

Fotografia e modernidade – a imprensa carioca na primeira metade do século XX

Silvana Louzada

Doutora em Comunicação pela UFF, mestre em Comunicação e Imagem pela UFF, especialista em Fotografia pela UCAM. Pós-doutoranda do departamento de História da UFF, Bolsista FAPERJ

e-mail: silvanalouzada@gmail.com

RESUMO

A imprensa de massa no Brasil se desenvolve na primeira metade do século XX com a formação dos jornais-empresas, a modernização do texto e da paginação e com a utilização da fotografia como elemento noticioso. Um novo olhar mediado pelo aparelho fotográfico é difundido nos periódicos que proliferam no Rio de Janeiro e que utilizam a fotografia e novas estratégias editoriais e de produção, passando a ser cada vez mais o ícone da modernidade. O uso da fotografia na imprensa é refinado no decorrer das primeiras décadas e eclode como linguagem madura e autônoma em meados do século XX. Este artigo traça um panorama da utilização da fotografia na imprensa carioca, na primeira metade do século XX, e discute sua participação no processo de modernização da imprensa e, em última instância, da sociedade brasileira.

Palavras-chave: fotografia; história do fotojornalismo; modernização da imprensa carioca

ABSTRACT

The press in Brazil quickly develops in the course of the first half of the 20th century with the inauguration of newspaper companies, the modernisation of the texts and lay-outs and the use of photography as a news element. A new view provided by means of the camera – which is divulged in the periodicals that abound in Rio de Janeiro that use photography and new editorial and production strategies – increasingly becomes the icon of modernity. This use of photography by the press evolves over the earlier decades and finally emerges into a mature and autonomous language by the mid 20th century. The following article provides an overview of the use of photography in the Brazilian press during the first half of the 20th century, and discusses its participation in the modernisation process of the press as well as, eventually, Brazilian society overall.

Key Words: *photography; history of photojournalism; modernisation of the Carioca press.*

Os anos centrais do século XX são associados, no imaginário (1) brasileiro, a uma ideia de modernidade. Na imprensa e na fotografia é recorrente a associação a uma época “dourada” marcada pelas grandes reportagens. Entre 1940 e 1960, a fotografia de imprensa consolida-se como linguagem autônoma, passando a agregar informação jornalística que a escrita não é capaz de transmitir, conformando a linguagem denominada fotojornalismo. Entretanto, o amadurecimento da linguagem fotojornalística é fruto de um longo processo que remonta ao princípio do século.

Fotografia e modernização da imprensa

Na passagem do século, diversos jornais e revistas da capital brasileira buscam na fotografia o aval para adentrar a modernidade. Fazem também uso de diversas práticas para atrair mais leitores, como promoções, ampliação das coberturas policiais e a difusão do folhetim, além de investirem em técnicas de redação e apuração das notícias para garantir uma suposta imparcialidade (BARBOSA, 2007).

Os principais periódicos implantam artefatos tecnológicos que mudam a maneira de produzir jornais: máquinas linotipos substituem as antigas composições manuais; máquinas que imprimem até 20 mil exemplares por hora; máquinas de fotografar que reproduzem o mundo em imagens; métodos fotoquímicos para a publicação de clichês em cores. Os periódicos transformam seus modos de produção e o discurso com que se autorreferenciam e passam a ser cada vez mais ícones da modernidade, numa cidade que quer ser símbolo de um novo tempo.

O Rio de Janeiro, no início do século XX, assim como toda a sociedade brasileira, defronta-se com novos valores. O Distrito Federal é polo irradiador de cultura, dita moda para toda a nação e sintetiza o Brasil, não apenas para o “estrangeiro”, mas para o próprio país. A cidade se moderniza e sua imprensa incorpora às suas páginas a fotografia, técnica que sintetiza a rapidez e a efemeridade do moderno.

As tecnologias capazes de fornecer uma dimensão à concepção temporal e espacial são decisivas na conformação do novo mundo simbólico que emerge nesta passagem de século. O mundo se torna próximo e visível. A possibilidade de “ver” em imagens o distante e o exótico muda gradativamente a percepção do outro. Saber, em poucas horas, o que aconteceu do outro lado do mundo constrói gradativamente nova espacialização. Surge um mundo mais compacto e uma nova dimensão temporal.

As revistas

Em maio de 1900, surge a *Revista da Semana*, periódico que neste momento melhor explora a linguagem fotográfica. No primeiro número, a palavra “fotografia” aparece duas vezes na primeira página: junto do logotipo (“Photographias, vistas instantâneas, desenhos e caricaturas”) e na legenda abaixo da enorme foto: “Photographia offerecida pelos Srs.

Bastos & Dias”. Os números seguintes também trazem fotos na primeira página, mas o número quatro surpreende. São cinco fotografias sob o título: “A Autópsia de Maria” que mostram o procedimento em detalhes, além do caixão fechado identificado como “fotos do corpo no caixão (Phot. tirada a 2 ms de distancia)”. A legenda aguça a morbidez, indicando que a fotografia foi tirada a apenas alguns passos do caixão e dentro dele está um cadáver oculto, cuja autópsia foi quase “presenciada” pelo leitor.

A *Revista da Semana* também mostra crimes e não hesita em carregar nas tintas para aumentar o impacto das imagens. A primeira do número seis tem uma grande foto com a manchete: “Tentativa de assassinato” e a legenda: “O coronel Horácio de Lemos atacado em pleno dia na Rua dos Ourives. Photographia instantanea apanhada casualmente por um dos nossos photographos”. A fotografia é evidentemente uma encenação, mas é apresentada como um instantâneo buscando provocar a curiosidade do público, mesmo que ainda não seja tecnicamente possível obter um verdadeiro instantâneo fotográfico de um acontecimento movimentado (2). São tragédias que apaixonam a cidade e tanto na “Autópsia de Maria” como na “Tentativa de assassinato” é preciso aproximar, passar para o leitor a sensação flagrada ou construída, tanto faz.



20 de maio de 1900



10 de junho de 1900

REVISTA DA SEMANA

Anno I. — N. 6

DOMINGO, 24 DE JUNHO

Numero: 390 reis

TENTATIVA DE ASSASSINATO



O coronel Horacio de Lemos atacado em pleno dia na rua dos Ourives. Photographia instantanea apanhada casualmente por um dos nossos photographos.

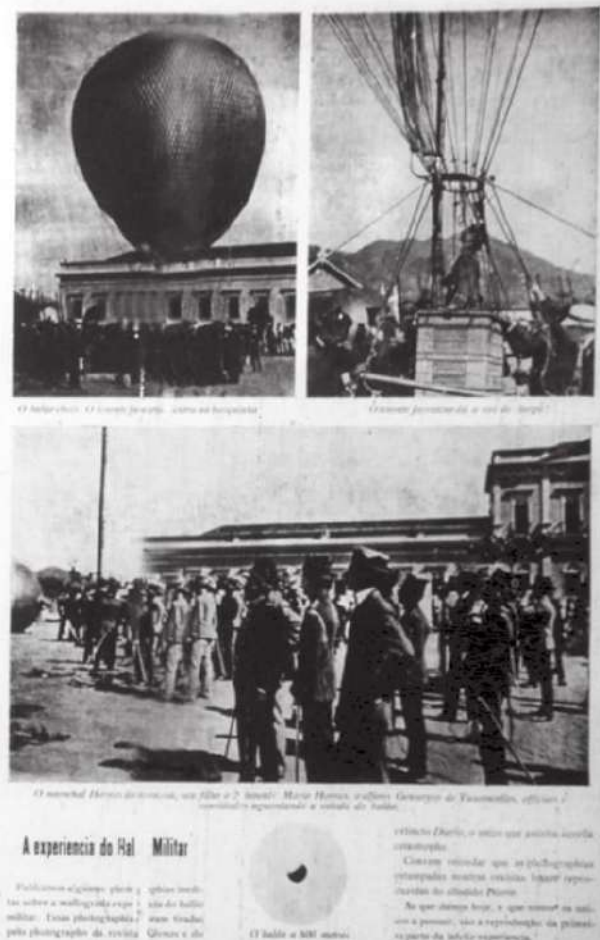
24 de julho de 1900

As grandes fotografias nas primeiras páginas da *Revista da Semana* continuam em quase todos os números até o 15 quando se torna edição semanal ilustrada do *Jornal do Brasil* e as fotos dão novamente lugar a ilustrações, encerrando a primeira experiência contínua de publicação de fotografias num periódico no Brasil.

Em 1908, ano da sua fundação, a revista *Careta* publica uma reportagem fotográfica documentando o acidente com um balão militar:

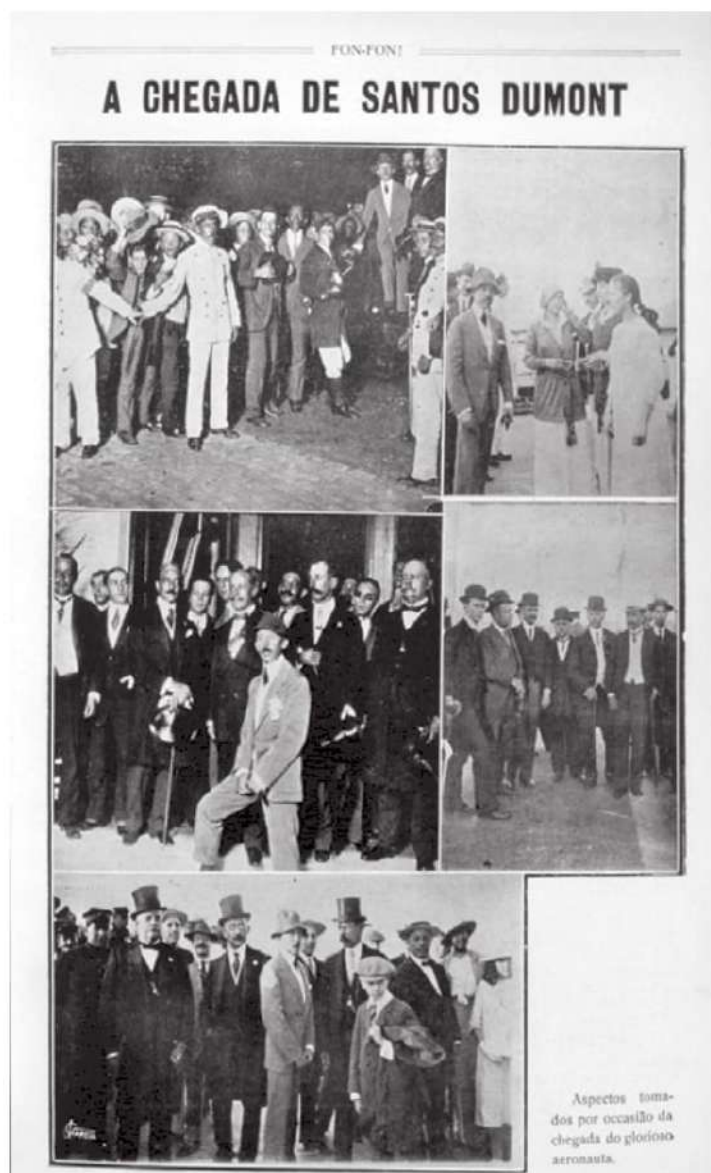
Publicamos algumas photographias inéditas sobre a mallograda experiência do balão militar. Estas photographias foram tiradas pelo photographo da revista Kósmos e do extinto Diario, o unico que assistiu áquella catastrophe. Convem recordar que as photographias estampadas noutras revistas foram reproduzidas do alludido Diario. As que damos hoje, e somos os unicos a possuir, são a reproducção da primeira parte da infeliz experiencia.

Ineditismo, autoria e originalidade do trabalho do fotógrafo são ressaltados para se distinguir da concorrência e, para dar ao público a sensação de ser testemunha, as fotos são dispostas em sequência cronológica, construindo uma narração temporal e espacial do acidente.

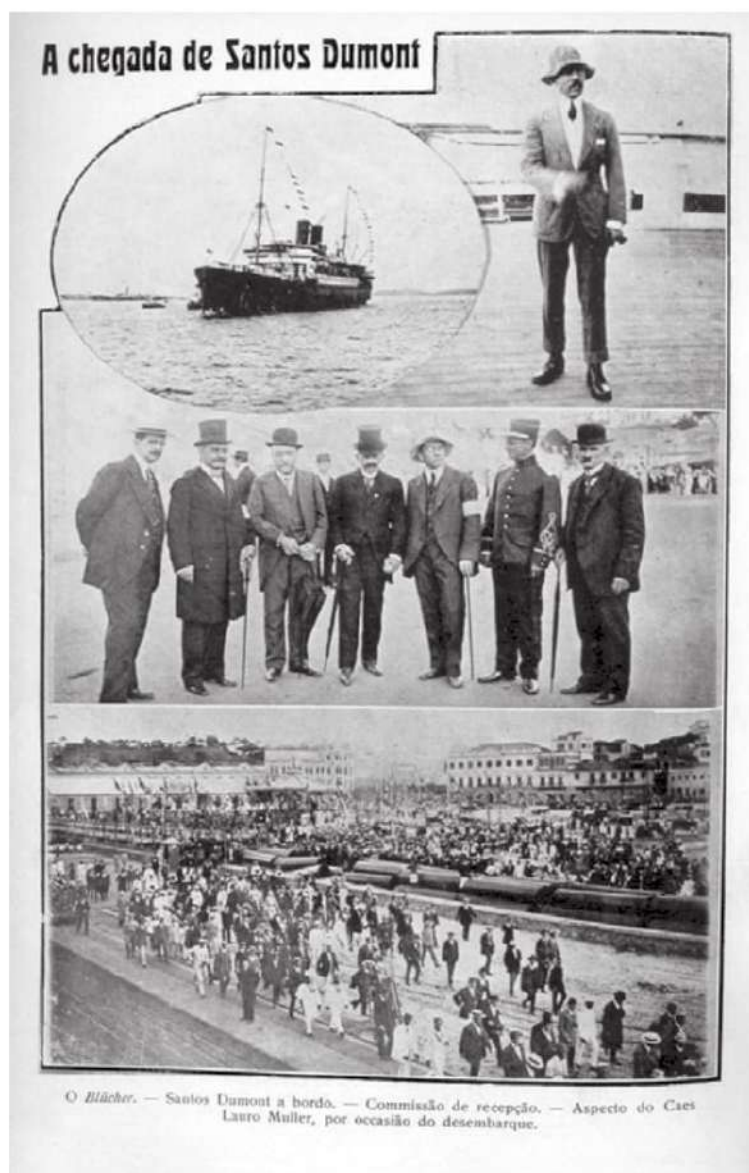


Careta, 6 de junho de 1908

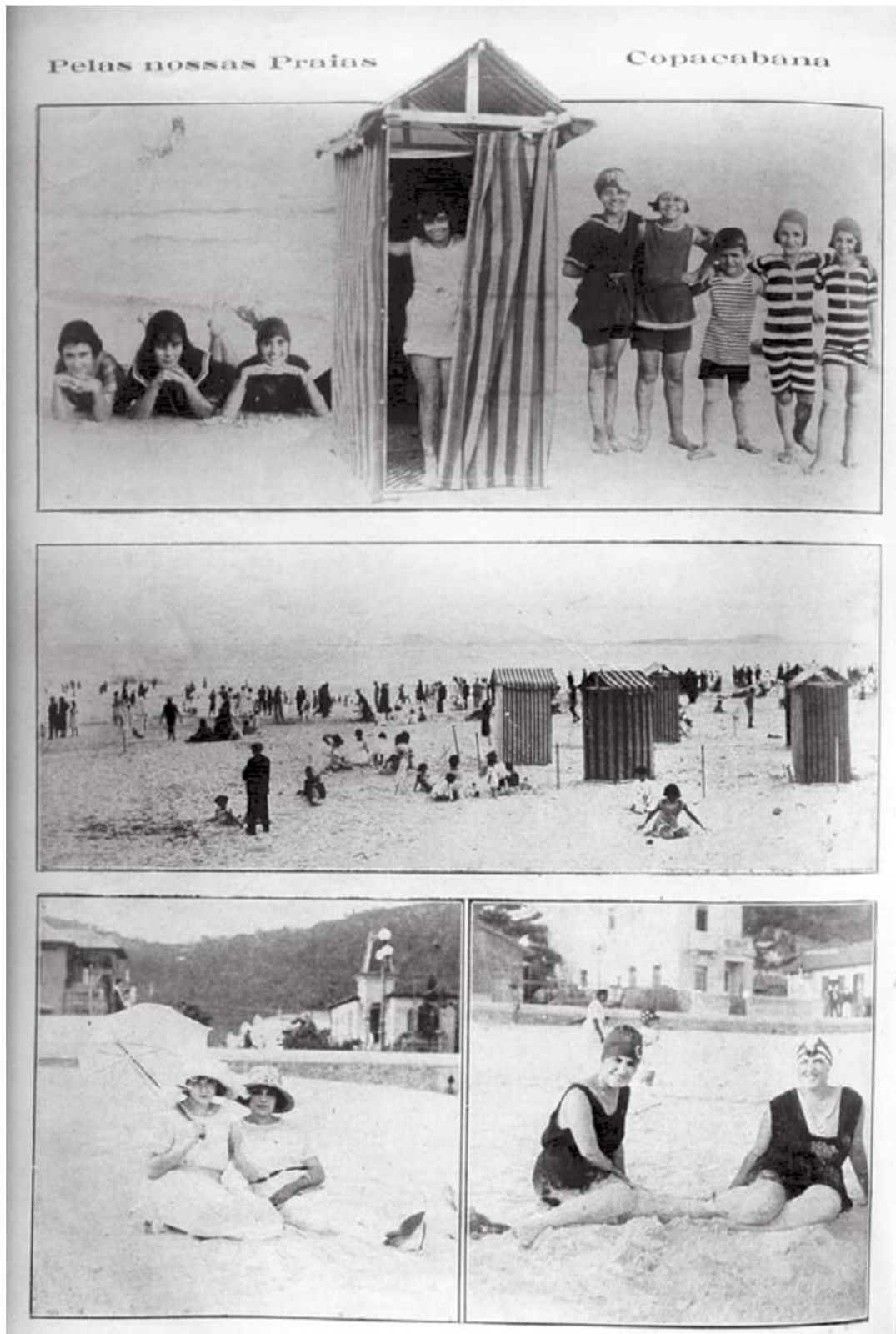
Em 10 de janeiro de 1914, a revista *Fon-Fon!* noticia a chegada de Santos Dumont ao Brasil com duas páginas cobrindo todos os aspectos do acontecimento: uma foto do navio antes de atracar, outra do inventor no convés, além de fotos de autoridades e do povo que o recebe. Mais uma vez, a imagem prevalece sobre o texto e as páginas têm arranjo cronológico. A leitura da imagem fixa, numa sequência que induz à reconstituição do movimento, vai se tornando comum. Como ressalta Flora Sussekind (2006), a percepção das pessoas passa por inevitáveis alterações, graças à difusão de técnicas como a fotografia estereoscópica, cartões postais e kinetoscópios, e à popularização do cinematógrafo, que surge em 1895. No início do século, a imagem em movimento populariza-se e a modificação da percepção da movimentação do próprio corpo, possível também graças a artefatos como o automóvel, tende a se refletir na representação imagética dos acontecimentos retratados na imprensa.



Fon-Fon!, 10 de janeiro de 1914



Na década seguinte, cresce o número de fotografias nas revistas que podem até prescindir do texto, como na reportagem de *Careta*, de 4 de fevereiro de 1922, em que pessoas posam para a câmera transparecendo espontaneidade e a imagem central é um instantâneo do cotidiano das areias de Copacabana.



Careta, 4/02/1922

Não só as celebridades e os grandes acontecimentos, mas o dia a dia do leitor passa a merecer registro. Para Agnes Heller (2004) a vida cotidiana é a vida de todo homem, sendo-nos impossível desligar-nos da cotidianidade. O cotidiano é, ao mesmo tempo, particular e universal. A particularidade, portanto, contém o todo e retratar este dia a dia é mostrar um pouco de cada um. O “genérico” da praia que as revistas mostram contém todo o público, mas faz parte também da individualidade, por mais distantes que se esteja do mar de Copacabana.

O desafio de mostrar o todo e o particular marca a trajetória da mais emblemática revista brasileira. Em 1928, nasce *O Cruzeiro* (3) com 50 mil exemplares semanais impressos a quatro cores em rotogravura e ampla distribuição. Desde o princípio, a revista aposta na fotografia e investe na modernização gráfica, como na página dupla com fotografia aérea, publicada em 1930. A foto da “partida das misses para a eleição de Miss Universo 1930” é creditada: “Photo aerea de Cap. Holland exclusiva para *O Cruzeiro*”. Além do ineditismo, a vista aérea amplia a percepção visual do leitor que, através desta imagem, pode voar acima do mais alto edifício da cidade.

Em 1938, outro exemplo do investimento da revista na linguagem fotográfica: uma página dupla ocupada por oito fotografias assinadas “photos Kikoler” retratando “A paisagem humana no morro” com vistas gerais, fotos das casas e de costumes, detalhes de utensílios e muitas crianças. O texto é curto e a força da informação está nas imagens, um ensaio fotográfico completo.

Se no exemplo anterior a revista leva o leitor às alturas, agora o faz adentrar a casa de pessoas humildes, retratando uma comunidade onde em geral só entram seus pobres moradores, cujas vidas são muito diferentes da dos leitores de *O Cruzeiro*.

A busca do melhor aproveitamento da fotografia ainda não encontrara um padrão definido e varia de uma foto cobrindo duas páginas ou várias para uma única reportagem, buscando a exaustiva documentação imagética da notícia. Estes fatores combinados juntamente com a pluralidade dos temas, serão a marca que no futuro consolidarão a fotorreportagem em *O Cruzeiro* e os componentes fundamentais – a valorização da fotografia como linguagem principal e o reconhecimento da autoria – já estão presentes nestas reportagens (4). O fotógrafo vai se tornando uma personagem, seja como o aviador que sobrevoa a praça pública, seja nas fotos da favela cuja legenda diz: “Menino não chora! Tirar retrato não dói, diz a mãe. Mas o garoto não gostou do photographo”. A novidade tecnológica salta na fala da mãe que ensina ao filho que ser fotografado não dói, mostrando também que o aparelho manejado pelo fotógrafo incorpora-se ao cotidiano do público.

Por outro lado, a legenda indica que está sendo construída uma profissão mítica em que o autor é também personagem, ator nesta nova arena imagética que é, concomitantemente, notícia e visualidade. Ao mesmo tempo que se constrói a linguagem, forma-se o profissional fotojornalista.

O *Cruzeiro* representa um novo patamar, trazendo fotografias em grande formato, reportagens que exauram fotograficamente todos os aspectos da notícia e a autoria da fotografia. Entretanto, nas suas duas primeiras décadas, a revista ainda não explora todo o potencial da fotografia como notícia.

Os jornais diários

Fundado em 1901, o *Correio da Manhã* começa a publicar fotografias no ano seguinte. A partir de 1905, o jornal reforça o noticiário policial explorando a associação de imagem e notícia com fotos de tragédias, além de celebridades, grandes acontecimentos políticos, avanços tecnológicos e de times de futebol. As notícias principais têm sempre mais de uma fotografia, destacadas por meio de recursos gráficos como o recorte e a superposição. Já seu principal concorrente, o *Jornal do Brasil*, fundado em 1891, tem duas edições ilustradas semanais com desenhos a bico de pena e só publica fotografia regularmente a partir de 1905, sobretudo na primeira página.

Em 1907, *A Gazeta de Notícias* (criada em 1875) importa uma impressora capaz de rodar até cinco cores, assim apresentadas ao leitor:

Fosses de galas, ou fosse de dor a cena, era sempre o negro que vestia homens e coisas, enquanto lá fora as artes gráficas chegavam a perfeição de estampá-las com cores legítimas. Tivemos pena dos bonecos e – para frente! – mandamos vir a máquina que este número inaugura. Ela nos permitirá colorir de rubro as cenas sangrentas, dar suaves tonalidades ao azul e dar cor de rosa aos cenários alegres, reproduzir um trecho da nossa natureza impressionante.(5)

A Gazeta é o primeiro jornal carioca a imprimir imagens coloridas, no mesmo ano em que os franceses Auguste e Louis Lumière anunciam a invenção do *autochrome*, primeiro processo fotográfico colorido, ainda em placa de vidro. É improvável que o jornal tenha adotado o processo tão rapidamente e as fotos, como sugere o texto, eram feitas em preto e branco e depois colorizadas.

Na primeira década do século XX, a fotografia já é uma realidade nos jornais cariocas, não apenas como ilustração, mas também como detentora de informação visual noticiosa, necessária à almejada modernização e a cor ressalta este desejo. Se a fotografia publicada nos periódicos, no início do século XX, não é ainda o moderno fotojornalismo como entendido nas décadas seguintes, também não deixa de agregar informação à notícia. A fotografia insere dados que o texto não transmite, conferindo uma nova dimensão à notícia. A informação imagética, polissêmica por natureza, interpretada de forma diferente por cada leitor, é também unívoca, uma vez que a mesma imagem chegará a todos. A seguir, com o surgimento das agências e da transmissão telegráfica, imagens jornalísticas tornar-se-ão universais.

Nas décadas de 1920 e 1930, muitos periódicos do Rio de Janeiro investem na modernização da linguagem e de seus parques gráficos. O noticiário se amplia e, graças ao

telégrafo, notícias internacionais podem ser publicadas no mesmo dia em que acontecem (6). Mas o telégrafo só transmite texto e as fotografias são geralmente enviadas por avião, o que não é problema para uma revista com fechamento semanal. Já os jornais diários têm urgência em publicar a foto junto com a matéria, o que força o investimento na tecnologia de transmissão.

Em agosto de 1936, *O Globo* publica pela primeira vez no Brasil uma radiofoto (7), a fotografia enviada via rádio da nadadora Piedade Coutinho, que se classificara para a final dos 400 metros livres, na Olimpíada de Berlim. O jornal valoriza a novidade: “*O Globo* inaugura a telephotographia no Brasil – um instantâneo sensacional de Piedade Coutinho no final dos 400 metros livres” e explica:

Quando Piedade Coutinho se classificou para as finais dos 400 metros livres O GLOBO resolveu realizar um grande esforço de reportagem para publicar, imediatamente, uma telephotographia que fixasse a façanha extraordinária da nadadora brasileira. [...] Até agora a imprensa brasileira não se utilizára da televisão. Por isso mesmo o Rio carece de uma organização que directamente recebesse photographias irradiadas de Berlim [...] (grifo meu).

A radiofoto da nadadora é publicada ao lado de duas fotos de um bombardeio em Málaga com o esclarecimento: “Photographia recebida por via aerea”. Na mesma página convivem duas formas da fotografia “viajar” para lugares distantes, por via aérea ou pelo moderníssimo sistema de radiofoto, que o jornal batiza com o sugestivo nome de “televisão”, além de tomar emprestado da linguagem do rádio o termo “irradiar”.

O “esforço de reportagem” é realmente grande já que, há apenas dezoito meses, em janeiro de 1935, a *Associated Press* inaugurara a rede de radiofoto simultânea para 24 assinantes de diversos países, com a transmissão da foto de um acidente de aviação nos Estados Unidos. *O Globo* recebe agora não apenas palavras, mas também fotografias no mesmo dia em que são feitas, contribuindo para acelerar a relação temporal entre notícia e leitor.

A reportagem fotográfica amadurece

Nos anos 1950, parte da imprensa investe em mudanças gráficas, editoriais e empresariais. Pouco antes, algumas mudanças começam a acontecer na revista *O Cruzeiro* que, depois de alguns anos de baixas vendas, promove uma ampla mudança editorial e, em 1942, alcança a tiragem de 58 mil exemplares, superior à concorrente *Revista da Semana* e com bom faturamento com publicidade (CARVALHO, 2001).

Nos anos 1940 e 1950, o fotojornalismo em *O Cruzeiro* atinge a maturidade. Da grande foto aberta em duas páginas e da página dupla repleta de fotos da década de 1930, para as grandes reportagens nas décadas seguintes, a linguagem se completa. Reportagens ocupam seis ou mais páginas, onde uma foto de página inteira abre a reportagem seguida de outras menores que complementam a informação. Este esquema de reportagem conquista o leitor

e se transforma em exemplo paradigmático para toda a imprensa brasileira. O ideal de fotorreportagem nas páginas da revista semanal.

Estão dadas as condições para uma nova etapa no desenvolvimento da imprensa brasileira, já irremediavelmente calcada na visualidade. Estão abertas as portas para a entrada em cena dos dois periódicos que sintetizam as mudanças nos jornais brasileiros, nas décadas de 1950 e 1960: *Última Hora* e *Jornal do Brasil*.

Em 1951, surge a *Última Hora*. Para seu fundador, Samuel Wainer, a fotografia é uma das bases do sucesso do periódico e destaca a “grande foto da primeira página, que se tornaria uma das marcas registradas da *Última Hora*” e a publicação “pela primeira vez na imprensa brasileira da foto colorida de um time de futebol na primeira página de um jornal” (WAINER, 1987). Futebol a cores e quase que ao vivo, graças às famosas sequências fotográficas, são marcantes para o sucesso do jornal. Wainer reivindica, também, o pioneirismo na valorização do fotógrafo e na utilização do crédito no fotojornalismo diário no Brasil. Apesar de irregular, a identificação se dá especialmente nas páginas de esporte. As sequências de gol de a *Última Hora* são a sensação. Antes da popularização da TV, é nas páginas deste jornal, o único a possuir a câmera à corda (8) que possibilita a realização das sequências, que o público remonta desde o lance que deu origem ao gol até a bola na rede. É a apreensão temporal nas páginas do jornal brindando as temáticas populares. Assim como as revistas do início do século, *Última Hora* explora também o sensacional. É emblemática a manchete em letras garrafais de seu primeiro número: “Nova tragédia a qualquer momento – desmorona a Central” (9).

Última Hora publica também reportagens fotográficas com muitas fotos ocupando toda a página, as “páginas gráficas”, mas é o *Jornal do Brasil* que melhor explora esse recurso. Desde sua fundação, o *JB* atravessa diversas fases editoriais e, mesmo tendo publicado fotos nos primeiros anos do século, abandona a fotografia e a notícia, transformando-se num balcão de anúncios. A partir da metade da década de 1950, o jornal começa uma mudança e, na edição de 10/11 de março de 1957, a fotografia volta a ser publicada novamente na primeira página. O processo que, posteriormente, ficou conhecido como as “reformas do *JB*” é o momento mais importante da utilização da fotografia nos jornais brasileiros, depois de a *Última Hora*. A partir de 1956, o *Jornal do Brasil* se reestrutura gráfica e administrativamente e implementa mudanças nas práticas de redação e apuração. O marco inicial é a criação, em 1956, do *Suplemento Dominical do Jornal do Brasil*, ligado ao movimento neoconcreto. Outro marco é a página de esportes que inova na forma de publicar fotografias, além de introduzir diversas mudanças no estilo dos textos e na diagramação.

O *JB* passa a atingir um público de maior poder aquisitivo e a dividir com o *Correio da Manhã* a preferência das classes alta e média, os “formadores de opinião”, graças ao investimento no noticiário político e ao prestígio do *Suplemento Dominical*. Os crimes dão lugar às artes e à “cultura”, refletindo a formação social do país e a sua emergente classe

SEQUENCIA DO "GOAL" QUE DECIDIU A "COPA RIO

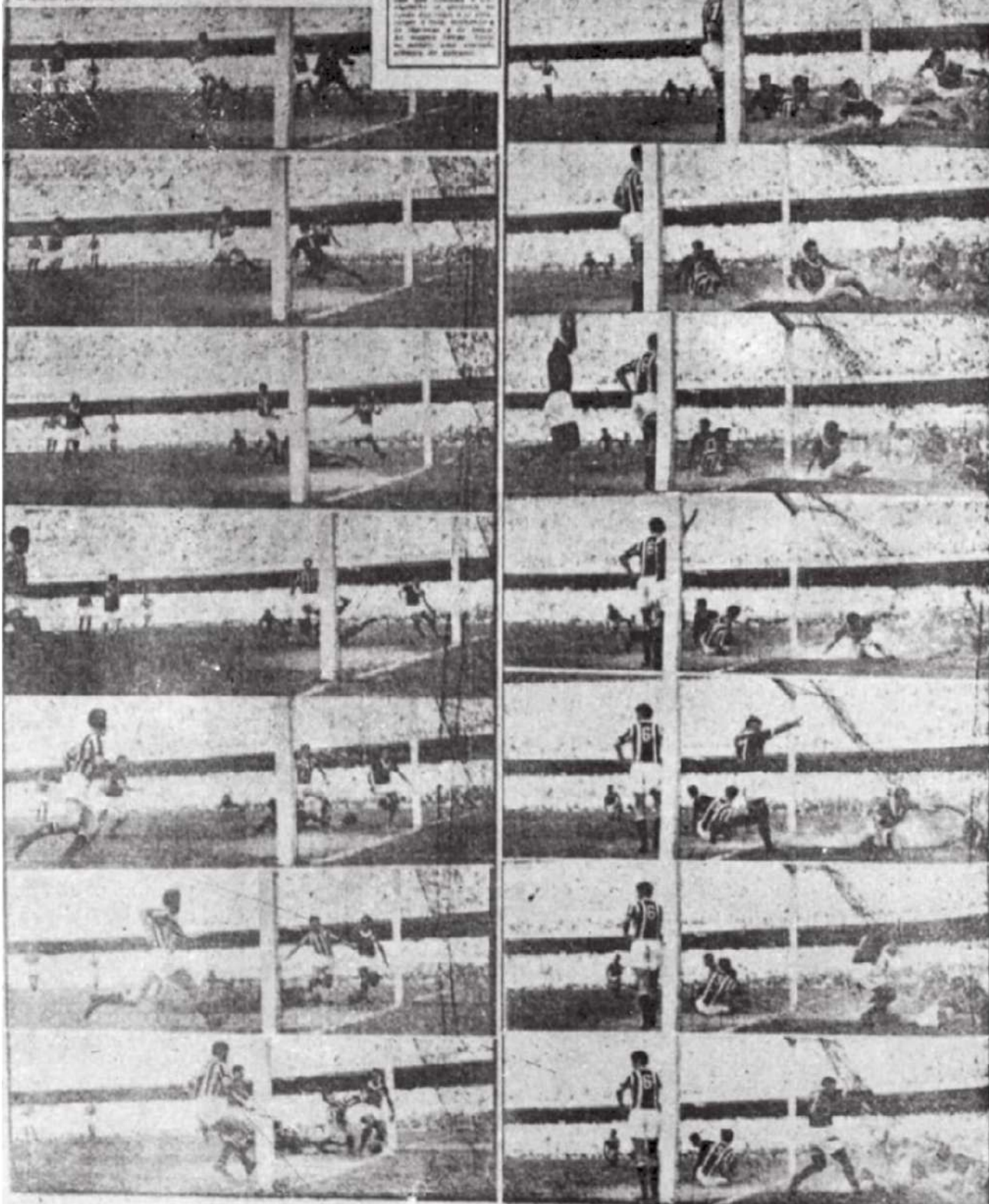
Vinte e dois jogadores
do Para e do Rio
de Janeiro disputam
a bola no gol.

Decide-se, Hoje, o Premio de "Ultima Hora"

Na noite de hoje, o jogo de futebol entre o Para e o Rio de Janeiro, disputado no Estádio do Maracanã, decidiu o prêmio de "Ultima Hora". O jogo terminou com a vitória do Para por 2 a 1. O gol decisivo foi marcado aos 85 minutos de jogo, quando o jogador do Para, João Pereira, marcou o gol da vitória. O jogo foi muito emocionante e teve muitas chances de gol. O Para foi o time mais forte da noite e conseguiu vencer o jogo com uma vitória convincente.

Ultima Hora
PRÊMIO DO TREMPAR DE CINAVOS

Ano 1 - Rio de Janeiro, 22 de Julho de 1951 - N. 56



Última Hora, 22/07/1951

média. O jornal passa a publicar fotografias ocupando quase toda a primeira página e, juntamente com renovação na diagramação no texto, estes se tornam elementos-chave na estrutura do novo *JB*, onde a fotografia de imprensa protagoniza uma das mais emblemáticas transformações do jornalismo brasileiro.

O processo de amadurecimento da fotografia na imprensa em direção ao fotojornalismo consolida-se na década de 1960. A nova linguagem transforma-se na principal difusora do olhar tecnológico mediado pelo aparelho fotográfico, vulgarizando a aceleração temporal e promovendo uma nova percepção visual. O melhor aproveitamento da fotografia e o reconhecimento da autoria elevam o fotógrafo de imprensa e seu trabalho a um novo patamar, ao mesmo tempo que influencia a linguagem jornalística. Por ser uma imagem técnica, a fotografia agrega valores modernos de que fazem uso os periódicos para se habilitarem a exercer o discurso da modernidade que é, em última instância, a aspiração brasileira naquele momento.

Notas

- 1) A expressão "imaginário" é usada aqui na acepção do senso comum.
- 2) No início do século ainda não era possível captar o movimento numa fotografia, o que só seria possível mais de três décadas adiante.
- 3) Lançada em 10 de dezembro de 1928 é inicialmente chamada *Cruzeiro*, passando a ser *O Cruzeiro* na edição 31, de 8 de junho de 1929.
- 4) Existe uma espécie de consenso de que a fotografia só teria ganhado importância em *O Cruzeiro* a partir de 1943, com a chegada do fotógrafo francês Jean Manzon. Mas, um simples olhar na coleção da publicação revela não apenas a inclusão de inúmeras fotos, como a utilização de uma série de recursos gráficos inovadores, muito antes da entrada de Manzon.

- 5) *A Gazeta é moça ou velha?* In: *Gazeta de Notícias*, 4 jul. 1907, p.2. Apud. Barbosa, 1996, p. 183.
- 6) O cabo submarino, que possibilitou a implantação do telégrafo no Rio de Janeiro, foi inaugurado em 1874. No mesmo ano, chegava à cidade a primeira Agência Internacional de Notícias, a Havas. O *Jornal do Comércio* foi o primeiro periódico carioca a contratar os serviços da agência.
- 7) Fotografia transmitida através de ondas de rádio, posteriormente substituído pela telefoto, que utilizava o telefone.
- 8) As câmeras Robot e Photo foram adquiridas nos EUA pelo fotógrafo Roberto Maia, que também as operava.
- 9) Estação de Trens Central do Brasil.

Bibliografia

- BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa – Brasil (1900-2000)*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- CARVALHO, Luiz Maklouf. *Cobras Criadas – David Nasser e o Cruzeiro*. 2 ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano I: as artes do fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- FREUND, Gisèle. *Fotografia e sociedade*. Lisboa: Vega, 1989.
- HELLER, Agnes. *A Escrita da História*. São Paulo: Paz e Terra, 2004.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Vol. I, II e III. Campinas: Papirus, 1994, 1995, 1996.
- SÜSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- WAINER, Samuel. *Minha razão de viver: memórias de um repórter*. Rio de Janeiro: Record., 1988.