Canadá, considerada a representação nacional da alta-costura. Outro fato curioso e válido de ser chamado atenção é que, até janeiro de 1950, a Rio Magazine trazia em sua sessão de moda damas da sociedade vestindo as últimas criações de grandes costureiros internacionais que elas mesmas haviam trazido de alguma viagem recente à Europa ou Estados Unidos. Assim, na edição de maio de 1949, a “Rio Magazine focaliza, por uma gentileza da senhora do diplomata Sotero Cosme, recém-chegada de Paris, as últimas criações da moda”, apresentando na primeira foto a “linha ultra-moderna de Jean Dessés” (p.20-21).

Através das reportagens da Rio Magazine sobre coquetéis, festas, chás beneficentes, recepções privadas, e jantares da alta sociedade, observamos que o “escol social carioca” era formado por uma mistura de pessoas de procedências diversas: “altas patentes militares, ministros de Estado, governadores, senadores, deputados, ministros do Supremo, acadêmicos, intelectuais e os nomes conhecidos e prestigiados da nossa sociedade” (RIO MAGAZINE, set., 1952, p.26-29); “a gente mais expressiva de todos os setores da nossa atividade [...]. Financistas, industriais, banqueiros, homens da sociedade, intelectuais, jornalistas” (RIO MAGAZINE, jun., 1953, p.62-63, sobre o coquetel no Vogue oferecido por Carlinhos Guinle e senhora).

É importante lembrar que o Rio de Janeiro era então Capital Federal do Brasil e, como vimos acima, representantes do Governo e suas esposas se misturavam com as

⁷ Nas edições de mai., 1949, p.14-15; jun., 1953, n.226, ano XX, p.28-30; abr., 1954, n.235, ano XX, p.72-73; dez., 1956, n. 263, ano XXIII, p. 38-39; mar., 1957, n.266, ano XXIII, p.32-33; ago, 1957, n.271, ano XXIII, p.66-67; nov./dez., 1959, n.295, ano XXVI, p.53; e mar.60, n.298, ano XXV, p.22-33, essa última escrita em francês e inglês.

famílias tradicionais da sociedade, com empresários e até intelectuais, formando o que era conhecido como a “elite carioca”.

No Rio de Janeiro, o calendário social era sistemático, dominado por bailes de gala, recepções e eventos, e também as idas a boates e restaurantes, pois nessa época instituiu-se o hábito de comer fora. Através da análise da Rio Magazine, pôde-se entender esse “calendário” que se repetia anualmente. No início do ano a alta sociedade se deslocava para Petrópolis para fugir do calor do Rio de Janeiro, de forma que os bailes eram transferidos para o Quitandinha, e as recepções – muitas vezes eventos diurnos – para as casas de veraneio de integrantes da sociedade, pessoas com situação financeira elevada a ponto de ter uma casa de veraneio. Era a “temporada serrana”, que terminava em fevereiro ou início de março, depois do Carnaval.

Em março, o Country Club no Rio de Janeiro reiniciava seu tradicional jantar dançante aos domingos (RIO MAGAZINE, mar., 1955, p.24). Maio marcava o início da estação social (a *season*) quando, a partir de então, o calendário de eventos se intensificava. Nesse mês realizava-se a Festa das Rosas, com um desfile onde as modelos eram jovens da sociedade, elegia-se a “Rainha das Rosas”, e a cada ano o evento tinha uma patronesse diferente. Em agosto acontecia o Grande Prêmio Brasil no Jockey Clube. Diversas casas de moda – inclusive a Canadá – anunciavam e até mesmo desfilavam coleções especiais para o *Sweepstake*⁸. A quinzena do *Sweepstake* era movimentadíssima de eventos sociais pois a cidade recebia visitantes de fora, o que era motivo para diversos coquetéis e recepções particulares. Na agenda oficial do evento pontuava o coquetel para as delegações estrangeiras, o grande Baile no Copacabana na véspera, a corrida propriamente dita no domingo, o jantar no Country Club no próprio domingo e, na segunda, o jantar da *Nuit de Longchamps*.

Em setembro, ocorriam os bailes de debutantes. Durante todo o ano havia ainda chás beneficentes, almoços e jantares em homenagem a celebridades do *grand monde*, e ainda concursos como o Glamour Girl (no Copacabana Palace).

Durante a pesquisa em jornais, pôde-se notar que a Rio Magazine era apresentada como a “revista-social mais lida do Brasil” (DIÁRIO DA NOITE, 29 out., 1954, 2ª seção, p.5); “grande registradora dos acontecimentos sociais. Nada lhe escapa” (ÚLTIMA HORA,

⁸ A palavra “sweepstake” acabou se tornando quase um sinônimo para o “Grande Prêmio Brasil”, mas na realidade *Sweepstake* era o sorteio da loteria que acontecia durante o evento. Nos dias que antecediam a corrida, as casas lotéricas vendiam bilhetes numerados. Então, durante o Grande Prêmio Brasil, antes do páreo principal, era sorteado um número de bilhete para cada cavalo (a partir de então, somente aqueles números concorriam ao prêmio em dinheiro). O dono do bilhete cujo número havia sido associado ao cavalo vencedor, ganhava uma quantia grande em dinheiro.

26 nov., 1952, p.2, coluna Na Hora H); e Alfredo Tomé como “jornalista do society” (A NOITE, 21 nov., 1955, 1º caderno, p.3, coluna Ronda do Catete), e “o homem que mais entende o jornalismo classe A no Brasil” (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 27 jan., 1970, 1ª seção, p.6, coluna Heron Domingues).

Além da cobertura fotográfica dos eventos, as colunas sociais também representavam uma parte importante da revista. Durante o período pesquisado, havia sempre entre 2 a 4 colunas sociais por edição. Ibrahim Sued, o grande colunista do Rio de Janeiro, autor de diversas gírias que foram apropriadas pelos leitores, era um colaborador constante. Segundo Isabel Travancas (2000), Sued criou um estilo próprio de colunismo ao escrever uma coluna diária, chamada Zum Zum, a partir de 1951 no jornal Vanguarda.

Também chamava-se Zum Zum sua primeira coluna na Rio Magazine, de setembro de 1951 a fevereiro de 1952. Esta foi seguida pela Café Society, que circulou de maio de 1952 e março de 1954. Segundo Sonia Tomé, “o Ibrahim era o melhor amigo do papai! Eram dois turcos velhos amigos. [...] Tem livro do Ibrahim em homenagem ao papai... Acho que o primeiro livro dele já foi em homenagem ao Alfredo. Eles eram muito muito muito muito amigos” (TOMÉ, 2015). Sued também apresentou na publicação suas famosas listas das “As 10 mais elegantes do Brasil”, e “Os 10 mais elegantes do Brasil”.

Aqui vale ressaltar que o silêncio em relação à Rio Magazine se estende à biografia de Ibrahim Sued, já que nenhuma fonte pesquisada registrou sua passagem pela publicação. Essa inexistência na biografia do maior colunista social do Brasil – que até hoje tem um reconhecimento e exposição significativos – só vem contribuir para o esquecimento sobre a Rio Magazine.

Apesar de ser direcionada a um público AAA, é claro que a revista atingia também outros extratos da sociedade, curiosos em saber, de uma forma aspiracional, sobre os hábitos da elite e, no caso do público feminino, sobre os lançamentos de moda e os *ensembles* usados pelas mais elegantes da sociedade. Um extrato do texto de Travancas sobre o conteúdo da coluna de Ibrahim cabe para descrever também a própria Rio Magazine:

Agora estamos entrando em um mundo particular o da elite financeira, política e cultural do Rio de Janeiro. Falar de bailes e festas é falar de uma das principais atividades deste segmento. E sem dúvida este é um dos temas importantes na coluna de Ibrahim. É onde a própria elite se vê e se reconhece e é através dela que as outras classes podem conhecê-la e identificá-la. (TRAVANCAS, 2000, p.7)

Uma outra característica importante de Alfredo Tomé é que ele fazia parte da alta sociedade que era apresentada nas páginas da revista (ele e esposa aparecem inclusive em diversos registros fotográficos da mesma). Principalmente nas décadas de 1950 a 1970, o casal Alfredo e Jacyra Tomé é constantemente citado nas colunas sociais dos principais jornais do Rio de Janeiro.

Em 1960, Tomé se envolve em outro empreendimento: a construção do edifício Rio Magazine na Lapa. No último andar, ele montou o Clube Rio Magazine, com salão de jogo, e, no “roof”, “um luxuoso restaurante cuja decoração estará a cargo do marquês de La Stuffa” (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 16 jan., 1960, coluna Pomona Politis). Foram vendidos títulos para o Clube, e os jornais da época deixam entender que estes eram caros e direcionados a uma camada seleta da sociedade: “O sr. Tony Mayrink Veiga, também conhecido como o mais belo homem da sociedade carioca, é o mais novo sócio do Clube Rio Magazine, que vem aumentando em muito o caixa já bastante alto do simpático sr. Alfredo Tomé” (DIÁRIO CARIOCA, 22 fev., 1961, p.6, coluna Sociedade, de Jean Pouchard); “O Sr. Alfredo Tomé informa que os títulos do Clube Rio Magazine, que está sendo decorado pelo marquês de La Stufa, subiram para duzentos mil” (DIÁRIO CARIOCA, 31 out., 1962, coluna Sociedade, de Jean Pouchard).

Uma nota em particular chama atenção, pois faz pensar que o sucesso da Rio Magazine e de outros empreendimentos de Alfredo se deveram à sua habilidade em lidar com a mídia, principalmente com os colunistas sociais:

Os colunistas Jean Pouchard, Pomona Politis, Jacintho de Thormes e Pedro Muller serão recepcionados na próxima terça-feira no restaurante do Jóquei Clube (na cidade), com um elegante almoço oferecido pelo presidente do Clube Rio Magazine, sr. Alfredo Tomé. Nesta ocasião receberão os títulos de sócios proprietários da elegante agremiação, que congrega figuras ‘top’ da alta sociedade. Os presentes títulos estão cotados na Bolsa de Títulos na base de meio milhão de cruzeiros. Êste colunista receberá também a mesma homenagem do simpático Alfredo Tomé. Gratos. (DIÁRIO CARIOCA, 14 dez., 1962, coluna Jovem Society, de Barão de Siqueira Júnior)

Na pesquisa nos jornais foi também notado que alguns colunistas que escreviam sobre a revista eram colaboradores da mesma – o que dá a ideia de “jabá” (para usar uma expressão do meio), sendo hoje impossível saber se o convite para a colaboração se dava por um real interesse no trabalho do jornalista, ou se havia a intenção dele, em troca, mencionar a revista na coluna do jornal.

Ainda sobre o edifício na Lapa, Sonia Tomé relata que todos os andares foram vendidos na época aos milionários amigos do pai, mas que uma política econômica, que

transformou “mil em um”, dizimou os lucros (TOMÉ, 2015). Sobre a faceta de “empresário”, a filha revela que Alfredo sempre perdeu muito dinheiro por conta do lado artístico dele. “Ele sempre tinha boas ideias e ganhava muito dinheiro com isso – como ganhou muito dinheiro com a Rio Magazine [...] mas ele nunca foi um homem ‘do dinheiro’ [...] Ele não tinha essa visão de ‘tem que ter dinheiro!’”. “Ele tinha esse lado social, e tinha um lado mesmo... underground dele, que era o lado artístico. [...] Tinha esses dois lados bem fortes – muito social e também um lado artístico muito forte” (TOMÉ, 2015). Segundo ela, seu pai sempre foi muito querido e respeitado por ser uma pessoa de atitude, uma pessoa que nunca foi “vendida em nada” (fazendo alusão aos cargos políticos que não aceitou de Kubitschek).

A Rio Magazine deixou de circular no final de 1964. É importante lembrar que o Rio deixou de ser Capital Federal em 1960 (ano em que a Sombra deixou de circular), e em 1964 foi quando houve o golpe militar.

Em 1967, Alfredo Tomé estreou na TV Globo o programa semanal “Jornal da Livre Empresa”, o qual ele apresentava. Nele, entrevistava empresários e políticos. Em junho de 1968 o programa passou a ser exibido pela TV Tupi, e continuou até os anos 1970.

A revista retornou em abril de 1970 por um breve período que, segundo Sonia, durou de dois a quatro anos. Na nova fase, a filha, então com 20 anos, trabalhou como redatora. Ela fala um pouco sobre a equipe:

Ele montou uma equipe naquela época maravilhosa! A Redatora era a Gilda Chataignier, ele tinha a Angela do Rego Monteiro, ele tinha a Regina Vater, que era a paginadora dele – a Regina Vater era uma artista consideradíssima! O Antônio Pereira da Silva, o famoso Tonhão, que era uma pessoa eternamente conhecida na moda, é quem fazia a moda na revista na época. Então ele tinha toda uma equipe, na época muito bacana. (TOMÉ, 2015)

Entretanto, o Rio de Janeiro e a sociedade carioca tinham mudado e a Rio Magazine não obteve o sucesso anterior.

Mas aí não retomou... Eram os anos 70, eu até vinha com uma ideia para ele fazer uma coisa mais moderna, mais... Mas ele tinha uma tradição do que era a Rio Magazine... Aí ela durou mais uns quatro anos só nessa época, e depois acabou. (TOMÉ, 2015)

Alfredo Tomé faleceu em 1992. Nos seus últimos 20 anos de vida trabalhou como relações públicas e com publicidade.

Considerações finais

Talvez a não preservação da revista em arquivos tenha se devido justamente ao seu caráter social, possivelmente apreendido como “fútil” na época, já que o silêncio também ronda as suas concorrentes, *Sombra* e *Rio*, consideradas publicações “frívolas” (CERBINO, 2014).

O “valor” da *Rio Magazine* como documento histórico não está, evidentemente, em resgatar puramente quem jantou com quem onde e como, mas, por ela ter registrado as práticas alta sociedade carioca de forma tão consistente, ela se torna uma fonte para o estudo das relações entre os agentes daquela época – muitos dos quais ocupavam posições de tomada de decisão e poder -, e das mentalidades e valores compartilhados pelo grupo. Como afirma Marialva Barbosa, “numa história do jornalismo o nosso objeto estrito senso não são os jornais pura e simplesmente, mas os processos complexos que destacam práticas humanas na relação com os meios” (BARBOSA, 2013, p.5).

Ao pesquisar os “rastros” da *Rio Magazine* em jornais do período, esse artigo também segue a atual tendência do uso dos mesmos como fontes primárias (RIBEIRO, HERSCHMANN, 2008, p.14), e chama atenção para a própria dificuldade da pesquisa sobre a revista justamente pela sua inexistência nos arquivos.

Ao fazer esse artigo buscou-se criar mais um “rastro” sobre essa publicação, que circulou no Rio de Janeiro por mais de 30 anos, e evidenciar seu valor como fonte na pesquisa sobre os hábitos sociais da elite carioca entre as décadas de 1940 e 1960.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, M. C. Método e a análise histórica do jornalismo. Intercom, XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 4-7 set., 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0251-1.pdf>>. Acesso em: 13 jun., 2015.
- CERBINO, A L. A modernidade gráfica da revista *Sombra*. In: **Linguagens Gráficas**, v.1, n.1, 2014, p.5-15. Disponível em: <<http://revistas.ufrj.br/index.php/linguagensgraficas/article/view/1257/1209>>. Acesso em: 16 jul., 2015.
- COLOMBO, F. **Os Arquivos Imperfeitos**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1991.
- MELLO, J. E. C.; NOVAIS, F. A. Capitalismo Tardio e sociabilidade moderna. In: Schwarcz, Lilia (org.). **História da vida privada no Brasil** – volume 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. Cap.9, p.559-658.
- MEMÓRIA ROBERTO MARINHO. *Rio Gráfica*. Disponível em: <<http://www.robertomarinho.com.br/obra/editora-globo/rio-grafica.htm>>. Acesso em: 15 jul., 2015.
- FERREIRA, A. B. H. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. 3ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1993.

NORA, P. **Realms of memory**: rethinking the French past. New York: Columbia University Press, 1996.

RIBEIRO, A. P. G. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, n.31, 2003, p.147-160.

RIBEIRO, A. P. G., HERSCHMANN, M. Em busca de uma epistemologia. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart, HERSCHMANN, Micael (org.). **Comunicação e História**: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Mauad X, Globo Universidade, 2008, p.13-16.

SUED, I. Como entrar no society. In: **Senhor**. Revista mensal. Rio de Janeiro: nov., 1960, ano 2, n.11, p.34-37.

TOMÉ, S.: depoimento [jul., 2015]. Entrevistadora: Ana Claudia Lopes. Rio de Janeiro: 2015. Gravação de áudio digital. Acervo particular.

TRAVANCAS, I. A coluna de Ibrahim Sued – um gênero jornalístico. In: BOCC – Biblioteca online de Ciências da Comunicação, 2000. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-coluna-ibrahim-sued.pdf>>. Acesso em: 20 mai., 2013.

Periódicos

HEMEROTECA DIGITAL, Fundação Biblioteca Nacional. Pesquisa por palavra nos jornais cariocas, A NOITE, DIÁRIO CARIOCA, DIÁRIO DA NOITE, DIÁRIO DE NOTÍCIAS, JORNAL DO BRASIL, ÚLTIMA HORA, 1930-1979.

RIO: revista mensal. Rio de Janeiro: publicação de Roberto Marinho, dez. 1954.

RIO MAGAZINE: revista mensal. Rio de Janeiro: Ed. Rio Magazine Ltda., set.1942.

_____ . jan., 1949 – dez., 1957.

_____ . fev., 1959 – nov./dez., 1959.

_____ . n. 298, mar. 1960.

_____ . n. 299, abr. 1960.

SÃO PAULO MAGAZINE: revista mensal. Rio de Janeiro: Ed. Rio Magazine Ltda., fev. 1956.