

## A Revista *Sombra* e sua trajetória na imprensa carioca <sup>1</sup>

Ana Luiza CERBINO<sup>2</sup>  
Universidade Estácio de Sá, Niterói, RJ

### Resumo

A revista *Sombra*, de propriedade do jornalista Walther Quadros, foi editada entre 1940 e 1960, na cidade do Rio de Janeiro. Moda, cinema, artes plásticas, teatro, literatura, balé estavam nas páginas da revista, mostrando uma correspondência com a então capital do Brasil, que se pretendia cosmopolita e moderna. Mas por estar contida no conjunto das chamadas publicações “frívolas” foi construído um silêncio em relação à publicação e poucas são as referências encontradas a seu respeito. Um esquecimento revelador que deve ser entendido como uma negação de sua própria existência, como se o periódico não tivesse sido editado por quase vinte anos, nem tampouco ter sido folheado pelos seus leitores. Este artigo apresenta a revista como uma fonte de registro de uma época, além do comportamento e mentalidade da alta sociedade carioca do período.

**Palavras-chave:** Revista *Sombra*; publicações “frívolas”; história do jornalismo.

### Introdução

Se no século XIX e início do XX a sociedade brasileira sofria influência da cultura francesa, a partir dos anos 30, e de forma ainda mais evidente no pós-guerra, o Brasil passa a ter como modelo os Estados Unidos. Conforme aponta MIRA (2013, p.25), o fato não é isolado, pois se trata da hegemonia cultural e econômica norte-americana, aliada a Política da Boa Vizinhança<sup>3</sup> (*Good Neighbor Policy*), incentivada pelo presidente Franklin Roosevelt em relação aos países latino-americanos. Política que buscava conquistar, a partir de um conjunto de iniciativas governamentais e privadas, alianças com os países da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Este texto vincula-se às pesquisas do CNPq “Revista *Sombra*: a moderna comunicação visual e gráfica de suas páginas” e a Pesquisa de Produtividade da Universidade Estácio de Sá “Páginas elegantes: a modernidade visual e gráfica da revista *Sombra*”.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense/UFF no Programa de Pós-Graduação em Comunicação/PPGCOM, Mestra pela mesma instituição no Programa de Ciência da Arte/PPGCA. É professora do Curso Publicidade e Propaganda da Universidade Estácio de Sá/RJ. E-mail: [analuizacerbino@yahoo.com.br](mailto:analuizacerbino@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Estabelecida durante os governos de Franklin Delano Roosevelt (1882-1945) nos Estados Unidos (1933 a 1945), tornou-se o modelo de relacionamento com a América Latina no período. Sua principal característica foi o abandono da prática intervencionista que havia prevalecido nas relações dos Estados Unidos com a América Latina desde o final do século XIX. A partir de então, adotou-se a negociação diplomática e a colaboração econômica e militar com o objetivo de impedir a influência européia na região, manter a estabilidade política no continente e assegurar a liderança norte-americana no Ocidente.

América Latina. Esta já existia desde o governo do seu antecessor, o republicano Herbert Hoover, mas ganhou novos contornos e tornou-se a base da política externa norte-americana para as Américas com Roosevelt. (BETHELL, ROXBUROUGH, 1997)

Para Nelson Rockefeller (1908-1979), um dos maiores e antigos investidores da região, tal política, em curso desde 1933, deveria envolver as principais esferas da sociedade da América Latina, e não só a militar. Em 1940 foi criada uma super agência para assuntos estratégicos subordinada diretamente ao Conselho de Defesa Nacional dos Estados Unidos, o *Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations Between the Americas*, chefiada por Rockefeller, com sede no Rio de Janeiro. Um ano após sua criação, o nome foi alterado para *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, o OCIAA. (TOTA, 2005)

A atuação da agência se dava em três vertentes: comercial e financeira, comunicações e relações culturais. Os objetivos, além de disseminar o *American way of life*, via um caráter cultural, buscava viabilizar projetos político-econômicos na região. Das três divisões, a mais importante foi a de Comunicações, subdividida em imprensa e publicações, rádio, cinema, informações e propaganda, além de outras. A principal função era difundir a imagem dos Estados Unidos e de seus valores como modelo ideal de sociedade a ser seguido pelo latino-americano (TOTA, 2005). Neste sentido, os meios de comunicação tornaram-se um poderoso aliado para a consolidação da ideologia norte-americana e, ao mesmo tempo, era necessário divulgar uma imagem favorável do aspecto material e consumista da sociedade norte-americana.

O Brasil, segundo TOTA (2005, p. 19) era visto como o mais importante parceiro do hemisfério. “Americanizar” o país era necessário, e seria feito a partir da implantação do progressivismo, componente ideológico da cultura americana, de acordo com o autor, que se associava ao racionalismo, a ideia de abundância e à capacidade criativa do homem americano. Apara o autor, a americanização do Brasil foi obra de uma América do Norte mais interessada em manter o continente como parte de seu mercado.

### **A revista Sombra**

É neste cenário que Sombra foi lançada em dezembro de 1940, em pleno Estado Novo (1937-1945), época em que mudanças políticas e sociais foram instauradas no país. Nesse período, as chamadas “revistas frívolas” ou “mundanas” tornaram-se o suporte ideal para a veiculação de uma nova imagem para o país, apresentando não só as conquistas

técnicas com as quais a imprensa se defrontava naquele momento, mas também a construção de uma determinada modernidade permeada via consumo e aspectos da cultura norte-americana que aqui chegavam pela Política da Boa Vizinhança.

Editada pelo jornalista Walther Quadros, até julho de 1960, apresentava os acontecimentos da alta sociedade carioca e paulistana, propósito presente em seu editorial de estreia assinado pelo poeta Augusto Frederico Schmidt (1906-1965), ressaltando que a revista iria “fixar o lado elegante e civilizado do Brasil”. Segundo o escritor, o título significava “liberação, o consolo e a recompensa do esforço de viver. A sombra é o que há de permanente, de verdadeiro e de antigo, entre tantas cousas verdes e ephemeras”. Schmidt construía assim uma explicação para um nome que a princípio poderia causar estranheza, mas que se justificava principalmente pela sua linha editorial.

Em suas páginas colunas de arte, balé, teatro, música e moda destacavam o que deveria ser consumido e apreciado em um mundo onde o luxo era figura central. A publicação era uma vitrine do *high life*, onde personalidades nacionais e internacionais ajudavam a construir imagens de uma burguesia que se idealizou e se fez distinguir nas suas páginas, mostrando o estilo de vida de um determinado grupo social, além de “educar” a sociedade sobre o que deveria ser intelectual e socialmente consumido. Pela revista desfilavam modernidade e tradição, projetando a imagem de uma cidade que sempre desejou ser, acima de tudo, cosmopolita e *chic*. E se as revistas ilustradas do início do século XX ajudavam a elaborar uma imagem civilizada e européia do Rio de Janeiro, a partir da década de 1940, *Sombra* construía a ideia de uma cidade idealizada via Hollywood, o novo padrão estético e irradiante de glamour.

O cuidado e a preocupação com a qualidade do produto final era evidente. Traduzia simbolicamente essa particularidade por meio de alta qualidade gráfica. Para isso utilizava o papel couché tanto para o miolo quanto para a capa, com um amplo formato, 27,0 X 32, 5 cm, sinônimo de um produto mais luxuoso. Capa e contracapa eram impressas em policromia, mas com o miolo p&b, enquanto os anúncios podiam ter uma, duas ou até mesmo quatro cores. Tais características estabeleciam uma associação direta com seu público que percebia ali um produto caro, seguindo o padrão das publicações internacionais da época, como *Vogue*, *Life*, entre outras.

O projeto gráfico apresentava uma clara referência ao trabalho desenvolvido pelo designer russo Alexei Brodovitch (1898-1971) para a revista norte-americana *Harper's Bazaar*. A principal característica de sua linguagem gráfica era “a simpatia pelo espaço em

branco e tipos precisos em páginas claras, abertas, repensando a abordagem do design editorial” (MEGGS, 2009, p. 440). Referências que também são encontradas e percebidas em *Sombra*.

A diagramação da revista tinha grandes espaços vazios, e cada par de páginas tinha um equilíbrio visual próprio, dentro de um projeto bem definido além de ser fartamente ilustrada, com algumas fotografias de página inteira, sangradas. A tipografia seguia uma única família para o corpo do texto e outra família para os títulos. Os blocos de texto eram usados construindo-se um espaço visualmente homogêneo e equilibrado. A diagramação usava do mesmo conceito de equilíbrio entre massas de peso empregado na arquitetura moderna: textos e imagens formavam blocos, massas de peso a que se contrapunham espaços vazios.

Seu quadro de colaboradores contava com nomes de peso da literatura, das artes plásticas e da fotografia, como Athos Bulcão (1918-2008), Carlos Moskovics (1916-1988), Cecília Meireles (1901-1964), Di Cavalcanti (1897-1976), Enrico Bianco (1918-2013), Jean Manzon (1915-1990), Kurt Klagsbrunn (1918-2005), Lászlo Meitner (1900-1968), Mário de Andrade (1893-1945), Saul Steinberg (1914-1999), Sergio Porto (1923-1968), Stefan Zweig (1891-1942), Vinícius de Moraes (1913-1980) entre muitos outros, exibindo um refinamento visual no uso da imagem e do texto impresso.

O primeiro número da revista, de dezembro de 1940/janeiro de 1941, foi um especial de Natal. Nele, Saul Steinberg foi um dos destaques, pois além da capa, apresentou dez cartuns distribuídos ao longo da revista. A ilustração da capa cria um diálogo com o nome da revista, em verde, pois mostra um perfil em destaque, tomando um sorvete; ao fundo, em uma paisagem ensolarada, vemos um homem deitado no chão debaixo de uma grande sombra formada por vários guarda-sóis. O desenho tem poucos detalhes coloridos, evidenciando a opção da revista pelas tendências gráficas mundiais do momento. Isto é, limpeza visual como significado de elegância. (Figura 1)

A capa da edição de junho de 1943 foi criada pelo arquiteto e pintor português Eduardo Anahory (1917-1998). Nela, o nome da revista foi repetido quatro vezes com cores diferenciadas em vermelho, amarelo, azul e verde, tendo no centro uma imagem de fundo preto com uma mesa e cadeira e cartas de baralho. A imagem faz uma alusão aos jogos e cassinos, que ainda não tinham sido proibidos no país. (Figura 2). Já o artista plástico Lászlo Meitner assinou várias capas da revista nas décadas de 1940 e 1950, sendo que para as edições da década de 1940 a ilustração reina absoluta. Somente na década seguinte outras

técnicas começaram a ser usadas, como a colagem e a fotografia, revelando uma aproximação com as artes visuais e o que ocorria nesse universo (Figuras 3 e 4). É preciso ressaltar que cada capa se apresentava como uma peça individual criada por artistas em evidência na época, muitas vezes nem se relacionando com o tema da edição, mas com alguma matéria do miolo.

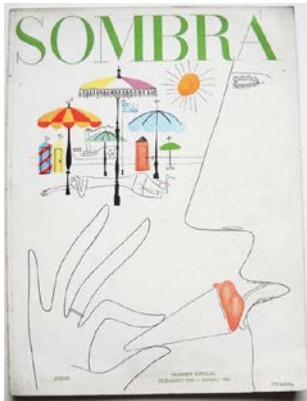


Figura 1: Sombra, n.1, ano1, dez.1940/jan./1941.



Figura 2: Sombra, n.19, ano 3, jun./1943.



Figura 3: Sombra, n.32, ano 4, mar./1944.

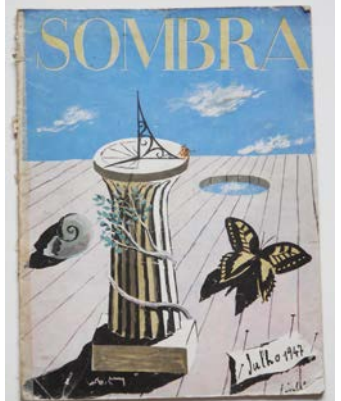


Figura 4: Sombra, n.68, ano 7, jul./1947.

A confluência entre artes visuais e design presente nas capas e no miolo da revista possibilitou um diálogo profícuo entre ambos, já que naquele momento as capas e a diagramação eram realizadas, em sua grande maioria, por artistas. Havia um trânsito entre estes e o periódico, que emprestavam suas assinaturas para o produto, indicando que a associação entre ambos era proveitosa: tanto para o periódico, que conquistava prestígio cultural, quanto para o artista, que adquiria um espaço e maior visibilidade na dinâmica social.

É importante também ressaltar que o conteúdo apresentado na revista, principalmente o de artes plásticas, refletia a mentalidade da elite brasileira da época, que normalmente abraçava a tendência do que havia de mais novo para colocar o Brasil no curso da modernidade. Tinha como parâmetro o que aprendia e via nas viagens ao exterior, tanto aos Estados Unidos quanto à Europa em relação à moda e a uma ideia de “elegância”, e nas vanguardas artísticas de forma geral.

Outro fator significativo sobre o conteúdo da revista era o seu direcionamento político. Pode-se dizer que era uma característica do jornalismo praticado na época, quando os veículos se posicionavam politicamente, e Sombra não evitava nem mascarava seu alinhamento. Fica evidente no estudo do periódico o partidário a Getúlio Vargas e, em seguida, a Juscelino Kubitschek.

Na primeira edição da revista, o fotógrafo Jean Manzon foi um dos colaboradores antes de iniciar sua carreira em *O Cruzeiro*. A foto de Getúlio Vargas, durante as manobras no vale do Rio Paraíba, demonstra a inovação instaurada pelo francês no fotojornalismo brasileiro, como novos enquadramentos, closes extremos e ângulos inusitados. Para além dessas novidades relacionadas ao registro da imagem em si, verifica-se a aproximação com Vargas e, conseqüentemente, com a sua política. Sombra era e, sempre foi, demasiadamente, governista. Isto pode ser também corroborado na página dupla dedicada a esposa de Lourival Fontes (1899-1967), a poetisa Adalgisa Nery (1905-1980), com foto de Jorge de Castro. Fontes foi durante o Estado Novo diretor do Departamento de Imprensa e Propaganda/DIP, tendo censurado inúmeros órgãos da imprensa a favor de Vargas. Seu poder permitia que sua esposa aparecesse diversas vezes na revista, não nesse tipo de matéria, mas também nas colunas sociais. (Figuras 5-6)

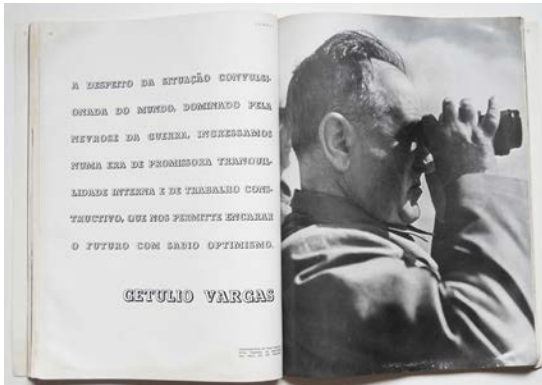


Figura 5: Sombra, n.1, ano1, dez.1940/jan./1941, p. 58-59.



Figura 6: Sombra, n.1, ano1, dez.1940/jan./1941, p. 86-87.

Como uma publicação identificada com o universo mundano e frívolo, é por meio das inúmeras matérias sobre bailes, festas, chás beneficentes, coquetéis e jantares que observamos o “*high society carioca*” e por quem este era formado na época. Havia ali uma mistura de pessoas de diferentes procedências, como relatado na recepção do Sr. E Sra. João Borges Filho:

Encontramos ali toda a sociedade do Rio, membros do corpo diplomático e vultos de destaque na política nacional. O Presidente da República, general Eurico Dutra e sua excelentíssima esposa foram os convidados de honra. O presidente da Assembleia Constituinte, senhor Mello Vianna, também compareceu. Entre os presentes notamos: o ministro interino das Relações Exteriores, Sr. Samuel Gracie, o senador Georgino Avelino, o ministro da Fazenda e senhora Gastão Vidigal, o senhor e senhora Horacio Lafer, o embaixador da Inglaterra e lady Saint Clair Gayner, lady Noel Charles, o senhor e senhora Walther Quadros. (SOMBRA, 1946, p. 50-51)

É interessante ressaltar que o Rio de Janeiro era a Capital Federal do Brasil e, como visto acima, representantes do Governo e suas esposas se misturavam com as famílias tradicionais da sociedade, com empresários e até intelectuais, formando o que passou a ser conhecido como a “elite carioca”. E com a eclosão da Segunda Grande Guerra na Europa, o Rio de Janeiro passou a fazer parte do itinerário de vários grupos de ballet, teatro, intelectuais e artistas. Mesmo depois com o fim do conflito, o Rio já fazia parte dessa rota mundial.

O calendário social era repleto de bailes de gala, recepções, vernissages, desfiles de moda, concursos de beleza e também idas a boates, quando os cassinos foram fechados<sup>4</sup>, e restaurantes. Todos esses eventos eram registrados pelos repórteres fotográficos da revista, e tudo estava nas páginas de Sombra. Em agosto acontecia o Grande Prêmio Brasil, no Jockey Club da Gávea, e várias casas de moda – e a Canadá, a mais famosa – desfilavam coleções especiais para o evento. A quinzena do *Sweepstake* além de movimentada era concorrida, e cheia de eventos sociais, pois a cidade recebia muitos visitantes de todo o Brasil e da América do Sul, o que era motivo para diversos coquetéis, jantares e recepções. Na agenda oficial do evento havia o coquetel para as delegações estrangeiras, o Baile no Copacabana na véspera, a corrida propriamente dita no domingo, o jantar no Country Club no domingo e, na segunda, o jantar da *Nuit de Longchamps*.

Normalmente a capa da revista estava de acordo com o tema principal da edição, isto é, se a matéria de destaque era o Grande Prêmio Brasil, a capa estaria em sintonia com o assunto. A capa é do artista Lászlo Meitner, e como já dito aqui, um colaborador frequente do periódico; para esta edição ele evita o lugar comum do universo da corrida e busca retratar a sofisticação das mulheres que frequentam o Jockey.



Figura 7-8: *Sombra*, n. 68, ano 7, p. 72-73.

<sup>4</sup> A proibição dos jogos de azar no território nacional aconteceu a mando do então presidente Eurico Gaspar Dutra (1883-1974), em abril de 1946.

O Baile de Debutantes durante muito tempo foi patrocinado pela revista, e acontecia no Copacabana Palace. O evento ocorria em setembro, movimentando toda a alta sociedade e as meninas das tradicionais famílias cariocas faziam ali sua apresentação para o *high society*. A capa também Meitner, se integra ao conteúdo principal da edição, o baile das debutantes, e transmite isso com a imagem delicada da rosa. (Figuras 8-10)



Figura 8-10: Baile de Debutantes de 1946, no Copacabana Palace, patrocinado pela revista *Sombra*.

Outra questão diz respeito aos anúncios de produtos de beleza, utensílios e eletrodomésticos, carros, entre outros que saltavam das páginas da revista, criando novos hábitos e, simultaneamente, despertando desejos e necessidades. Os eletrodomésticos facilitavam os afazeres da casa, o carro possibilitava maior mobilidade na locomoção urbana e nas viagens de férias. Mas a padronização dos hábitos de consumo e dos comportamentos atingia apenas uma pequena parcela da sociedade devido ao baixo padrão de vida da população brasileira. E essa pequena parcela estava presente em *Sombra* não só como consumidora, mas também e, principalmente, como principal participante dessa sociedade de consumo.

Os conceitos de elegância, modernidade e requinte perceptíveis nas páginas de *Sombra* não estavam ali apenas para criar uma revista que agradasse a seus leitores, mas também para legitimar um determinado público consumidor daqueles valores e comportamentos. Ou seja, davam reconhecimento aos próprios produtores da revista: a elite que também a consumia.

Ao selecionar o que deveria ser consumido ou não, valorizando determinados produtos, marcas e serviços em detrimento de outros, a revista reconstruía o presente de forma seletiva, o que deveria ser lembrado no futuro e o que deveria ser esquecido. Essa



elaboração obedecia, portanto, a uma ordem de poder e de natureza ideológica, em que a publicação legitimava o que interessava ao grupo ali representado.

Sombra também passou pelas mudanças ocorridas na imprensa carioca na década de 1950, quando o jornalismo empresarial foi pouco a pouco substituindo o político-literário da década anterior. No entender de Ribeiro (2006, p. 426), “a imprensa abandonou a tradição de polêmica, de crítica e de doutrina, substituindo-a por um jornalismo que privilegiava a informação e que a separava do comentário pessoal e de opinião”. E se até os anos 1930 e 1940 a imprensa dependeu dos favores do Estado, além de pequenos anúncios populares e da publicidade das lojas comerciais, nos anos 1950, passou a sobreviver cada vez mais com a venda avulsa ou por assinatura, com a publicidade comercial, com privilégios públicos e apoios de grupos privados (Idem, p. 428).

Há que se apontar que Sombra, por meio de seu editor, vendia os espaços publicitários e negociava diretamente contratos com os seus anunciantes. Isso acontecia porque Quadros tinha uma vasta rede de sociabilidade, principalmente entre os grandes empresários, que lhe permitiu esse caminho desde o início da revista.

Sombra deixou de circular no mesmo ano em que a cidade do Rio de Janeiro deixou de ser a capital do país. Não há como saber se há uma conexão entre os fatos, mas nos resta perseguir seus rastros e vestígios pelo tempo.

### **Considerações Finais**

Nas páginas de Sombra encontramos matérias sobre tardes na hípica, festas em boates e cassinos, bailes de debutantes do Rio de Janeiro e de São Paulo, além dos casamentos do *high society* carioca e paulistano. Também estão presentes moda, entretenimento, crônicas e notas sociais, assim como as críticas de dança, teatro e música. Mais do que somente apresentar o cotidiano, a revista era um importante instrumento de um grupo social empenhado em “naturalizar” seus hábitos e costumes, em mostrar uma determinada forma de ver e reproduzir o mundo. Os criadores dessa versão da realidade eram os frequentadores do *Night and Day*, das *soirrées* no Casablanca, do Jockey Club e dos verões em Petrópolis; eram os que assistiam aos espetáculos no Theatro Municipal em noite de *black tie* e que “vestiam os modelos da estação”.

Walther Quadros, seu editor, soube construir um mundo onde não havia sofrimento ou preocupação, onde os “grã-finos” eram retratados em suas casas de luxo, nos salões mais importantes da cidade, nos bailes elegantes ou ainda nas suas casas de veraneio em

Petrópolis. A revista era não só referência, como também transmitia uma mensagem bastante clara de como a alta sociedade deveria ser e se portar. Há uma maneira peculiar de apresentar e representar a realidade, em quem está presente em suas páginas dá significado à publicação e, ao mesmo tempo, investe a própria revista com suas expectativas e desejos, materializando um universo ideal. Nesse sentido, a revista deve ser entendida também como testemunho de uma época.

Suas características visuais indicam uma linguagem gráfica moderna necessária para apoiar e sustentar ideias de uma elite que apresentava uma única possibilidade para vivenciar e estar no mundo. Havia, assim, uma integração entre o projeto editorial e o projeto gráfico que potencializava o discurso implícito nas páginas da revista. A organização das imagens, os *closes*, as poses e os enquadramentos, assim como a relação entre texto e imagem, diz muito dessa imbricação de projetos, pois esses aspectos elaboravam um sentido percebido e entendido por seus leitores.

Outro importante aspecto deve ainda ser destacado: a construção de um Rio de Janeiro não mais como “cidade civilizada”, mas como metrópole internacional, onde personalidades do entretenimento, da política e da cultura aportavam. Perpetuava-se a imagem de uma capital que ditava modas e comportamentos, sistemas de valores, estilo de vida e sensibilidades. Contudo, o modelo perfeito de cidade não estava mais na Europa: a partir da década de 1940, construía-se a ideia de uma cidade idealizada via Hollywood, o novo padrão estético e irradiante de charme e glamour.

## REFERÊNCIAS

**A Revista no Brasil.** São Paulo: Editora Abril, 2000.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil 1900-2000.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

BETHELL, Leslie; ROXBUROUGH, Ian. **América Latina entre a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

CAMARGO, Mário de (org.). **Gráfica: arte e indústria no Brasil – 180 anos de História.** São Paulo: Gráfica Bandeirantes, 2003.

CERBINO, Ana Luiza. Publicidade e consumo nas páginas da revista *Sombra*. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação.** XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vila Velha-ES-22 a 24/05/2014.

\_\_\_\_\_. Memória e modernidade gráfica na revista *Sombra*. In: **Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia** - Rede Alcar – UFOP/MG - 30/05 a 01/06, 2013.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. **O Rio de Janeiro que Hollywood inventou**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

GOMES, Ângela de Castro. **Essa gente do Rio...**: modernismo e nacionalismo. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MEGGS, Philip B. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MELO, Chico Homem de; RAMOS, Elaine (orgs.). **Linha do tempo do Design Gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

NEVES, Maria Bastos P, *et al.* **História e Imprensa**: representações culturais e práticas de poder. Rio de Janeiro: DP&A: Faperj, 2006.

OLIVEIRA, Claudia, VELLOSO, Mônica Pimenta, LINS, Vera. **O moderno em revistas** – Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi; VELLOSO, Mônica Pimenta; GOMES, Ângela de Castro. **Estado Novo**: ideologia e poder. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1982.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história no Rio de Janeiro nos anos 1950**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

\_\_\_\_\_. Modernização e concentração: a imprensa carioca nos anos 1950-1970. In: NEVES, Maria Bastos P, *et al.* **História e Imprensa**: representações culturais e práticas de poder. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 426-435.

ROCHA, Everardo. **A sociedade do sonho**: comunicação, cultura e consumo. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1966.

TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

TOTA, Antônio Pedro. **O imperialismo sedutor**: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra. São Paulo. Companhia das Letras, 2005.

VELLOSO, Mônica Pimenta. Sensibilidades modernas: as revistas literárias e de humor no Rio da Primeira República. In: LUSTOSA, Isabel (org.). **Imprensa, história e literatura**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2008. p. 211-230.