

“A Los Angeles para aprender”:

a imprensa, o varguismo e os preparativos brasileiros para os Jogos Olímpicos de 1932

“To Los Angeles to learn”:
the press, the varguismo
and the Brazilian preparations
for the 1932 Olympic Games

FAUSTO AMARO

doutor em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, com bolsa Faperj Nota 10. Possui artigos publicados em capítulos de livro, periódicos nacionais e internacionais, além de ter coorganizado as obras "Esporte e Mídia: novas perspectivas" (EdUERJ, 2015) e "Rio de Janeiro: uma cidade em perspectiva" (Metanoia, 2019). Atualmente, é coordenador técnico do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte, na UERJ.
faustoarp@hotmail.com

RESUMO: Os anos 1930 alvoreciam promissores para o esporte olímpico nacional. Após uma década de altos e baixos, quando o Brasil estreou vitorioso nos Jogos Olímpicos, mas não repetiu o sucesso em 1924 e sequer participou da Olimpíada de 1928, o ciclo olímpico de 1932 trazia esperança para atletas, dirigentes e imprensa. Esta desempenhou papel crucial para viabilizar o envio de uma delegação nacional em 1932. A imprensa carioca não foi apenas espectadora dos fatos, mas esteve na linha de frente das ações visando à arrecadação de fundos e à preparação técnica dos atletas. O presente artigo traz, por meio da análise de vários jornais cariocas da época, como se construiu essa relação da imprensa com a organização olímpica nacional no período anterior aos Jogos de 1932.

PALAVRAS-CHAVE: Narrativas. Imprensa. Jornalismo Esportivo. Jogos Olímpicos.

ABSTRACT: The 1930s were promising for the national Olympic sport. After a decade of ups and downs, when Brazil debuted victoriously at the Olympic Games, but did not repeat its success in 1924 and did not even participate in the 1928 Olympics, the 1932 Olympic cycle brought hope to athletes, officials and the press. The press itself played a crucial role in making it possible to send a national delegation in 1932. The Rio de Janeiro press was not only a spectator of the facts, but was at the forefront of actions aimed at fundraising and technical preparation of athletes. This article presents, through the analysis of several Rio de Janeiro newspapers of the time, how this relationship between the press and the national Olympic organization was built in the period prior to the 1932 Games.

KEYWORDS: Narratives. Press. Sports Journalism. Olympic Games.

Introdução

A movimentação no campo olímpico brasileiro, já intensa na década de 1920, com a estreia do Brasil nos Jogos e as primeiras medalhas olímpicas, permaneceria agitada no início dos anos 1930. A atenção aos records, a adequação às regras do esporte internacional, a inclusão de exhibições de jogos olímpicos em eventos diversos, a empolgação em torno da passagem de atletas olímpicos de diferentes nacionalidades pelo Rio, a construção de espaços para a prática de esportes diversos. Toda oportunidade de contato com o mundo olímpico era saudada pelos jornais do Rio de Janeiro como uma chance de aferir o nível do desporto brasileiro. Nesse sentido, a delegação olímpica nacional continuava a ser considerada um investimento mais vantajoso que as embaixadas oficiais, uma vez que tinha o potencial de alcançar “dezenas de milhares de pessoas” (*Jornal dos Sports*, 26/06/1932, p. 2).

No discurso da imprensa, de atletas e de dirigentes, os Jogos Olímpicos não eram tratados simplesmente como eventos esportivos. Compreendia-se a Olimpíada como o apogeu da civilização ocidental, palco da exibição dos povos e triunfo das raças. As festividades olímpicas já extrapolavam então o terreno dos esportes. A escala global alcançada advinha em grande parte do interesse da mídia pelos Jogos. É na década de 1930 que a TV faz sua estreia olímpica, ainda em âmbito apenas local, e o rádio aumenta seu raio de transmissão.

O entendimento do campo olímpico a partir dessa década perpassa as reconfigurações na vida social e política brasileira que se operavam naquele momento. O ano de 1930 assinalava o fim da Primeira República e o início de um período fundamental para compreensão do Brasil moderno. É justamente com uma breve exposição desse período que se inicia o primeiro tópico deste artigo. Na sequência, apresento um curto panorama do campo jornalístico e do jornalismo esportivo naquela década. Por fim, discuto os resultados encontrados na pesquisa propriamente dita, com base em uma análise narrativa de diversos periódicos cariocas¹, no período de preparação para os Jogos de 1932.

Neste e em outros trabalhos que publiquei, venho observando que a imprensa, conforme proposto por Victor Melo (2012), é causa e consequência da popularização dos esportes no Rio de Janeiro. No caso específico do movimento olímpico nacional, essa participação da imprensa é ainda mais decisória, como veremos ao longo desse artigo.

A Era Vargas e os esportes

Getúlio Vargas ascendeu ao poder federal em três de novembro de 1930, graças à aliança com grupos políticos e militares descontentes com os rumos da República. Para derrotar as elites paulistas, foi necessário angariar o apoio de setores igualmente poderosos da sociedade brasileira à época, que eram as elites dos Estados de Minas, Rio Grande do Sul e Paraíba. Getúlio governaria ininterruptamente até 1945 em diferentes fases: governo provisório (1930-1934), governo constitucional (1934-1937) e Estado Novo (1937-1945).

A agenda defendida pela Aliança Liberal foi, em grande medida, implementada por Vargas depois de eleito. Em novembro de 1930, foi criado o Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio (FAUSTO, 2006, p. 187) e estabelecidas medidas em favor dos trabalhadores, como as férias, a justiça do trabalho, o salário mínimo, a carga horária diária de oito horas e a aposentadoria. Por outro lado, Vargas sujeitava os sindicatos ao controle estatal. Os avanços trabalhistas, que contavam com apoio popular, conviviam, assim, com restrições à liberdade de ação dos trabalhadores organizados. Essa dualidade antagônica compunha o estilo de governo varguista.

Vargas privilegiou os setores urbanos da população, que progressivamente se sobrepunham às elites rurais. Houve um incremento populacional de 10, 5 milhões de habitantes no período entre 1920 e 1940. A imigração estrangeira, por sua vez, foi substancialmente reduzida na década de 1930, em virtude de restrições impostas pela Constituição de 1934 (FAUSTO, 2006, pp. 215-216). Já as migrações internas, principalmente para o Distrito Federal e São Paulo, cresceram nesse mesmo período (CARVALHO, 2015, p. 123).

As ações centralizadas do Estado varguista permitiram que o Brasil resistisse à crise internacional que se instalara no pós-1929. Projetos implementados em diversos setores (trabalho, indústria, educação e comércio) se baseavam no planejamento de longo prazo e na validade em todo território nacional. Esse estilo centralizador representava uma clara ruptura com o padrão federalista e de domínio das oligarquias regionais na Primeira República. Ao conjunto de medidas implementadas por Vargas, Sônia Mendonça (1990, p. 324) atribui a designação de “modernização conservadora”.

Em busca de reforçar sua popularidade, Vargas fez farto uso do rádio para se comunicar com uma população ainda majoritariamente analfabeta, vide a criação do programa “Hora do Brasil”, em 1938. Pelas ondas do rádio, o mandatário manifestava suas facetas populista e nacionalista. Populismo este que, segundo Barbero (2009, p. 223), foi o “modo de incorporação das

massas à Nação”. No caso brasileiro, o Estado arrolou a si a função de “defensor dos direitos das classes populares e ao mesmo tempo dirigente da modernização do país” (Ibid, p. 243). No contexto geral da América Latina, o Estado teve papel central no estímulo aos nacionalismos na década de 1930.

Não obstante sua simpatia pelo rádio, a relação de Vargas com a imprensa foi bastante conflituosa. Quando da instalação do novo governo, em 1930, os jornais cariocas se dividiram entre o apoio e a oposição. Os periódicos contrários, como *O Paiz*, *Gazeta*, *A Noite* e *Jornal do Brasil*, “tiveram suas sedes invadidas e depredadas” (LUCA, 2012, p. 166). Dentre eles, *O Paiz* não resistiu ao novo cenário que se impunha e fechou as portas em 1934. Por outro lado, a despeito das perseguições e cerceamentos, Marialva Barbosa (2007, p. 103) salienta que durante o varguismo houve “mais proximidades, acordos e relações conjuntas entre os homens do governo e os homens de imprensa do que divergências”. Com o Estado Novo e o recrudescimento da censura, a imprensa passa “por gosto ou a contragosto, a servir à ditadura” (SODRÉ, 1999, p. 382).

Assim como nos regimes totalitários de Mussolini, na Itália, Franco, na Espanha, e Hitler, na Alemanha, os sistemas de publicidade governamental e de controle da imprensa também foram adotados no Brasil. Vargas aprofundou os mecanismos de censura, que já estavam em vigor desde o início do período republicano, criando órgãos estatais responsáveis por essa vigilância.

A atenção aos esportes era outra característica dos governos totalitários da época. Durante o governo Vargas, foi publicado o primeiro decreto para organizar o desporto nacional. Trata-se do decreto-lei n. 3.199, publicado em 16 de abril de 1941. Com ele, era criado o Conselho Nacional de Desportos (CND), subordinado ao Ministério da Educação e Saúde (DRUMOND, 2006, p. 125). Clubes e entidades passavam a ter de se submeter ao CND, e o Estado ganhava pleno controle sobre os esportes, sendo responsável por “orientar, fiscalizar e incentivar a prática dos desportos em todo o país” (Art 1º, decreto-lei no 3199). No campo olímpico, pelos seus esforços em prol da delegação de 1932, Getúlio foi condecorado pela CBD com o título de membro honorário da entidade (*Correio*, 08/07/1932, p. 10). Vargas reconhecia no esporte e nos meios de comunicação eficazes instrumentos de propaganda para o seu governo e para a promoção de um nacionalismo triunfante.

O sentimento patriótico, já exortado pela imprensa esportiva, adquiriria importância oficial ao passar a integrar o discurso e as peças de propaganda do governo. Não à toa, os estádios de futebol e o rádio eram espaços

privilegiados por Vargas para seus pronunciamentos à nação. Os desfiles cívicos em datas comemorativas, como o 1º de Maio, usualmente incluíam exibições esportivas na programação (DRUMOND, 2009, p. 239). Tanto o samba quanto o futebol foram apropriados pelo varguismo como símbolos de uma nova identidade brasileira (Ibid, p. 214).

Os jornais e o jornalismo esportivo na década de 1930

Francisco Campos, principal ideólogo do varguismo e responsável pela redação da Constituição de 1937, interpretava a sociedade enquanto massa irracional, moldável aos desígnios de um poder central. Sua inspiração eram os regimes totalitários europeus da época. Os meios de comunicação, especialmente o rádio, cumpriam papel privilegiado na disseminação da ideologia estadonovista e no controle das massas. A centralização, que já se fazia valer na economia e na política, se reproduz também no controle da imprensa, visando mitigar as oposições ao projeto de Estado varguista. Segundo Barbosa (2007, p. 113), “o lugar de operacionalização da linguagem e da ideologia estadonovista é a imprensa e os novos meios de comunicação, sobretudo, o rádio”.

Apesar de se configurarem enquanto empresas de capital privado, os jornais cariocas ainda dependiam largamente do auxílio do financeiro do governo federal (BARBOSA, 2007, p. 75). O patrocínio estatal aos periódicos, na forma de anúncios publicitários e outras inserções, podia ser usado pelo governo para se intrometer nas pautas da imprensa. Outra forma de intervenção no trabalho jornalístico, já mencionada no tópico anterior, era a censura. A República nascera sob a égide da censura à liberdade de expressão jornalística e continuaria assim até o Estado Novo.

Desde o início do período republicano, a imprensa experimentou contínuo processo de modernização e inovação em seus processos, o que se refletiu na materialidade (GUMBRECHT, 2010) e no conteúdo dos impressos: crescimento das tiragens, publicações para públicos de nicho, aumento no número de imagens ilustrativas e de páginas, uso de cores, barateamento dos jornais e incremento da qualidade do papel de impressão (ELEUTÉRIO, 2012; COHEN, 2012; VELLOSO, 2006). Do último decênio do XIX aos anos 1930, é possível perceber a transição entre um modo de produção quase artesanal e uma fase industrial na confecção dos periódicos (SODRÉ, 1999, pp. 261–371). Bernardo Buarque de Hollanda (2012, p. 82) afirma que a década de 1930 foi marcada por “transformações internas do jornalismo”, que passava a adotar

uma “estrutura mais empresarial e menos familiar”. Houve ainda uma diversificação do trabalho nas oficinas gráficas e nas redações (LUCA, 2012, pp. 149-150), isto é, serviços gerais se subdividiram em tarefas especializadas, como a de editor de fotografia, editor do jornal, repórter, redator, colunista, revisor, crítico, ilustrador. Essas modificações implicaram um salto significativo no número de leitores ao longo desse período.

Contava também a favor da imprensa o fato de empregar, como colaboradores, importantes intelectuais da época, a saber: Olavo Bilac, Coelho Neto, Lima Barreto, Paulo Barreto/João do Rio (SODRÉ, 1999, pp. 292-293). Ser jornalista imprimia certa distinção simbólica a um jovem em início de carreira, o que no longo prazo poderia lhe garantir melhores empregos. Não à toa, dirigentes e atletas ocupavam posições de relevo na hierarquia das folhas cariocas. Outro ideal, disseminado em especial a partir da década de 1920, era o do jornalismo enquanto missão e do jornal como portador de uma verdade factual e objetiva. Barbosa (2007, pp. 79-81) caracteriza a década de 1920 como marco fundacional de um “passado mítico da profissão” e dos ideais da imparcialidade e da objetividade.

As inovações tecnológicas, que vinham se sucedendo desde a virada para o século XX — telégrafo, telefone, fotografia, máquinas de escrever, cinema e rádio —, também impactavam a produção da notícia. Em igual medida, o uso de correspondentes no exterior e do serviço das agências internacionais permitiam uma diversificação da oferta de informações aos leitores. Trens e bondes, por sua vez, facilitavam a distribuição dos jornais dentro da cidade e principalmente no eixo Rio-São Paulo (LUCA, 2012, p. 156). A publicidade, outro ícone da modernidade, era parte precípua do financiamento dos veículos jornalísticos, juntamente com a venda de assinaturas.

Mesmo enfrentando sucessivos estados de censura, as publicações impressas souberam prosperar. Segundo a *Estatística: da Imprensa Periódica no Brasil*, publicada em 1931, dos 2.959 jornais e revistas catalogados em 1930, a cidade do Rio era responsável por 524 deles (COHEN, 2012, p. 103). Nesses impressos, crescia o espaço dedicada à cobertura esportiva e mesmo títulos voltados exclusivamente a essa temática. A variedade de conteúdo esportivo colocada à disposição dos leitores influenciava diretamente a percepção social dos mesmos. Conforme propõem John Horne, Alan Tomlinson e Garry Whannel (et al, 1999, p. 161), nossa “própria interpretação do significado da categoria esporte foi moldado pelo surgimento da imprensa esportiva, páginas esportivas, noticiários do cinema e pelo esporte televisionado”².

Observando o aparecimento de periódicos esportivos, percebe-se um aumento lento, porém consistente na quantidade de opções oferecidas, que refletiam também a preferência por dado esporte em certo período histórico: *O Atleta* (1856), *O Sportman* (1887), *O Sport* (1887), *Semana Sportiva* (1889), *O Turf* (1889), *O Binóculo* (1894), *Revista Sportiva* (1894), *A Arena* (1897), *O Remo* (1899/1900), *O Cyclismo* (1900), *Spot Nautico* (1902), *A Canoagem* (1903), *Brazil Sport* (1907), *Revista Sportiva* (1907), *Jornal de Theatro e Sport* (1914), *Sports* (1915), *Cigarra Esportiva* (1917), *Vida Esportiva* (1917), *A Época Sportiva* (1919), *O Diário Desportivo* (1919), *Sport Ilustrado* (1920), *Rio Esportivo* (1922), *Mundo Sportivo* (1931), *Jornal dos Sports* (1931)³.

Este último foi um marco na imprensa brasileira, o primeiro jornal diário esportivo do país. Fundado pelo jornalista Argemiro Bulcão e pelo empresário Ozeás Mota, em 13 de março de 1931, o *Jornal dos Sports* teve vida longa na imprensa carioca, circulando até 2010. Foi inovador na forma, imprimindo suas páginas na cor rosa, e no conteúdo, enfocando variados esportes e abrindo espaço para reportagens, crônicas, entrevistas com jogadores e dirigentes e veiculando farto número de fotos. Em 1935, o jornal já se autointitulava como “O diário sportivo mais antigo, mais completo e de maior circulação na América do Sul”. Em outubro de 1936, foi adquirido por Mário Filho, irmão de Nelson Rodrigues e filho do também jornalista Mário Rodrigues. No ciclo olímpico de 1932, o *JS* será responsável por muitas das iniciativas no campo esportivo, o que veremos a seguir.

“A Los Angeles para aprender!”⁴: a imprensa em prol da causa olímpica

No ciclo olímpico de Los Angeles/1932, a profusão de notícias, publicadas principalmente pelo *JS*, era prova das mudanças no jornalismo esportivo, muitas delas introduzidas por Mário Filho, então editor n’*O Globo*. O número de entrevistas e reportagens na editoria de esportes crescia, e a busca por informações inéditas se tornara condição precípua para o sucesso dos jornais. Estava claro que o trabalho jornalístico passava por uma fase de refinamento em seu conteúdo e forma. O que permanecia constante desde os anos 1910 era o interesse da imprensa em atuar diretamente na promoção do esporte⁵.

No ano em que Pierre de Coubertin completava 70 anos de idade, foram realizados os Jogos da X Olimpíada, um sucesso de público e de resultados técnicos⁶. Los Angeles havia sido escolhida sede ainda em 1923,

durante o Congresso Olímpico de Roma, o que foi confirmado pela Sessão do Comitê Olímpico Internacional (COI) em Mônaco, em 1927 (*O Paiz*, 10/06/1927, p. 8).

Preocupação frequente vislumbrada nas notas das agências internacionais na época era a assistência aos Jogos. Los Angeles era a cidade mais distante da Europa onde até então uma Olimpíada havia sido realizada. A despeito da intenção do COI em internacionalizar o movimento olímpico, Los Angeles parecia simplesmente longe demais para a vontade e o orçamento de alguns países europeus, principalmente após a crise de 1929. Os jornais cariocas noticiavam que Finlândia (*A Noite*, 30/10, 1931, p. 7) e Holanda (*Correio*, 15/11/1931, p. 8) chegaram a ponderar não comparecer.

O governo norte-americano trabalhou para reverter essa antipatia dos europeus com a cidade californiana. Descontos oferecidos nas passagens de ida e volta de navio e a construção de uma Vila Olímpica reduziriam sensivelmente os custos de viagem e hospedagem das delegações (PIEROTH, 2004, p. 95). A despeito dos incentivos, o número de atletas caiu de 2.883, em 1928, para 1.334, em 1932, bem como o de nações participantes: de 46 para 37 (dados oficiais do COI). A delegação brasileira, por outro lado, foi a maior até então enviada.

O relatório oficial dos Jogos (OCGLA, 1932, p. 209) aponta que foi criado, ainda em dezembro de 1929, um Departamento de Imprensa⁷, responsável por medidas que visavam garantir um quórum mínimo de participantes e atrair a atenção da mídia estrangeira. Também chamado de Comitê de Publicidade, esse órgão encaminhava notícias e outros informativos aos periódicos cariocas⁸, além de cuidar da divulgação local para o público norte-americano. De Los Angeles, o redator do *JS*, Arthur Azevedo Filho, escrevia informando sobre a profusão de cartazes olímpicos espalhados pela cidade (*JS*, 18/08/1932, p. 4).

Nos anos 1930, o campo esportivo da América do Sul demonstrava sinais de maturidade, evidenciada pela consolidação de uma infraestrutura esportiva e burocrática e pelo crescente envolvimento internacional com os Jogos Olímpicos (TORRES, 2010, p. 558). Era, assim, estratégico para os norte-americanos contar com a presença de seus vizinhos continentais. Com o objetivo de convocar atletas e jornalistas locais a comparecer em Los Angeles, embarcou para a região Cramble Allen, vice-presidente da *Southern California Associated Diaries*, diretor do *Daily Report* e correspondente do *Los Angeles Times* (*O Paiz*, 01/03/1928, p. 8). Para reforçar o caráter oficial do convite, Cramble, que esteve no Rio de Janeiro em março de 1928, portava cartas

do governador da Califórnia, do prefeito de Los Angeles e do editor do *Los Angeles Times* (*O Paiz*, 04/03/1928, p. 5).

Outra forma de propaganda eram os filmes olímpicos, que chegaram aos cinemas cariocas apenas após o encerramento dos Jogos, mas trazendo um atrativo inédito: o som ambiente (CORNELSEN, 2017, p. 10). Algumas das películas olímpicas eram inclusive anunciadas como filmes sonoros, a exemplo do programa de notícias *Fox Movietone News*⁹, que estreou no dia 20 de agosto em uma sessão exclusiva para cronistas esportivos da imprensa carioca (*A Noite*, 20/08/1932, p. 1).

As exhibições cinematográficas também possuíam um cunho pedagógico. Em 1933, a *Fox Film* cedeu a fita completa da Olimpíada (“Os Jogos Olympicos de 1932”) ao Fluminense e à *Revista Olympia* para uma sessão especial na sede do clube carioca (*A Noite*, 08/03/1933, p. 6). A exibição contou até mesmo com um locutor explicando “os estilos e provas” apresentados em cada cena (*A Noite*, 11/03/1933, p. 8). Corroborando o propósito instrutivo do evento, a Comissão de Censura Cinematográfica do governo Vargas aprovou o título, enquadrando-o na categoria de “Filmes Educativos” (*Correio*, 25/03/1933, p. 10).

FIGURA 1: Anúncios de um filme olímpico exibido no Cinema Odeon.



Fonte: *Correio*, 21/08/1932, p. 8 (à esq.); *JB*, 21/08/1932, p. 40 (centro); *O Jornal*, 21/08/1932, p. 10 (à dir.).

Ainda no campo visual, a cobertura fotográfica publicada em jornais e revistas possibilitava ao leitor explorar remotamente as instalações olímpicas. O uso frequente de imagens, principalmente nas revistas, não era fortuito, mas respondia aos interesses do público leitor e à evolução técnica da fotografia e das técnicas de impressão. Segundo Ana Maria Mauad (2006, p. 377), “a imagem, diferentemente do texto escrito, chega de forma mais direta e objetiva à compreensão, com menos espaço para dúvidas, pois o observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia nos próprios olhos”. Também as charges atingiam um público amplo, para o qual ofereciam uma mirada sarcástica sobre os episódios olímpicos. Na imagem abaixo, por exemplo, as dimensões e o posicionamento dos personagens (Tio Sam e Cardoso) traduzem, em linguagem simples, o desnível geopolítico existente entre Brasil e EUA.

FIGURA 2: Tio Sam conversa com Cardoso sobre os Jogos de 1932.



Fonte: *O Malho*, 16/07/1932, p. 1.

O convite oficial para que o Brasil tomasse parte nos Jogos Olímpicos chegara ainda em 1930 (*O Jornal*, 02/01/1930, p. 3). O país estava no seleto grupo de 52 nações formalmente convidadas pelo Comitê organizador. Colaborava para a agitação da imprensa brasileira e do meio esportivo em torno dos Jogos de 1932 o fato de o Brasil ter estado ausente da edição olímpica anterior. Uma nova ausência era tratada como ato não patriótico (*O Jornal*, 21/11/1931, p. 14). Agora, quando o assunto era o auxílio financeiro do governo à causa olímpica, não havia unanimidade na imprensa. De um lado, aqueles que apoiavam a ajuda do governo, mesmo com a crise econômica, pois acreditavam se tratar de um investimento estratégico a longo prazo. De outro, os mais pragmáticos, que apontavam para a irresponsabilidade de um gasto de tal monta. Isso posto, inúmeras propostas de arrecadação de fundos foram levadas a efeito no período pré-olímpico, visando prescindir da ajuda financeira do Estado.

A primeira dessas iniciativas foi chamada de “Dia Olympico” ou “Dia dos Sports”. O projeto apresentado pelo Fluminense consistia basicamente em um dia de doações voltadas à coleta de fundos para a “Caixa Olímpica”. O *Correio* era um grande opositor dessa ideia, que julgava como “antipática” e “fadada a um seguro e inevitável fracasso” (02/08/1928, p. 10). Apesar de apoiar as ações patrióticas de arrecadação, o jornal era contrário à doação direta, vista como esmola. Alternativamente, o *Correio* (16/08/1928, p. 10) sugeria a venda de selos olímpicos. A ideia lançada pelo periódico demorou, mas acabou por ser adotada pela CBD, na chamada “Quinzena Olímpica”, a qual retornarei mais à frente.

A partir de 1929, inúmeras iniciativas visavam colaborar com a Caixa Olímpica. A mais notável talvez tenha sido a Taça Correio da Manhã. O ambicioso projeto atuava em duas frentes: a preparação técnica e a arrecadação de fundos. A organização da Taça aponta para as estratégias de popularização da imprensa esportiva e de aproximação com seu público leitor, além de desvelar um circuito de comunicação esportiva¹⁰ para além das redações jornalísticas. A “invenção de prêmios, torneios e taças” era, nesse mesmo período, também parte do expediente dos periódicos esportivos europeus para engajar seus leitores (HOLLANDA, 2012, p. 82).

Para contar com o apoio dos demais jornais, foi formada uma Comissão de Propaganda com cronistas de diversas folhas da capital. Paralelamente, o *Correio* aproveitava a visibilidade trazida pela iniciativa para ressaltar o papel da imprensa no desenvolvimento do esporte e na instrução do público leitor. Vejamos, nesse sentido, o trecho abaixo:

Orientar a opinião pública é a razão de ser da imprensa. Mesmo em se tratando de sports, a ação da imprensa é das mais importantes e, no Brasil, onde os sports têm tido um progresso eivado de defeitos, o papel da imprensa tem sido de grande utilidade, condenando o que não é direito e justo e aplaudindo sempre que se faz necessário (*Correio*, 23/01/1929, p. 8).

A intenção inicial do *Correio* era a realização de seis edições da Taça, duas por ano, até às vésperas da Olimpíada de Los Angeles, alternando Rio e São Paulo como sedes. O evento reuniria clubes das duas cidades na disputa de provas de atletismo, e a renda obtida com a venda de entradas seria depositada em uma conta bancária em benefício da delegação olímpica. Atuando em parceria com clubes e instituições esportivas, o *Correio* justificava sua ideia com base nos elevados propósitos da modernidade e do progresso associados à participação olímpica. Modernidade atuava naquele contexto como uma “palavra-ação”: “tudo que era chamado de moderno era necessariamente, e por definição, o máximo do máximo” (SEVCENKO, 1993, p. 86).

O clube que mais pontuasse após as seis edições seria o detentor da Taça em definitivo. Desde janeiro de 1929, o evento foi maciçamente divulgado nas páginas do *Correio* e na de seus concorrentes¹¹. Ao todo foram realizadas cinco edições da Taça (três no Rio e duas em São Paulo). De modo geral, os eventos reuniram bom público para competições exclusivamente de atletismo, além de registrar inúmeros recordes. Fatores peculiares ao campo esportivo somados a perturbações sociais impediram o cumprimento do cronograma inicial da Taça. O início da Revolução de 1930, com a ocupação militar dos estádios cariocas, prejudicou o treinamento dos atletas locais e, por conseguinte, levou ao cancelamento da 4ª edição do torneio, prevista para o final de 1930. O valor arrecadado com a bilheteria foi entregue à CBD, em 16 de junho de 1932. O montante de 22:559\$500 era a maior contribuição até então feita para a campanha olímpica (*Correio*, 17/06/1932, p. 8), mas sozinho não era suficiente para financiar a delegação olímpica, como se projetava inicialmente (*JB*, 30/06/1931, p. 16).

FIGURA 3: Os resultados da Taça Correio da Manhã.



Fonte: *A Noite*, 06/07/1931, p. 1.

A realização da Taça serviu também de parâmetro para o trabalho da imprensa esportiva. Durante a 2ª edição, realizada no estádio do Paulistano, o *Correio* montou um serviço especial telefônico no campo do clube paulista para prover o público carioca com informações detalhadas e atualizadas das provas. A estrutura midiática sem precedentes para a cobertura de uma competição de atletismo permitiu ao *Correio* transmitir o evento quase “em tempo real” para os torcedores presentes no Largo da Carioca, em frente à redação do jornal¹². Não está claro como essa informação era repassada aos espectadores, porém o expediente anterior mais comum era o uso de *placards*, quadros na entrada do prédio das redações informando aos transeuntes sobre as novidades. Independente do formato empregado, fica evidente que o jornal extrapolava a materialidade do diário impresso na busca por novas formas de se comunicar com seus leitores.

Outro projeto de grande vulto promovido por dois jornais cariocas (*JS* e *Diário de Notícias*) foi um concurso para premiar um homem e uma mulher com passagens e hospedagem para acompanhar a Olimpíada nos EUA. Não havia intenção de arrecadar recursos para Caixa Olímpica nem de preparar tecnicamente os atletas brasileiros. O propósito central parecia ser gerar interesse pelos Jogos Olímpicos e promover as marcas dos jornais envolvidos com a iniciativa. A eleição da “Rainha da Embaixada Esportiva do Brasil” e

do “Embaixador da Torcida Brasileira” ocorreu por meio de cupons, publicados diariamente desde primeiro de dezembro de 1931 até maio de 1932. Os cupons, encartados nos jornais, deveriam ser preenchidos pelos leitores, com as respectivas indicações de voto, e encaminhados à redação dos jornais. Os indicados não precisavam ser sócios de um dado clube, mas apenas autodeclarados torcedores de uma agremiação. Os principais nomes votados eram, contudo, invariavelmente ex-jogadores ou torcedores ilustres.

Um ponto que merece ser comentado é a discrepância entre os critérios de escolha dos concursos masculino e feminino. Se bastava ao candidato a Embaixador ser o mais votado pelos leitores, a escolhida para Rainha tinha ainda de passar pelo escrutínio do jornal e pela avaliação de um júri. Primeiramente, as dez candidatas mais votadas tiveram de responder a um questionário, que incluía perguntas sobre altura, peso, cintura, busto (JS, 02/06/1932, p. 1). Em uma segunda etapa, um júri escolhido pelo JS analisou aspectos como os idiomas dominados pelas candidatas, os esportes por elas praticados e as habilidades em música e dança. Não bastava se dizer torcedora de um clube, era requerido que as mulheres apresentassem provas dessa paixão. Além disso, os atributos avaliados (idiomas, música, esporte) limitavam a escolha a “senhoras” e “senhoritas” da elite carioca, possivelmente excluindo da disputa as mulheres de origem mais humilde.

FIGURA 4: Os escolhidos para Rainha da Embaixada e Embaixador da Torcida brasileira.



Fonte: JS, 14/06/1932, p. 1.

Diante dos recursos insuficientes arrecadados até o final de 1931, Renato Pacheco, presidente da CBD¹³, recorreu à imprensa para elaborar uma nova campanha. Alguns meses antes, em conversa informal com jornalistas setoristas da CBD, o dirigente teria aludido a possível ausência do Brasil nos Jogos devido à falta de fundos (*A Noite*, 04/08/1931, p. 7). Para evitar esse desfecho, Pacheco convidou os cronistas esportivos da cidade para uma reunião no dia 19 de novembro. As folhas cariocas não deixavam de registrar que o episódio era um claro reconhecimento da importância da imprensa para o desenvolvimento do esporte. Sentaram-se à mesa no encontro jornalistas da imprensa escrita e do rádio (*JS*, 20/11/1931, p. 1), um indício da ascensão dessa então nova mídia. A principal proposta extraída da reunião foi a realização de uma Quinzena Olímpica ou Quinzena Pró-Olímpica, voltada à venda de selos olímpicos.

A proposta elaborada por Horácio Werne, secretário da CBD, teria início em primeiro de janeiro de 1932, se encerrando no dia 15, mas foi estendida por mais duas semanas, passando a se chamar “Mês Olímpico”. Não apenas a imprensa, mas inúmeras instituições esportivas e comerciais abraçaram a ideia. O governo federal autorizou que os selos fossem colocados nas correspondências enviadas entre 10 de dezembro de 1931 e 15 de janeiro de 1932 (*Correio*, 16/12/1931, p. 8). Comercializados com valores entre \$200 e \$1000, os selos se encontravam à venda em diversos pontos da cidade, como as sedes da CBD, Amea, Federação de Remo, ACD, *JS*, Casa Sportman, dentre outros (*JB*, 30/12/1931, p. 14). Em apoio à campanha, inúmeras entidades adotaram os selos olímpicos em suas cartas: Federação de Tênis, jornal *Diário Carioca*, Federação de Hockey, Atlântico Club (*JB*, 09/01/1932 p. 16).

Pacheco visitou o presidente da República, os clubes e os dirigentes de entidades esportivas, além de encaminhar uma extensa circular às instituições filiadas à CBD, na qual detalhava as motivações e os objetivos da Quinzena. O Telégrafo Nacional se comprometeu a espalhar pela imprensa de todo o Brasil o comunicado do presidente da CBD (*JS*, 02/12/1931, p. 4). O documento deixava claro que o êxito da iniciativa dependia unicamente do campo esportivo nacional, visto que nenhum auxílio financeiro era esperado do governo.

A campanha de venda dos selos contou com ampla divulgação nos jornais, no rádio e nos cinemas. Raul Bruce, da Rádio Sociedade Mayrink Veiga, presente na reunião do dia 19 de novembro, sugeriu que “figuras notáveis” do campo esportivo falassem “no rádio sobre a necessidade do Brasil comparecer aos Jogos Olympicos”¹⁴ (*JS*, 20/11/1931, pp. 1, 4). Atendendo a

esse chamado, proferiram palestras no rádio dirigentes de vários clubes e entidades esportivas. O tom patriótico predominava nesses discursos.

Mesmo após o encerramento da campanha, os selos continuaram a ser vendidos. O déficit nas vendas¹⁵ produzia questionamentos da imprensa quanto ao patriotismo dos *sportsmen* nacionais. O JS ponderava que, a despeito do número de aficionados por esporte, havia uma “deficiência de patriotas” (JS, 14/05/1932, p. 6). O jornalista Coelho Netto também argumentava contra a indiferença dos brasileiros, ressaltando a procura “desanimadora” pelos selos olímpicos (JB, 10/04/1932, p. 5). Em uma derradeira tentativa de impulsionar a vendas dos selos, a CBD organizou um concurso que premiaria com uma viagem para Los Angeles, no mesmo navio da delegação brasileira, quem vendesse mais selos entre os dias 4 e 18 de junho (Correio, 04/06/1932, p. 8)¹⁶.

Os argumentos veiculados pela imprensa para conservar a animação de seus leitores com a arrecadação olímpica versavam sobre o patriotismo e a concorrência com as demais nações sul-americanas (A Noite, 11/05/1932, p. 7). Inúmeros eventos na cidade do Rio, dentre jogos de futebol, partidas de basquete e polo, festivais esportivos e outros espetáculos, realizados ao longo de 1932, contribuíram para engordar o saldo da Caixa Olímpica¹⁷. Empresas privadas, como a Casa Lavadeira (vide imagem), a Fábrica Chapéu Mangueira (JS, 09/06/1932, p. 3) e a canadense The Rio de Janeiro Tramway & Light Power (A Noite, 15/06/1932, p. 8), e associações de classe, como a dos *chaffeurs* (JS, 04/05/1932, pp. 1, 4) e a Associação Geral dos Empregados do Lloyd Brasileiro (Correio, 24/12/1931, p. 10), também contribuíram para a causa olímpica.

FIGURA 5: Propaganda da Casa Lavadeira para a Caixa Olímpica.



Fonte: Correio, 27/03/1932, p. 5.

Em 1932, dentre os eventos realizados no Rio em prol da causa olímpica, dois merecem especial consideração: o Dia Olímpico e o Grande Baile Pró-Olimpismo. O primeiro, que compartilhava o nome da malograda iniciativa de 1928, consistia em um grande festival esportivo, com exhibições atléticas, cerimônia de abertura em moldes olímpicos e coroação da Rainha da Embaixada Brasileira, eleita pelo concurso do *JS* (*A Noite*, 16/06/1932, p. 7). Realizado em 19 de junho, um dia antes do embarque da delegação, o evento foi, segundo *O Jornal* (25/05/1932, p. 12), uma homenagem aos atletas olímpicos e um “espetáculo patriótico e majestoso”, que contou com a presença de Getúlio Vargas (*O Jornal*, 21/06/1932, p. 11). Já o “grande baile pró-Olimpismo”, como foi alcunhado pela imprensa, ocorreu nos salões do Botafogo, em 18 de junho, reunindo a elite carioca, que pagou entre 10\$000 (“senhoras e senhoritas”) e 20\$000 (homens) pelas entradas (*A Noite*, 02/06/1932, p. 6).

FIGURA 6: O Dia Olímpico (à esq.) e o Grande Baile Pró-Olimpismo (à dir.).



Fonte: *Revista da Semana*, 25/06/1932, p. 7 (esq.); *Fon Fon*, 25/06/1932, p. 25 (dir.).

O navio fretado para transportar a delegação brasileira foi o Itaquicé, de propriedade da Companhia Nacional de Navegação Costeira. Era a primeira vez que uma nação sul-americana enviava um navio “especialmente para transportar a sua delegação olympica” (JS, 26/06/1932, p. 2). A embarcação foi elevada por Vargas à categoria de “navio de guerra”, o que, além do status oficial, lhe garantia “imunidades portuárias, com honrarias especiais” (A Noite, 22/04/1932, p. 8). Assim como Epitácio Pessoa em 1920, Getúlio se engajou na ajuda à delegação brasileira, principalmente por compreender os fins utilitários do esporte. Ele publicaria ainda, em 17 de junho de 1932, o Decreto n. 21.553 que concedia caráter de “serviço público federal” à representação olímpica brasileira¹⁸ (Correio, 19/06/1932, p. 1), fato inédito na história do esporte nacional e, por isso, bastante enfatizado pela imprensa.

A empolgação do governante era compartilhada pelos setores turístico e publicitário. A agência de viagens Exprinter, em parceria com a CBD, oferecia pacotes para Los Angeles no valor de 6:000\$000 por pessoa (O Jornal, 15/05/1932, p. 7). Outras empresas, como a Casa Lavadeira, a Casa “A Exposição” e a Joalheria Monroe (A Noite, 23/06/1932, p. 8), ofereciam pequenos mimos a membros da delegação brasileira, visando divulgar suas marcas. Outras, ainda, buscavam lucrar com a venda de seus produtos na esteira da febre olímpica. Era esse o caso do rádio G. E. K-80, que em seus anúncios prometia aos futuros compradores a possibilidade ouvir as notícias de várias cidades do mundo, inclusive o resultado das provas olímpicas (Correio, 17/06/1934, p. 8).

FIGURA 7: Pacotes de viagem e vendas de rádios – desdobramentos da febre olímpica.





Fonte: *JS*, 15/05/1932, p. 4 (superior); *Correio*, 17/06/1934, p. 8 (inferior).

Após 12 anos, o porto do Rio voltava a ser o palco do embarque da delegação brasileira rumo aos Jogos Olímpicos. Simbolicamente, era a reconquista do capital político-esportivo da cidade, abalado pelo domínio paulista sobre a organização da representação olímpica nacional em 1924. Após a partida do Itaicicé, em 25 de junho de 1932, seguiram-se relatos detalhados da imprensa sobre o acontecimento. O público presente ao armazém 13 do cais do porto — “uma verdadeira multidão de sportman e pessoas de destaque social” (*A Noite*, 25/06/1932, p. 1) — assistiu à uma performance da banda do Corpo de Marinheiros, à revoada de centenas de pombos-correios (*JB*, 23/06/1932, p. 13) e ao brado patriótico entoado pelos atletas paulistas¹⁹ (*O Jornal*, 2ª seção 26/06/1932, pp. 4-5). Entre nadadores, saltadores, jogadores de polo aquático, atiradores, remadores, corredores, levantadores e arremessadores de peso, Maria Lenk²⁰ era a única representante do sexo feminino²¹ e a primeira na história olímpica nacional. Getúlio Vargas, ao subir a bordo do navio, fez questão de saudar Lenk, elogiando seus “predicados eugênicos”, que bem representariam a “mulher brasileira no grande prelo sportivo das raças” (*O Jornal*, 2ª seção 26/06/1932, pp. 4-5).

FIGURA 8: Diferentes momentos do embarque da delegação brasileira.



Fonte: *Revista da Semana*, 02/07/1932, p. 25.

Como o montante total necessário não havia sido arrecado a tempo, a delegação levou a bordo do Itaquicé milhares de sacas de café, que deveriam ser vendidas até a chegada na Califórnia. Dentro do navio, foi também organizada “uma exposição de belas artes e artigos genuinamente brasileiros”, como o próprio café, o mate, o guaraná (*JB*, 12/06/1932, p. 28), a borracha, produtos agrícolas, têxteis, couros e peles (*A Noite*, 08/06/1932, p. 8). A propaganda da cultura brasileira reforçava a já conhecida associação entre a delegação olímpica e uma embaixada diplomática.

Para Los Angeles, seguiram também jornalistas cariocas (13, no total²²) e representantes de entidades diversas. Emmanuel do Amaral atuou

como representante da ACD e correspondente d'*A Noite*. Flávio Pinto Duarte era o enviado especial dos Diários Associados, publicando seus textos n'*O Jornal*. Adhemar Gonzaga, diretor da revista *Cine-arte*, seguiu para os Jogos como representante da ABI (*Correio*, 30/08/1932, p. 5). A Amea financiou a ida de Cyro de Rezende, membro do comitê de atletismo da entidade (*Correio*, 19/02/1933, p. 9). Outros, como Mauricio Bekenn, diretor de natação da Federação Brasileira de Desportos Aquáticos, viajaram por conta própria, na condição de observadores (*O Jornal*, 16/02/1934, p. 8). A equipe de correspondentes mais numerosa era a do *JS*, que reunia o diplomata Armando Fleury de Barros, os jornalistas Arthur Azevedo Filho e Antonio Cordeiro, os chefes da delegação Romeu Peçanha da Silva e Orlando Silva, o atleta Carlos Reis Junior, além de Affonso Segreto, Yvone Padilha e Lydia Von Thering (*JS*, 21/06/1932, p. 2).

Ainda no navio, as comunicações eram enviadas para os jornais cariocas por meio de radiogramas ou de telegramas enviados dos portos onde o Brasil atracava. Após 29 dias de viagem, passando por cidades como Natal (RN), Port of Spain (Trinidad e Tobago) e Colon e Balboa (Panamá), a "Nave Esperança"²³ aportou em Los Angeles em 22 de julho de 1932 (*JS*, 23/07/1932, p. 1). O desempenho brasileiro e a repercussão na imprensa serão assunto para outro artigo.

Considerações Finais

Nas décadas de 1920 e 1930, a relação dos jornais com os Jogos Olímpicos e com o movimento olímpico carioca grassava em bases fortemente dialéticas, marcada pela interlocução e interação contínuos. Os jornais reportavam os acontecimentos olímpicos, ao mesmo tempo em que influenciavam diretamente o campo esportivo. Assim, em 1932, as notícias internacionais e nacionais sobre os Jogos foram normalmente publicadas na imprensa carioca, porém algumas folhas, como o *Correio* e o *JS*, se destacaram, assumindo o protagonismo de importantes iniciativas em prol da causa olímpica.

Apesar da profissionalização crescente da imprensa esportiva, o que pode ser comprovado pelo número de correspondentes enviados à Los Angeles/1932 e pela diversificação das pautas, a compra de notas exógenas à redação, via agências internacionais, ainda ocupava um papel preponderante, como em anos anteriores. Isso implicava em um conteúdo sucinto, que deixava pouca margem para abordagens mais aprofundadas

sobre alguns episódios, e em certa homogeneização entre as narrativas de diferentes periódicos. O custo da tecnologia disponível para transmissão de informação (telegrama e telefone) era outro componente a prejudicar o trabalho jornalístico.

Por outro lado, as melhorias no conteúdo esportivo beneficiavam os leitores, ao mesmo tempo em que estimulavam o crescimento do público aficionado por esportes. Outras mídias, como o rádio, o cinema e a fotografia, ensejavam novas formas de usufruir da experiência olímpica. Em especial, a exibição de filmes olímpicos se popularizava nos cinemas do Rio de Janeiro. Textos, imagens, sons e eventos ao vivo estavam, assim, à disposição do carioca.

O que busquei destacar neste artigo, como em outros já publicados, é que o desenvolvimento de um campo olímpico brasileiro esteve intimamente ligado à participação da imprensa, que atuou diretamente para viabilizar a participação brasileira nos Jogos de 1932. Essa relação mutuamente benéfica entre mídia e esporte reforça a importância de pensar a constituição do Olimpismo brasileiro enquanto processo e produto do trabalho de diversos atores.

Notas

1 São eles: *Gazeta de Notícias, O Paiz, Jornal do Brasil, Correio da Manhã, Revista da Semana, O Imparcial, Sport Ilustrado, Careta, O Malho, Fon Fon, Eu sei tudo, O Jornal, A Noite, Jornal dos Sports*.

2 Tradução minha de: "Our very sense of the meaning of the category sport has been shaped by the emergence of the sporting press, sports pages, cinema news-reels, and by television sport" (HORNE et al, 1999, p. 161).

3 A listagem foi baseada em Ribeiro (2007, p. 63), Couto (2011, pp. 26-27) e na busca por títulos na Hemeroteca Digital da BN.

4 Essa afirmação foi encontrada em uma matéria do jornal *A Noite* (05/01/1932, p. 8).

5 Sobre isso, ver AMARO (2017).

6 No total, teriam assistido as provas da X Olimpíada um milhão de pessoas. As receitas totais giraram em torno de 500 mil libras esterlinas (*A Noite*, 15/08/1932, p. 8), e o lucro foi estimado em 30 mil libras (*A Noite*, 08/02/1933, p. 1). Nas competições, houve a quebra de inúmeros recordes olímpicos e mundiais.

7 Alguns jornais, como *O Paiz* (31/05/1930, p. 2), se referiam ao Departamento de Imprensa como Comitê de Publicidade da 10ª Olimpíada.

8 Ao que tudo indica, os informativos do Departamento de Imprensa eram encaminhados primeiramente à CBD, que os repassava às folhas cariocas.

9 *Fox Movietone News* era um "famoso jornal cinematográfico" exibido em "volumes" (edições) nos cinemas cariocas (*Correio*, 19/01/1932, p. 10). As fitas chegavam ao Rio por via aérea, postadas dos EUA pela *Fox* (*O Jornal*, 07/09/1932, p. 7).

10 Estou me apropriando do conceito de circuito da comunicação, conforme trabalho por Darnton (2010).

11 Algumas matérias que saíam no *Correio* eram publicadas também em outros jornais, o que sugere se tratar ou de um conteúdo produzido pela Associação de Cronistas Desportivos (ACD), apoiadora da Taça, ou uma simples transcrição dos textos do *Correio* por seus concorrentes.

12 "Não só na rua como em nossa redação, todos se interessavam pelos resultados

que eram aguardados e recebidos sob intensa vibração dos torcedores" (*Correio*, 19/11/1929, p. 8).

13 Pacheco presidiu a CBD de 1927 a 1933. Antes disso, fora presidente do Botafogo e da Associação Metropolitana de Esportes Athleticos, além de representante do esporte gaúcho na CBD.

14 Além do rádio, propagandas da Quinzena apareceram também no intervalo da programação do Cine Theatro Eldorado e em cinemas de Niterói.

15 A CBD remeteu aos clubes e entidades 317:011\$000 em selos olímpicos, mas recolheu apenas 13:505\$000. Faltavam ser vendidos ou devolvidos 303:506\$000.

16 A apuração final ocorreria em 18 de junho (*Correio*, 18/06/1932, p. 9), mas foi postergada para o dia 20 (*JB*, 19/06/1932, p. 28). Depois disso, não encontrei mais notícias sobre o concurso.

17 O apoio à causa olímpica, apesar de mais concentrado em Rio e São Paulo, não se restringiu a essas duas cidades. Porto Alegre organizou uma Corrida de Páscoa, com a taxa de inscrição, no valor de 500 réis, revertida à CBD para a causa olímpica (*Correio*, 24/03/1932, p. 10).

18 Na prática, essa designação permitia que militares e servidores públicos federais fossem liberados de suas funções para servir à delegação brasileira como atletas nos Jogos (*Correio*, 19/06/1932, p. 1).

19 "lu-ra-ré bra-si-lei-ros! Bra-si-lei-ros! Bra-si-lei-ros! Bra-si-lei-ros! Brasil! Brasil! Brasil!".

20 Sobre a carreira da nadadora, ver Miragaya e DaCosta (2002).

21 Ainda que não fosse a única mulher na delegação. Yvone Padilha e Lydia von Ihering, ganhadoras do concurso do JS, eram denominadas de "Guardas de Maria Lenk" (*A Noite*, 24/07/1932, p. 7).

22 O relatório oficial registrava como jornalistas brasileiros credenciados: Emmanuel do Amaral, Evaldo Asbahr, Antonio Carneiro, Flavio Pinto Duarte, Hermilio Gomes Ferreira, Adhemar Gonzaga, Heriberto Paiva, Armin Mueller, Francisco Correa Netto, Pandiá Baptista Pires, Ibane Ribeiro da Cunha, Ignacio de Freitas Rolim e Franklin de Araújo Silva (OCGLA, 1932, p. 793).

23 Denominação empregado pelo *Jornal*

dos Sports em algumas ocasiões para se referir ao Itaquicé.

Referências bibliográficas

AMARO, Fausto. “Movimentos do esporte olímpico nacional na década de 1910: jornais, pessoas e fatos”. In: **Recorde — Revista de História do Esporte**, v. 10, pp. 1-28, 2017.

BARBERO, Jesus Matín. **Dos meios às mediações: cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

COHEN, Ilka Stern. “Diversificação e Segmentação dos Impresses”. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, pp. 103-130.

CORNELSEN, Elcio. “A Beleza Atlética nas Telas do Cinema (1895-1932)”. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40, 2017. Curitiba. **Anais....** Curitiba: Intercom, 2017.

COUTO, André Alexandre Guimarães. **A hora e a vez dos esportes: a criação do Jornal dos Sports e a consolidação da imprensa esportiva no Rio de Janeiro (1931-1950)**, 2011. 202f. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Formação de Professores, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, São Gonçalo, 2011.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DRUMOND, Maurício. “Os gramados do Catete: futebol e política na Era Vargas (1930-1945)”. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; SANTOS, Ricardo Pinto (Orgs.). **Memória social dos esportes — Futebol e política: a construção de uma identidade nacional**. Rio de Janeiro: Mauad Ed., FAPERJ, 2006, pp. 107-132.

_____. “O esporte como política de Estado: Vargas”. In: PRIORE, Mary Del; MELO, Víctor Andrade de (Orgs.). **História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais**. São Paulo, Editora UNESP, 2009, pp. 213-244.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. “Imprensa a serviço do progresso”. In: MARTINS, Ana

Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, pp. 83-102.

FAUSTO, Boris. **História concisa do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil. O longo Caminho**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de Presença — o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2010.

HOLLANDA, Bernardo Buarque de. “O cor-de-rosa: ascensão, hegemonia e queda do *Jornal dos Sports* entre 1930 e 1980”. In: HOLLANDA, Bernardo Buarque de; MELO, Víctor Andrade de. **O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2012, pp. 80-106.

HORNE, John; TOMLINSON, Alan; WHANNEL, Garry. **Understanding sport: an introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport**. Londres: Routledge, 1999.

LUCA, Tânia Regina de. “A grande imprensa na primeira metade do século XX”. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, pp. 149-178.

MAUAD, Ana Maria. “O olho da História: fotojornalismo e a invenção do Brasil contemporâneo”. In: NEVES, Lúcio Maria Bastos P.; MOREL, Marco; FERREIRA, Tania Maria Bessone da C. (Orgs.). **História e imprensa: representações culturais e práticas de poder**. Rio de Janeiro: DP&A, Faperj, 2006, pp. 365-384.

MELO, Víctor Andrade de. “Causa e consequência: esporte e imprensa no Rio de Janeiro do século XIX e década inicial do século XX”. In: HOLLANDA, B. B.; MELO, V. A. (Orgs.). **O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012, pp. 21-51.

MENDONÇA, Sônia Regina. “Estado e Sociedade: A consolidação da república oligárquica”. In: LINHARES, Maria Yedda. **História Geral do Brasil. Rio de Janeiro:**

Editora Campus, 1990, pp. 316-326.

MIRAGAYA, Ana Maria; DACOSTA, Lamartine. “Maria Lenk: as revoluções

política e emancipadora da década de 1930 no Brasil que levaram a nadadora da Atlética às Olimpíadas de Los Angeles". In: Congresso Brasileiro de História da Educação Física, Esporte, Lazer e Dança, 8, 2002. Ponta Grossa, PR. **Anais...** Ponta Grossa: Monferrer Produções, 2002. OLYMPIDE COMMITTEE OF THE GAMES OF LOS ANGELES (OCGLA). **The Games of the Xth Olympiada "Los Angeles 1932"**. Official Report. Los Angeles: Wolfer Printing Company, 1932. PIEROTH, Doris. "Los Angeles 1932". In: FINDLING, John; PELLE, Kimberly (Eds.). **Encyclopedia of the Modern Olympic Movement**. Londres: Greenwood Press, 2004, pp. 95-104. RIBEIRO, André. **Os Donos do Espetáculo: história da imprensa esportiva do Brasil**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007. SEVCENKO, Nicolau. "Transformações da linguagem e advento da cultura

modernista no Brasil". In: **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 11, 1993, pp. 78-88. SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. TORRES, Cesar R. "South America". In: POPE, S. W. ; NAURIGHT, John (Eds.) **Routledge Companion to Sports History**. Londres: Routledge, 2010, pp. 571-586. VELLOSO, Monica Pimenta. "Percepções do moderno: as revistas do Rio de Janeiro". In: NEVES, Lúcio Maria Bastos P. ; MOREL, Marco; FERREIRA, Tania Maria Bessone da C. (Orgs.). **História e imprensa: representações culturais e práticas de poder**. Rio de Janeiro: DP&A, Faperj, 2006, pp.312-331.

Recebido em: 21/05/2020

Aprovado em: 10/07/2020